



Oser l'international

**51 propositions pour aller chercher la croissance
hors de nos frontières, relever le défi de la
mondialisation et créer les emplois en France**

**Gérard TREMEGE
Secrétaire national en charge du commerce extérieur**

Septembre 2011

Introduction

La France compte au nombre des grandes puissances exportatrices. Avec 392,5 milliards d'euros d'exportations (FAB, hors matériel militaire), elle figure, en 2010, au 5^e rang mondial derrière l'Allemagne, la Chine, les Etats-Unis et le Japon, et au 2^e rang mondial derrière l'Allemagne si l'on rapporte le montant de ses exportations au nombre d'habitants. **Pourtant**, dans un contexte de globalisation et d'augmentation du volume des échanges internationaux (+ 14 % en 2010, après un recul de 13 % en 2009) et en dépit d'une hausse de 13 % de ses ventes à l'étranger par rapport à 2009 (grâce aux « grands contrats » décrochés par nos grands groupes pour un montant de 21 milliards d'euros), **elle n'exporte pas assez.**

Si elles reflètent la compétitivité et le dynamisme d'un pays, les exportations sont, surtout, l'un des principaux moteurs de la croissance de son économie. La faiblesse (relative) de nos exportations impactent négativement l'évolution de notre PIB. **L'atonie de la croissance** au premier semestre 2011 de même que les mauvais chiffres de l'emploi trouvent ainsi, en partie, leur origine dans les mauvais résultats de notre commerce extérieur dus au recul des exportations vers l'Asie, conséquence du séisme qui a frappé le Japon le 11 mars dernier.

Surtout, ce classement, pour honorable qu'il soit, ne saurait masquer un certain nombre d'évolutions préoccupantes, telles la stagnation du nombre d'entreprises exportatrices, leur difficulté à s'imposer sur les marchés des pays émergents et leur perte de parts de marché dans la zone euro, autant de phénomènes qui concourent au **creusement du déficit** de notre balance commerciale (51,4 milliards d'euros en 2010) et à l'accentuation du **décrochage avec l'Allemagne**, notre principal partenaire avec lequel nous réalisons 16 % de nos exportations en même temps que notre principal concurrent.

Si elle demeure une grande puissance exportatrice, la France a perdu 40 % de ses parts de marché en deux décennies et pèse, désormais, moins de 4 % du commerce mondial contre 6 % en 1980. On l'aura compris, la France est malade de son commerce extérieur. Pour tenter d'enrayer ce phénomène, il convient, au préalable, d'en **identifier les causes**. De l'avis de tous les observateurs et analystes, à l'affaiblissement tendanciel de la compétitivité de notre appareil productif s'ajoute la **faiblesse de notre tissu d'entreprises innovantes de taille intermédiaire**, dont toutes les études démontrent qu'elles sont, avec les grands groupes, les mieux armées pour vendre à l'étranger.

Gagner la bataille de l'export est une **impérieuse nécessité** pour notre économie qui doit aller chercher au-delà de nos frontières et hors de l'Union européenne les points de croissance qui lui font défaut. La survie de notre modèle social de même que la place de la France dans le monde en dépendent aussi. Depuis moins d'une décennie, les gouvernements successifs ont aménagé notre dispositif public de soutien à l'export. Les résultats du commerce extérieur en 2010 et ceux attendus en 2011 démontrent que les mesures prises, bien qu'indispensables, demeurent insuffisantes et qu'il est urgent de passer à la vitesse supérieure.

Le salut ne viendra pas de solutions miracles mais d'une **action volontariste** en vue, d'une part, de **lever les freins au développement des entreprises de taille intermédiaire**, véritable « *chaînon manquant* » de notre tissu industriel, d'autre part, de stimuler l'innovation et, enfin, de poursuivre l'amélioration déjà entamée de notre dispositif d'appui à l'export.

Le 10 février 2011, à l'occasion des *Rencontres de l'Export*, le Premier Ministre François FILLON a fixé une feuille de route ambitieuse aux acteurs de l'international. Le même jour, le secrétaire d'Etat au commerce extérieur Pierre LELLOUCHE présentait le plan d'actions gouvernemental *Export 2011* et exhortait les différents acteurs du commerce extérieur à « *cesser les guerres de chapelle* ». Gageons que ce plan améliorera les performances de notre appareil exportateur. Comme les précédents, il ne sera, cependant, pas suffisant. Il faut **aller plus loin comme nous y a invité le Président de la République Nicolas SARKOZY**, le 7 juin dernier, à l'occasion de son déplacement dans la Nièvre, au cours duquel il a rappelé l'enjeu fondamental que représente l'accroissement de nos exportations pour la croissance et la création d'emplois dans notre pays et fait de l'accompagnement de nos PME à l'international l'une des priorités de l'action du Gouvernement.

Dans le cadre de l'**élaboration du Projet 2012**, le secrétaire général de l'UMP Jean-François COPE m'a chargé de réfléchir à des mesures concrètes de nature à élever le niveau de performances de nos PME à l'export. Je le remercie de la confiance qu'il m'a témoignée en me confiant cette mission.

Pour la mener à bien, j'ai multiplié les rencontres avec des chefs d'entreprises et des responsables consulaires, et échangé avec mes collègues présidents des groupes d'opposition des Conseils Régionaux. A tous, je tiens à adresser mes très sincères remerciements pour leur implication et leur collaboration.

Fruit de plusieurs mois d'échanges fructueux et de réflexion, le présent rapport, intitulé *Oser l'international*, dresse un **état des lieux** et avance **51 propositions** pour que nos entreprises, et singulièrement nos PME et nos ETI innovantes, aillent chercher la croissance hors de nos frontières et hors d'Europe, que notre pays relève efficacement et durablement le défi de la mondialisation, et que notre économie crée davantage d'emplois en France¹.

Gérard TREMEGE
Secrétaire national de l'UMP en charge du commerce extérieur



¹ Le présent rapport a été élaboré en collaboration avec Philippe LASTERLE.

La France, malade de son commerce extérieur

1. Un déficit de la balance commerciale durable et préoccupant

Depuis près d'une décennie, la balance commerciale de notre pays accuse un déficit qui ne cesse de s'accroître alors que, dans le même temps, notre principal partenaire, l'Allemagne, connaît une situation exactement inverse. Le contexte de globalisation et de développement des échanges internationaux est porteur. Pourtant, la France n'exporte pas assez. Nos exportations ont progressé en 2010 dans les mêmes proportions que le commerce mondial (+ 14 %) mais elles n'ont pas retrouvé leur niveau d'avant la crise (417 milliards d'euros en 2008, 406 milliards d'euros en 2007). Si bien que notre pays tire insuffisamment profit, à l'inverse de l'Allemagne, de la forte demande en provenance des pays émergents. Notre économie en paie le prix fort en termes de points de croissance (le commerce extérieur n'aurait stimulé la croissance de notre PIB que de 0,2 point en 2010 contre 1,1 point pour l'Allemagne)² et de création d'emplois.

a. Un solde commercial en constante dégradation

Depuis 2002, dernier exercice positif en date (3,5 milliards d'euros d'excédent), le solde de notre balance commerciale est négatif. Et c'est la bonne tenue des échanges extérieurs de services qui permet de limiter le déficit de la balance des transactions courantes. Plus grave, le déficit commercial annuel ne cesse de s'accroître. De 24 milliards d'euros en 2005, il est passé à 42 milliards d'euros en 2007 pour atteindre 51,4 milliards d'euros en 2010 (la France a importé pour 444 milliards d'euros et exporté pour 392,5 milliards d'euros l'an passé). Le déficit cumulé des 12 derniers mois s'établit à 67 milliards d'euros. Et, d'après les résultats du premier semestre, le **déficit prévisionnel pour 2011 pourrait atteindre** le niveau jamais observé de **75 milliards d'euros**³.

La répartition géographique de nos exportations laisse apparaître une nette **spécialisation géographique** avec un primat de l'Union européenne (UE) dans nos échanges. La France exporte ainsi :

- **61 % en direction des 26 autres pays de l'UE** (dont 16 % avec l'Allemagne, et 7 à 8 % avec l'Italie, la Belgique, l'Espagne et le Royaume-Uni)
- 11 % en Asie (Chine, Japon, Singapour...)
- 9 % en Amérique (Etats-Unis, Brésil...)
- 7 % en Europe hors UE (Russie, Suisse...) ainsi qu'en Afrique (Algérie, Maroc...)
- 4 % au Proche et Moyen-Orient (Arabie Saoudite, Dubaï, Emirats Arabes Unis, Qatar...).

Les grands pays émergents (Brésil, Russie, Inde et Chine) formant le **groupe BRIC** (40 % de la population mondiale, 50 % de la croissance mondiale) concentrent **moins de 7 % de nos exportations** (en progression, toutefois, de 32 % par rapport à 2009)⁴ contre 11 % des exportations allemandes.

² D'après l'INSEE, le commerce extérieur pèsera négativement (- 0,6 %) sur la croissance en 2011.

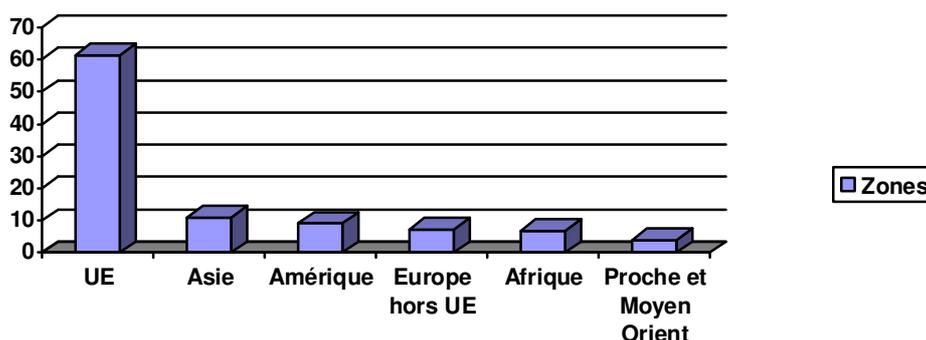
³ Pour mémoire, au cours des 30 dernières années, notre balance commerciale n'a connu que 8 exercices excédentaires (1993-1999 et 2002) avec un record d'excédent de 23 milliards d'euros en 1997.

⁴ En 2010, les exportations vers la Chine, tous pays confondus, ont progressé de 20 %.

Deux partenaires concentrent 70 % du déficit de notre balance commerciale : la Chine (22,5 milliards d'euros) et l'Allemagne (16 milliards d'euros). S'en suivent la Belgique, la Russie et les Etats-Unis.

Trois **secteurs** affichent un excédent commercial : l'aéronautique et le spatial, l'industrie pharmaceutique et l'agroalimentaire. Toutefois, les excédents du secteur agroalimentaire (8 milliards d'euros en 2010) ne cessent de se réduire du fait d'une concurrence féroce, notamment sur le vin et le lait. Les secteurs des biens d'équipement, des biens industriels et de l'automobile accusent, en revanche, de lourds déficits.

Les exportations françaises par zones géographiques



b. Un appareil exportateur concentré et en stagnation

En recul de 20 % par rapport à 2001, le **nombre d'entreprises exportatrices** (hors entreprises exportant moins de 150 000 euros à l'intracommunautaire qui ne sont pas prises en compte dans les statistiques) s'élève, en 2010, à 90 855, soit **2,9 % du nombre total** d'entreprises recensées en France (3 millions) contre 11 % en Allemagne (365 000 opérateurs) et 5 % en Italie (185 000 opérateurs)⁵.

L'essentiel de nos exportations est assuré par un très petit nombre d'opérateurs : **les 1 000 premiers exportateurs** (*Airbus, Alstom, SNCF, PSA, Renault, Sanofi, Total, Dassault Aviation, Veolia, Accor, Areva...*) réalisent **70 % du chiffre d'affaires national** à l'export.

80 % des entreprises exportatrices sont des **PME de moins de 20 salariés** (70 % des TPE de moins de 10 salariés). Elles ne réalisent que **16 % du chiffre d'affaires national** à l'export. 2/3 d'entre elles n'exportent que **vers 1 ou 2 pays**, généralement proches (Europe, Maghreb). 1/3 abandonne l'international au terme de la première expérience. Ces entreprises sortant du champ de l'export ne réalisent, cependant, qu'1 à 2 % du chiffre d'affaires national à l'export.

⁵ Ces chiffres ne concernent que les entreprises exportatrices de biens. Depuis 2006, les entreprises réalisant moins de 150 000 euros d'exportations au sein de l'UE sont exemptées de toute déclaration statistique quant à la nature de leurs ventes. Toutefois, pour des raisons fiscales, elles sont tenues de renseigner le montant de leurs exportations dès le 1^{er} euro. Leur nombre s'élève à 25 000. Par ailleurs, depuis le 1^{er} janvier 2010, les entreprises ayant effectué des échanges avec des pays tiers hors UE pour des opérations d'une valeur inférieure à 1 000 euros ou d'une quantité inférieure à 1 000 kg sont répertoriées mais non prises en compte dans les statistiques. Elles sont au nombre de 4 400 et leur chiffre d'affaires à l'export représente moins de 3 millions d'euros. Au total, ce sont donc un peu plus de 120 000 entreprises qui ont effectivement exporté en 2010.

La proportion de **primo-exportateurs**, c'est-à-dire d'entreprises n'ayant pas exporté au cours des cinq dernières années, avoisine **20 %** (soit 17 500). Leur **taux de maintien** (pourcentage d'entreprises primo-exportatrices continuant à exporter 5 ans après leur premier acte d'exportation) est **de l'ordre de 10 %** : près de 2 000 entreprises primo-exportatrices en 2005 sont encore présentes à l'export en 2010.

Enfin, il est à noter qu'1/4 seulement des entreprises exportatrices (22 100) sollicite le soutien d'*Ubifrance*, l'agence nationale dédiée au soutien à l'export.

c. Un décrochage avec l'Allemagne inquiétant

Au-delà de la persistance du déficit commercial, un autre constat s'impose : la dégradation de nos performances à l'export s'accompagne d'un inquiétant décrochage par rapport à notre principal concurrent avec lequel nous partageons, pourtant, le même environnement économique et monétaire.

Tandis que notre déficit se creuse un peu plus chaque année, l'Allemagne – 1^{ère} puissance exportatrice au monde qui, avec un **volume d'exportations deux fois et demi supérieur au notre** (960 milliards d'euros en 2010), enregistre (avec la Chine) la progression la plus rapide de ces dix dernières années – stabilise son excédent aux alentours de 150 milliards d'euros/an avec des pointes à près de 200 milliards d'euros (195 milliards d'euros en 2007)⁶.

Principal moteur de la croissance économique outre-Rhin et facteur explicatif de la **bonne santé du marché du travail** allemand⁷, les ventes à l'étranger (réalisées pour 1/2 au sein de l'UE) concurrencent fortement nos exportations sur des secteurs d'activités où l'Allemagne bénéficie d'avantages comparatifs importants (automobile, chimie...). Il convient, à cet égard, de rappeler que les spécialisations sectorielles à l'exportation des deux pays sont (exception faite de l'agroalimentaire et du luxe pour la France, et des machines-outils pour l'Allemagne) assez similaires.

Les **raisons de l'excellence allemande** sont connues : des produits de qualité à haute valeur ajoutée, adaptés à la demande des pays européens et émergents, vendus par des entreprises présentes de longue date et en plus grand nombre à l'export (elles sont 4 fois plus nombreuses que leurs concurrentes françaises et réalisent une part importante de leur chiffre d'affaires à l'international⁸). Ce noyau dur forme ce que l'on appelle le *Mittelstand*, c'est-à-dire un **tissu dense d'entreprises moyennes innovantes**, spécialisées dans des productions à fort contenu technologique, souvent familiales, fortement enracinées dans les *länder*, ouvertes à l'international et adossées à un réseau solide de sous-traitants installés à l'étranger. C'est ce *Mittelstand* – littéralement, ce réseau d'entreprises moyennes – qui fait la réussite allemande à l'export. C'est, par comparaison, l'étroitesse du tissu d'entreprises de taille intermédiaire (ETI) et la frilosité à l'international de nos PME qui expliquent, en grande partie, les contre-performances françaises en matière d'exportations.

⁶ Le différentiel franco-allemand tient, pour partie, au niveau respectif des importations : élevé en France du fait d'un (relatif) dynamisme de la demande intérieure ; plus modéré en Allemagne du fait d'une (relative) atonie de la demande domestique.

⁷ Les demandeurs d'emploi ne représentent que 6,6 % de la population active contre 9,5 % en France.

⁸ 20 % pour les entreprises de 100 à 249 salariés contre 10 % pour leurs homologues françaises ; 25 % pour les entreprises de 250 à 499 salariés contre 13 % pour leurs homologues françaises.

2. Une combinaison de facteurs explicatifs

Même si l'appréciation de leur importance varie selon les analystes, les raisons des contre-performances françaises à l'export sont connues. Elles ont été analysées par des nombreux organismes (conseil d'analyse économique, conseil économique et social...) et rendues publiques (Cf. bibliographie). Des facteurs conjoncturels et structurels se combinent pour expliquer le déficit de notre balance commerciale.

a. A la montée en puissance des pays émergents et à la concurrence allemande...

Parmi la liste des **facteurs conjoncturels** régulièrement avancés pour justifier les contre-performances de notre commerce extérieur, seuls deux peuvent objectivement être retenus :

- la **montée en puissance des pays émergents** (Chine, Inde, Brésil, Russie, Afrique du Sud, Corée du Sud, Singapour, Hong-Kong...) dont les entreprises se révèlent de plus en plus performantes à l'export du fait d'une compétitivité-coût et d'une compétitivité-prix croissantes, accentuées, pour ce qui concerne la Chine principalement, par un dumping monétaire (sous-évaluation du yuan de 40 %⁹) qui met en péril les économies occidentales. Tous les pays de l'OCDE pâtissent du poids croissant des pays émergents, en particulier asiatiques, dans les échanges mondiaux depuis vingt ans. Les Etats-Unis ont perdu 26 % de leurs parts de marché, l'Allemagne 32 %, le Japon 39 %, l'Italie 40 %, la France 45 % et le Royaume-Uni 49 %¹⁰.
- la **concurrence accrue de l'Allemagne** qui récolte le fruit des réformes économiques engagées (avec l'appui des partenaires sociaux) pour retrouver la compétitivité perdue (partiellement) au lendemain de la réunification, et ce par des mesures de modération salariale et une augmentation de la TVA qui ont eu pour double conséquence de contenir la consommation intérieure (et donc de stabiliser le niveau des importations) et d'améliorer la compétitivité-prix des entreprises exportatrices (et donc de doper les exportations). Dans le même temps, la France mettait en œuvre une politique d'abaissement de la durée légale du temps de travail (passage aux 35 heures hebdomadaires) qui a conduit inéluctablement à alourdir les coûts salariaux et à affaiblir la compétitivité-coût de nos PME.

Les **autres facteurs**, tels la forte hausse du coût des matières premières importées, le renchérissement de la facture énergétique¹¹ ou la surévaluation de l'euro par rapport au dollar¹² sont moins recevables. S'ils permettent d'expliquer une partie du déficit commercial, ils **peuvent plus difficilement expliquer l'écart de performances avec l'Allemagne**, et ce

⁹ A l'heure actuelle, 1 yuan vaut 0,15 dollar et 0,11 euro. D'après le FMI, la devise chinoise devrait s'échanger au taux de 1 yuan pour 0,25 dollar et 0,21 euro.

¹⁰ Les pays émergents ne se contentent pas d'exporter et d'importer massivement. Ils attirent, désormais, la ½ des investissements directs étrangers (IDE) qui s'élèvent à 1 240 milliards de dollars en 2010 (alors que le flux d'IDE en direction de l'Europe est en baisse de 20 %) et, depuis peu, investissent massivement hors de leurs frontières (30 % des flux « sortants ») essentiellement dans les pays africains où ils vont sécuriser leur approvisionnement en matières premières minières, agricoles et énergétiques.

¹¹ Le baril de Brent s'est vendu à 114 dollars en juin, atteignant un niveau historiquement haut.

¹² L'euro a franchi le seuil d'1,44 dollar en juin dernier, avant de redescendre à 1,35 dollar. Chaque fois que la monnaie européenne s'apprécie par rapport à la devise américaine, les entreprises qui fabriquent en zone euro mais vendent en dollar – c'est le cas d'EADS – subissent un préjudice financier évident.

pour plusieurs raisons. D'une part, parce que la France réalise 60 % de ses échanges avec ses voisins de la zone euro. D'autre part, parce que l'Allemagne, évolue dans le même contexte économique et monétaire. Enfin, parce que le poids de la facture énergétique dans la balance commerciale des deux pays est du même ordre (50 milliards d'euros/an).

L'explication de la dégradation de notre commerce extérieur et de notre décrochage avec l'Allemagne est donc à chercher ailleurs. Elle tient, pour beaucoup, à des facteurs structurels désormais bien identifiés.

b. ... s'ajoutent les spécificités de notre appareil productif...

Les spécificités structurelles de notre appareil productif tout autant que la culture entrepreneuriale française expliquent, en grande partie, le différentiel franco-allemand de performances à l'export. Fortement affaibli par une **désindustrialisation** massive (notre industrie a perdu près de 2 millions d'emplois au cours des trois dernières décennies tandis que sa part dans le PIB a chuté de 24 % en 1980 à 14 % aujourd'hui)¹³ et lesté par une **rigidité du marché du travail** bien connue, **notre appareil productif est handicapé par :**

- **l'étroitesse du tissu d'entreprises de taille intermédiaires**¹⁴ capables de se lancer à la conquête des marchés internationaux (service export dédié...) : coincées entre quelques centaines de groupes de taille mondiale et les centaines de milliers de TPE/PME (sans même parler des milliers d'auto-entrepreneurs) qui composent le cœur opérationnel de notre appareil productif, les ETI ne sont que quelques milliers et leur nombre diminue.

*Les entreprises de 250 salariés et plus (ETI)
dans cinq pays de l'Union européenne*

	<i>Espagne</i>	<i>France</i>	<i>Italie</i>	<i>Royaume-Uni</i>	<i>Allemagne</i>
Nombre d'ETI	4 168	4 195	4 646	10 021	10 428
Nombre moyen de salariés	796	768	735	994	989
Chiffre d'affaires moyen (en millions d'euros)	205	217	206	418	368

Source : *De la naissance à la croissance : comment développer nos PME ?*, Institut Montaigne, p. 10.

- **la frilosité des patrons français vis-à-vis de l'international** illustrée par un chiffre : seulement 3 % de nos entreprises s'attaquent aux marchés extérieurs. Il semble qu'une large majorité de chefs d'entreprise considère les marchés

¹³ Le déficit de la balance commerciale de l'industrie manufacturière s'est creusé de 7,4 milliards en 2010.

¹⁴ Preuve de la tardive prise en compte du phénomène par les Pouvoirs Publics, la spécificité des ETI n'a été reconnue que récemment : c'est la loi de modernisation de l'économie dite LME du 4 août 2008 qui donne pour la première fois la définition des ETI. Entrent dans cette catégorie les PME de 50 à 4 999 salariés réalisant un CA annuel compris entre 50 millions et 1,5 milliard d'euros.

étrangers comme de simples marchés d'ajustement où ils ne s'aventurent que lorsque la demande domestique faiblit. A cette frilosité d'ordre culturel s'ajoutent les traditionnels freins à l'exportation (accès difficile au financement lié aux normes prudentielles *Bâle II* derrière lesquelles se réfugient parfois les banques, complexité administrative, délais de paiement, méconnaissance des potentialités des marchés étrangers, obstacles linguistiques, difficulté à trouver de distributeurs locaux...) auxquels toutes les entreprises, y compris allemandes, se heurtent. Mais ils ne sont souvent que des prétextes avancés pour justifier une posture par trop prudente.

- **le niveau insuffisant des dépenses de R&D des entreprises françaises** par rapport à leurs concurrentes¹⁵ : or, toutes les études confirment le lien direct entre innovation et exportation. La dernière en date, réalisée en 2010 par *Oséo* et *Ubifrance*, démontre que l'effort en matière d'innovation impacte directement et positivement la propension à exporter (38 % des entreprises innovantes mènent une opération d'exportation dans les 3 ans suivant leur création), l'intensité de la démarche (52 % des entreprises innovantes réalisent un chiffre d'affaires à l'export supérieur à 25 %) et le choix des destinations (39 % des entreprises innovantes exportent vers un ou plusieurs pays développés lointains ou émergents).

A ces phénomènes s'ajoutent **deux particularités de notre appareil exportateur** :

- des **produits *Made in France*** qui jouissent d'une bonne image en termes de qualité-prix, de sécurité et de notoriété mais **au contenu en innovation technologique et à la fiabilité jugés inférieurs** à ceux des produits allemands, japonais ou italiens (exception faite de l'aéronautique, du spatial, de l'agroalimentaire, du secteur électrique ou de la pharmacie).
- une **concentration des échanges vers des zones à faible croissance** (Union européenne, Afrique, Proche et Moyen-Orient) : le commerce mondial a repris en 2010 mais la France n'est pas connectée aux bonnes zones géographiques.

c. ... et les imperfections de notre dispositif public de soutien à l'export

Dispersion et manque de coordination ont longtemps été les principaux défauts de notre dispositif institutionnel d'appui aux entreprises exportatrices. Ce n'est qu'au cours des années 2000 que des mesures ont été prises pour tenter d'y remédier.

Les structures administratives étatiques en charge de la mise en œuvre de notre politique du commerce extérieur, considérée comme régaliennne, apparaissent au lendemain de la Première Guerre mondiale. Dès l'origine, la dispersion des acteurs et des moyens, trait caractéristique de notre dispositif, s'impose. On compte une direction des accords commerciaux et de l'information économique au sein du ministère du Commerce, une sous-direction des affaires commerciales au Quai d'Orsay, une sous-direction de la trésorerie extérieure et un service des importations et des exportations Rue de Rivoli ainsi que des bureaux spécialisés au sein des ministères de l'Agriculture et des Travaux publics. A la veille de la Seconde Guerre mondiale,

¹⁵ La réforme du crédit d'impôt recherche (dispositif fiscal créé en 1983) mise en œuvre en 2008 a permis d'inverser la tendance ces dernières années.

la direction des accords commerciaux et de l'information économique du ministère du Commerce devient la direction du commerce extérieur.

A la Libération, reconstruction (et planification) oblige, le ministère du Commerce abandonne ses prérogatives au profit du ministère de l'Economie, au sein duquel est créée une direction des relations économiques extérieures (DREE) en charge de la définition et du **pilotage de l'action gouvernementale** dans le domaine du commerce extérieur en liaison avec le ministère des Affaires étrangères et les ministères techniques ; le secrétariat d'Etat ou ministère du Commerce ne jouant plus qu'un rôle mineur.

Pour ce qui concerne le volet exportations du commerce extérieur, la **direction des relations économiques extérieures** du ministère de l'économie et des finances dispose d'importants moyens administratifs et humains :

- un corps de fonctionnaires affectés au sein des missions diplomatiques et des postes consulaires – les **conseillers et attachés commerciaux** – que l'on n'appelle pas encore Postes d'expansion économique ;
- un **centre national du commerce extérieur** (CNCE) qui déploie ses conseillers commerciaux sur le territoire métropolitain pour délivrer information et assistance aux exportateurs ;
- un **comité permanent des foires à l'étranger** (CPFE) qui établit, depuis 1923, le programme annuel de participation de la France aux manifestations commerciales ;
- la **banque française du commerce extérieur** (BFCE) et la **compagnie française d'assurance pour le commerce extérieur** (*Coface*), fondées respectivement en 1946, la première pour financer les crédits à l'export, la seconde pour assumer pour le compte de l'Etat la gestion du service public de l'assurance crédit (mis en place en 1928).

Particularité du secteur agricole, le ministère de l'Agriculture crée en 1961, en application de la loi d'orientation agricole de 1960 dite loi Pisani, une société anonyme chargée du soutien opérationnel et logistique des entreprises agroalimentaires qui partent à la conquête des marchés étrangers. La société pour l'expansion des ventes de produits agricoles et alimentaires ou **SOPEXA** (300 collaborateurs) est, depuis sa création, l'organisme de référence des industriels de l'agroalimentaire¹⁶.

Parallèlement à l'action de l'Etat, d'autres acteurs, consulaires ou professionnels, interviennent historiquement dans le champ de l'export. C'est notamment le cas des **chambres de commerce et d'industrie** (CCI), des chambres de commerce et d'industrie françaises à l'étranger (CCIFE), de certaines fédérations professionnelles et organisations patronales (CNPF...) ainsi que d'un réseau anciennement constitué (1898) de chefs d'entreprise forts d'une riche expérience à l'export qui apportent bénévolement leur concours à leurs confrères et aux Pouvoirs publics en France et à l'étranger : les **conseillers du commerce extérieur de la France** (CCEF) exercent des missions de veille économique et de conseil en développement.

Durant les deux premières décennies de la V^e république, les structures mises en place après-guerre évoluent peu. En 1973, le centre national du commerce extérieur devient le centre français du commerce extérieur (CFCE). L'année suivante, le comité permanent des foires à

¹⁶ L'association pour le développement des échanges internationaux de produits et techniques agricoles (ADEPTA) est l'autre acteur du secteur à l'international.

l'étranger prend la dénomination de comité français des manifestations économiques à l'étranger (CFME).

En 1982, conséquence des lois de décentralisation, des **services déconcentrés** de la DREE sont créés dans chaque région sous l'appellation de directions régionales du commerce extérieur (DRCE).

Au cours des dix dernières années, les Pouvoirs publics font évoluer notre dispositif public de soutien à l'export pour l'adapter à la mondialisation des échanges. Ainsi, les années 2000 sont marquées par un certain nombre d'**évolutions des structures** et l'**apparition de dispositifs incitatifs** :

- l'**instauration du Volontariat International en Entreprise (VIE)** en 2000, qui permet à une entreprise de confier à un jeune de 18 à 28 ans une mission professionnelle à l'étranger pour une durée de 6 à 24 mois dans un ou plusieurs pays ; l'entreprise doit posséder une structure d'accueil dans le pays visé ; dans le cas contraire, le VIE peut être « hébergé » par un grand groupe français (portage), au sein d'une chambre de commerce et d'industrie française à l'étranger ou d'une mission économique ; l'entreprise bénéficiaire est exonérée de charges sociales¹⁷ ;
- la **création des Missions économiques** en 2002, qui réunissent les conseillers et attachés commerciaux des Postes d'expansion économique et les conseillers financiers représentants de la direction du Trésor à l'étranger ;
- la **mutualisation de l'expertise internationale du réseau consulaire** qui se traduit par la mise en place de structures dédiées (ex. : création de *CCI International Franche-Comté* et *CCI International Auvergne* en 2000) et de programmes dédiés à l'international au sein des CCI (ex. : *Destination International* par la CCI de Toulouse en 2005) ;
- la **fondation de l'Agence française pour le développement international des entreprises** baptisée *Ubifrance* en 2004 : née de la fusion du CFCE et du CFME, elle se voit confier trois missions (détection des entreprises potentiellement exportatrices, promotion des produits français à l'étranger et gestion des VIE) ; à partir de 2006, elle est chargée du pilotage des Missions économiques qu'elle va bientôt intégrer à son propre réseau ;
- l'**implication des collectivités territoriales dans le champ du soutien à l'export** à la suite du transfert aux Régions de la compétence développement économique en 2004 : à partir de cette date, les **Conseils Régionaux** mettent en place, pour certains d'entre eux, des agences dédiées au soutien à l'export (création d'*Alsace International* en 2006 ou *Sud de France Export* en Languedoc-Roussillon)¹⁸ et, dans le cadre des schémas régionaux de développement économique élaborés en 2006 et le respect du règlement communautaire du 15 décembre 2006 sur les aides *de minimis*, un ensemble de dispositifs spécifiques mis en œuvre en partenariat avec le réseau consulaire et les pôles de compétitivité¹⁹. La Cour des Comptes a

¹⁷ Le coût de l'exonération des charges sociales s'élève à 43 millions d'euros en 2009.

¹⁸ La Bretagne, qui crée l'agence *Bretagne International* dès 1983, et la Lorraine, qui fonde *Lorraine International* en 1999, font figure de précurseurs. Certaines Régions ouvrent même des antennes hors de France.

¹⁹ Les dispositifs varient d'une Région à l'autre : création de fonds d'aide à l'export, lancement d'appels à projets, attribution d'avances remboursables, cofinancement de dépenses de pré-diagnostic, de mission collective de prospection et de promotion, prise en charge partielle du coût de recrutement d'un VIE ou d'un cadre export en faveur de PME primo-exportatrices, incitation à la constitution de groupements d'entreprises, attribution de prix et trophées de l'export, financement de salons et conventions d'affaires...

récemment évalué à **20 millions d'euros/an** la contribution des Conseils Régionaux au soutien à l'export (équivalent au budget d'intervention d'*Ubifrance*). Notons que **certains Conseils Généraux** mettent aussi en place, en dehors du cadre de leurs compétences obligatoires, des dispositifs de soutien à l'export : c'est le cas, par exemple, du département de Seine-Saint-Denis qui subventionne les dépenses de prospection des PME/PMI primo-exportatrices dans le cadre de son plan d'actions pour une dynamique de développement à l'international des entreprises (ADDELIE) ou du département de Seine-et-Marne qui finance les dépenses de prospection et les études de marché à l'aide de son Fonds départemental d'aide à l'exportation ;

- la **création d'Oséo** en 2005, née de l'absorption par la Banque du développement des petites et moyennes entreprises (BDPME) de l'Agence nationale de valorisation de la recherche (ANVAR) et de la *Sofaris*, et chargée, via ses trois filiales (financement, innovation, garantie), du financement de l'innovation et du développement international des entreprises ;
- la mise en place de **deux dispositifs d'incitation fiscale** cette même année :
 - dans le cadre de la loi de finances pour 2005, est instauré un **crédit d'impôt pour dépenses de prospection commerciale** (communément appelé « crédit d'impôt export ») : réservé aux PME de moins de 250 salariés, plafonné à 40 000 euros par entreprise (80 000 euros dans le cas d'un regroupement d'entreprises au sein d'un GIE ou d'une association loi 1901), subordonné au recrutement d'un salarié affecté au développement des exportations ou d'un VIE, le crédit d'impôt export est égal à 50 % du montant des dépenses éligibles sur une période de 24 mois (déplacement, hébergement, communication, participation à des salons, activités de conseil, rémunération de VIE²⁰) et ne peut être obtenu qu'une seule fois dans la vie de l'entreprise²¹ ;
 - dans le cadre de la loi de finances rectificative pour 2005, est instauré un dispositif d'**exonération de l'impôt sur le revenu** pour les cadres commerciaux réalisant une **mission à l'étranger d'une durée dépassant 120 jours** (mesure fiscale communément appelée « 120 jours ») : l'exonération ne s'applique que sur la part des traitements et salaires annuels perçue au titre du développement des exportations et correspondant au temps passé à l'étranger.

Conséquence des évolutions successives des structures historiques, de l'apparition de nouveaux acteurs et de la coexistence d'une multitude d'opérateurs parapublics et/ou privés agissant souvent sans concertation véritable, notre **dispositif public de soutien à l'export n'a pas pleinement rempli son rôle**. Eparpillement des acteurs, pluralité de guichets, absence de synergie, dilution des moyens, méconnaissance de la part des entreprises potentiellement exportatrices du fait d'une information perfectible, pilotage imparfait : telles en sont les carences avant que soit entreprise, à partir de 2008, une rationalisation qui demeure, toutefois, inaboutie... justifiant ainsi l'existence d'un nombre conséquent de **cabinets de conseil spécialisés** dans l'assistance au développement à l'international et/ou dans la chasse aux financements publics...

²⁰ La rémunération du VIE (coût moyen de 25 000 euros) est éligible au crédit d'impôt export depuis 2006.

²¹ La dépense fiscale pour l'Etat s'élève en 2009 à 13 millions d'euros. Elle était de 4,5 millions en 2006.

Grandir, Innover, Oser : les clefs pour gagner la bataille de l'export

1. Les mesures en faveur de l'export mises en œuvre depuis 2007

Depuis 2007, le Gouvernement de François FILLON a engagé, à la demande du Président de la République, un ensemble de réformes économiques qui ont directement ou indirectement concouru à **améliorer la compétitivité de nos entreprises**. Citons, pêle-mêle, l'exonération de charges sociales sur les bas salaires, la défiscalisation des heures supplémentaires et la réduction du montant de l'ISF pour les contribuables investissant dans les PME non cotées dans le cadre de loi TEPA en 2007, la réforme du crédit d'impôt recherche en 2008²², les mesures visant à amortir les effets de la crise et à améliorer le financement des PME (mise en place du Médiateur du crédit, création du Fonds Stratégique d'Investissement qui prend des participations dans des entreprises d'avenir²³...) en 2009, la réforme de la taxe professionnelle en 2010 et, plus récemment, les importants crédits alloués à la recherche et à l'innovation dans le cadre des Investissements d'Avenir (appels à projets collaboratifs laboratoires/entreprises, labellisation des sociétés d'accélération de transfert de technologies...). Parallèlement, un **volet de mesures spécifiques de soutien à l'export** a été adopté en 2008 et 2009, dans le prolongement du plan initié en 2006 par Christine LAGARDE (alors ministre déléguée au Commerce extérieur), aboutissant à un aménagement de notre dispositif public de soutien à l'export.

a. La création de l'Equipe de France de l'Export

Au printemps 2008, Christine LAGARDE, ministre de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi, et Anne-Marie IDRAC, secrétaire d'Etat chargée du Commerce extérieur, décident de fédérer les opérateurs publics de l'export au sein d'une *Equipe de France de l'Export* avec pour double objectif de coordonner leurs actions collectives d'accompagnement dans le cadre d'un programme commun ambitieux baptisé *Programme France* (www.programme-france-export.fr) et de simplifier les démarches des entreprises en proposant une offre intégrée.

- Pivot de l'*Equipe de France de l'Export*, l'établissement public industriel et commercial **Ubifrance** met son expertise et son réseau de 1 400 collaborateurs implantés à l'étranger (65 missions économiques dans 46 pays qui couvrent 85 % du commerce mondial ; le reste étant couvert par les services économiques de ambassades qui servent de correspondants) et sur tout le territoire national (22 délégations régionales) au service de l'accompagnement des PME exportatrices (www.ubifrance.fr). Pour cela, l'agence propose un catalogue de prestations *ad hoc*, organise des opérations de prospection individuelles ou de promotion collectives (participation à des foires et salons), finance les dépenses de

²² Le CIR a fait l'objet d'un important toilettage (déplafonnement, redéfinition du calcul de l'assiette éligible et fixation d'un taux unique de 30 % des dépenses) qui concourt à le rendre extrêmement attractif. 11 000 entreprises en ont bénéficié en 2010 pour un coût pour le budget de l'Etat de 4,5 milliards d'euros. L'Etat devrait y consacrer 2 milliards d'euros en 2011.

²³ Doté de 22 milliards d'euros d'actifs en 2010, le FSI investit plus de 400 millions d'euros/an dans les PME.

prospection au titre de la procédure *SIDEX* et assure pour le compte de l'Etat la gestion administrative et financière du dispositif VIE.

- Banquier des PME/ETI innovantes, **Oséo** (400 chargés d'affaires) est chargé du **financement** de l'innovation et du développement international des entreprises (www.oseo.fr). Société anonyme détenue majoritairement par l'Etat et la Caisse des dépôts et consignations, *Oséo* propose une gamme complète de prêts²⁴, intervient en garantie de prêts et de cautions bancaires, et propose un produit d'assurance contre le risque économique lié à l'implantation d'une filiale à l'étranger (*FASEP Garantie*)²⁵.
- Entreprise privée d'assurance-crédit non cotée (société anonyme filiale à 100 % du groupe bancaire *Natixis*), la **Coface** gère pour le compte de l'Etat, avec sa garantie et en échange d'une rémunération fixée par une convention²⁶, les procédures d'**assurance** des contrats d'exportation dont les aléas (interruption, risque de change...) sont trop importants pour que les compagnies d'assurance privées acceptent, seules, de les couvrir (www.coface.fr). Elle met ainsi en œuvre la politique d'assurance crédit arrêtée par le ministère de l'Economie. Sa gamme de garanties est très étendue (crédit, change, caution, préfinancement, investissements). Elle propose aussi pour le compte de l'Etat une **assurance prospection** qui permet de se prémunir contre le risque d'échec commercial²⁷. 362 salariés sont affectés à ces missions. Déjà renforcée par l'augmentation de la quotité garantie (passée de 65 à 80 % pour la prospection en direction de la Chine, de l'Inde, de la Russie, du Japon et des Etats-Unis) en 2006, l'assurance prospection est réformée en juin 2009 : son champ d'éligibilité est étendu aux ETI dont le chiffre d'affaires est compris entre 150 et 500 millions d'euros. Mis en place par la Direction Générale du Trésor, un complément d'assurance crédit public, baptisé *Cap Export* et *Cap + Export*, applicable aux entreprises exportant dans quatre zones cibles (120 pays) couvrant 90 % de nos exportations, renforce le dispositif traditionnel depuis octobre 2009. Il a récemment été prorogé jusqu'au 31 décembre 2011. Ces mesures prises dans un objectif contra-cyclique destiné à

²⁴ Le **Prêt Pour l'Export** (PPE) permet de financer les premières dépenses liées à l'export (études de marché, prospection, participation à des salons, modernisation de site Internet...). D'une durée de 6 ans (dont 1 an de différé d'amortissement en capital), d'un montant de 20 à 80 000 euros, et accordé sans garantie sur les actifs de l'entreprise ni caution personnelle du dirigeant ni concours bancaire associé, après validation du projet export par *Ubifrance*, le PPE est réservé aux entreprises en développement (+ de 3 ans). Une nouvelle version lancée en février 2011 en élargit le bénéfice aux PME en phase de création (- de 3 ans) et en augmente le plafond désormais fixé à 150 000 euros. Le **Contrat de Développement International** (CDI) s'adresse aux PME qui veulent se développer à l'international (augmentation du besoin de fonds de roulement pour la création d'une filiale...). Prêt d'une durée de 6 ans (dont 1 an de différé d'amortissement en capital) d'un montant compris entre 40 et 300 000 euros, il est accordé sans garantie sur les actifs de l'entreprise ni caution personnelle du dirigeant et accompagne obligatoirement un concours bancaire associé (qui peut aussi être garanti par *Oséo* à hauteur de 60 %). Le **Contrat de Développement Participatif** (CDP) s'adresse aussi aux entreprises en développement (+ de 3 ans) et permet de financer un programme d'investissement à l'export en complément de concours bancaires ou de renforcement de capitaux propres. Il couvre une assiette de dépenses plus large (achat de titres dans le cadre d'une opération de croissance externe...). D'une durée de 7 ans (dont 2 ans de différé d'amortissement) et d'un montant pouvant atteindre 3 millions d'euros, le CDP ne requiert aucune garantie sur les actifs de l'entreprise ni caution personnelle du dirigeant.

²⁵ Mis en place en 1999, le **FASEP Garantie** s'apparente à une assurance contre le risque économique lié à une implantation à l'étranger (hors espace économique européen). La garantie couvre 50 % du montant initial apporté en fonds propres par la maison-mère (pour un coût de 3 % du montant initial garanti). Elle est délivrée pour une période de 3 à 7 ans, après validation de la démarche par *Ubifrance* et la *Coface*.

²⁶ Le montant s'élève à 61,2 millions d'euros en 2009.

²⁷ Le nombre d'entreprises bénéficiaires s'élève, en 2009, à 6 500.

soutenir les entreprises pendant la crise ont eu pour conséquence une augmentation significative du volume des engagements souscrits par la *Coface* pour le compte de l'Etat. Forte de 1 000 commerciaux et agents exclusifs, de 120 filiales ou succursales présentes dans 66 pays (dernier en date, la Russie, en 2010), la *Coface* est aussi implantée sur le territoire national à travers 17 directions régionales et 5 centres de suivi clients. Ses experts mettent, par ailleurs, au service des entreprises des évaluations des risques pays et des analyses sectorielles.

- Les **autres partenaires** de l'*Equipe de France de l'Export* sont reconnus et confortés dans leur « métier » :
 - les **125 CCI territoriales et les 22 CRCI**, fédérées au sein de l'assemblée des chambres françaises de commerce et d'Industrie (ACFCI), dans leur rôle d'identification des exportateurs potentiels (www.cci.fr) ;
 - les **114 CCI françaises à l'étranger**, présentes dans 78 pays (900 collaborateurs) et fédérées au sein de l'union des chambres de commerce et d'industrie françaises à l'étranger (UCCIFE), dans leur rôle d'assistance dans la phase d'installation (domiciliation, portage...) et de développement (www.uccife.org) ;
 - les **4 000 conseillers du commerce extérieur de la France** (CCEF) – 2 400 à l'étranger présents dans 142 pays et 1 600 en France²⁸ – dans leurs missions de conseil bénévole, de parrainage et de promotion des VIE auprès des étudiants (www.cncef.org) ;
 - les **pôles de compétitivité**, les organisations professionnelles (CGPME, Medef International), les **opérateurs spécialisés du commerce international** (OSCI) regroupés au sein d'une fédération professionnelle (www.tradeexperts.fr) ainsi que l'Association Française de Développement (AFD), chacun dans son domaine sectoriel ou géographique d'intervention ;
 - enfin, les services déconcentrés de l'Etat (Direction Générale du Trésor) en Régions – les **24 ex-directions régionales du commerce extérieur** (DRCE) qui ont rejoint, depuis février 2010, les directions régionales chargées des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (DIRECCTE) en application de la Révision Générale des Politiques Publiques (RGPP) – dans leurs missions (« *diffuser et promouvoir les politiques économiques du Gouvernement à l'international* », « *informer les entreprises et les opérateurs du commerce extérieur des procédures publiques gérées par Coface et Ubifrance* », « *conseiller les pôles de compétitivité pour l'élaboration de leurs stratégies internationales* » et « *conseiller les acteurs régionaux (Conseil Régional, réseau consulaire, CCEF...)* sur les stratégies à mettre en œuvre pour l'internationalisation des entreprises et veiller à leur cohérence avec les politiques publiques et à leur articulation avec le dispositif public d'appui ») devenues obsolètes (www.tresor.economie.gouv.fr).

²⁸ Les CCEF sont officiellement entrés dans l'*Equipe de France de l'Export* en juin 2009. Un décret du 17 juin 2010 a réorganisé l'institution. Les CCEF sont nommés pour 3 ans par décret du Premier ministre sur proposition du ministre du Commerce extérieur.

b. Les mesures complémentaires destinées à favoriser l'accès de nos entreprises aux marchés étrangers

Outre la mise en place de l'*Equipe de France de l'Export*, le Gouvernement a pris des mesures complémentaires pour rendre plus efficient le dispositif public de soutien à l'export.

- **La rénovation de la procédure VIE**

La procédure VIE fait l'objet, en 2008, d'une profonde rénovation destinée à rendre le dispositif plus simple et plus attractif. Le délai de traitement des dossiers est raccourci à un mois. Une formule « clef en main » est mise en place par *Ubifrance* pour accompagner les PME dans leurs démarches de recrutement (*outsourcing*, obtention de visa et/ou de titre de séjour...). Par ailleurs, la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 assouplit le statut du VIE : possibilité est, désormais, offerte d'effectuer la mission de façon fractionnée et au bénéfice de plusieurs entreprises (VIE à temps partagé) et de verser un complément d'indemnité modulable en fonction des activités confiées au volontaire (www.civiweb.com). En dépit de ces aménagements, le dispositif VIE n'est ouvert qu'aux entreprises déjà implantées à l'étranger. Celles en prospection en sont exclues. En outre, le dispositif reste **sous-utilisé par les PME et ETI**. 60 % des contrats bénéficient, en effet, aux grands groupes. Enfin, la répartition géographique fait apparaître une affectation des VIE majoritairement au sein de l'UE (45 %) et secondairement dans les pays émergents à forte croissance (20 % seulement en Asie) ; ce qui tend à prouver que des marges d'amélioration existent.

- **La réorganisation d'Ubifrance**

Impulsée par sa tutelle, la réorganisation d'*Ubifrance*, conduite par son directeur général Christophe LECOURTIER, s'accompagne d'un **renforcement de sa présence à l'étranger** par le rattachement définitif des Missions économiques et l'ouverture de nouveaux bureaux²⁹, et d'une **augmentation significative des moyens** de l'agence. Grâce à une offre commerciale plus pertinente, *Ubifrance* s'impose comme un acteur public essentiel au service des entreprises exportatrices. Son bilan d'activités 2010 témoigne d'une incontestable montée en puissance, saluée par la Cour des Comptes dans son dernier rapport annuel. L'agence a ainsi accompagné 22 100 entreprises (+ 16 % par rapport à 2009), organisé 650 opérations de promotion collectives (+ 25 %), accordé 3 600 subventions pour le financement de dépenses de prospection (procédure *SIDEX*)³⁰, organisé 3 300 opérations de prospection individuelles, assuré la gestion pour le compte de l'Etat de 6 545 VIE (en mission dans 138 pays au bénéfice de 1 620 entreprises) et délivré le *Label France* à des dizaines d'opérateurs désireux d'engager des actions collectives de promotion à l'étranger regroupant au minimum 5 entreprises. La récente signature de la **convention d'objectifs et de performances pour la période 2011-2014** conforte *Ubifrance* dans son rôle de capitaine de l'*Equipe de France de l'Export*.

²⁹ 23 nouveaux bureaux ont été ouverts en 2010, 12 le seront en 2011-2012. L'objectif affiché (75 bureaux dans 56 pays) vise à couvrir 95 % du commerce mondial.

³⁰ La subvention d'un montant de 300 à 800 euros en fonction du pays de destination (attribuée jusqu'à deux fois par an) couvre une partie des frais de mission du (des) salarié(s). Près de 2 700 entreprises en ont bénéficié en 2009 pour un coût de 4 millions d'euros. Elles étaient 4 700 en 2010.

- ***La mobilisation des grands groupes***

En 2009, consciente de la nécessité d'améliorer les relations entre PME et grands donneurs d'ordre selon un modèle coopératif gagnant/gagnant indispensable dans la perspective de l'export, la secrétaire d'Etat au Commerce extérieur Anne-Marie IDRAC confie au président du conseil de surveillance de *Schneider Electric* Henri LACHMANN une mission de réflexion sur le portage des PME à l'international par des grands groupes déjà bien implantés hors de France. Inspirée des conclusions de son rapport, une association baptisée ***Pacte PME International*** est officiellement lancée en mars de la même année. Présidée par Henri LACHMANN, elle réunit aujourd'hui 24 grands groupes actifs en matière de portage (*Areva, Auchan, Carrefour, Total, EADS, Safran...*) ainsi qu'un certain nombre de membres associés (MEDEF, CGPME, *Oséo*, ACFCI, CNCCEF, Association des Régions de France, *Coface, Ubifrance*, Délégation Générale à l'Armement, UCCIFE). *Pacte PME International* est la déclinaison pour l'export du programme *Pacte PME* mis en œuvre en 2005 par *Oséo* et le Comité Richelieu dans le but de contribuer à l'émergence d'ETI innovantes par l'adossement de PME à des grands groupes (www.pactepme.org/international). Notons que le programme *Pacte PME* s'est récemment transformé en association, désormais présidée par Fabrice BREGIER (directeur général d'*EADS*).

- ***L'augmentation des fonds propres d'Oséo***

Restructuré après la fusion de ses trois filiales, conforté dans sa mission principale de financement des PME/ETI innovantes et exportatrices, et renforcé par une augmentation de 440 millions d'euros de ses fonds propres (une part du refinancement provenant de la taxe appliquée aux bonus réalisés par les traders durant la crise financière), *Oséo* bénéficie, dans le cadre des Investissements d'Avenir liés au Grand Emprunt, d'un complément de dotation (2 milliards d'euros) pour le financement des prêts participatifs destinés prioritairement aux ETI. En 2010, *Oséo* a ainsi pu accompagner 2 000 entreprises dans leurs actions à l'international, accorder 190 prêts pour l'export, garantir 40 projets pour un montant de 31 millions d'euros au titre du *FASEP* et débloquer un nombre croissant de prêts type CDI et CDP.

Au terme de trois années d'existence, force est de reconnaître que **les objectifs quantitatifs** fixés à l'*Equipe de France de l'Export* pour l'année 2011 (10 000 nouvelles entreprises accompagnées à l'international par *Ubifrance*, 10 000 VIE signés, 10 000 entreprises bénéficiaires de l'assurance prospection de la *Coface*) **n'ont pas été atteints**. Pas plus, d'ailleurs, que celui de 150 000 entreprises exportatrices (soit 50 000 de plus en 5 ans) qu'avait fixé le directeur général d'*Ubifrance* en 2006. De quoi donner partiellement raison à ceux qui estiment que les mesures prises relèvent de la « cosmétique » et du « rafistolage ».

c. Une rationalisation des leviers de soutien public à l'export inaboutie

Même si l'on note quelques évolutions indéniablement positives, telles l'augmentation de 14 % du volume des exportations en 2010, l'augmentation de 15 % du montant moyen exporté par entreprise (4,3 millions d'euros) ou la hausse du nombre d'exportateurs sur les marchés asiatiques (+ 5 %) et américains (+ 3 %), **les chiffres du commerce extérieur parlent d'eux-mêmes** et nous invitent à aller plus loin dans la révision de notre politique de soutien à l'export.

Si elle juge satisfaisante la « boîte à outils » mise à la disposition des entreprises françaises désireuses de se développer à l'international (qu'elle estime, d'ailleurs, comparable à celles mises en place dans les autres pays de l'OCDE), la **Cour des Comptes** pointe, toutefois, plusieurs **carences résiduelles** (mais non mineures) dans son dernier rapport public annuel et suggère un certain nombre d'ajustements à effectuer.

La Cour des Comptes estime, ainsi, que :

- la clarification des rôles entre *Ubifrance*, *Oséo* et la *Coface* est insuffisante ;
- le pilotage de l'*Equipe de France de l'Export* ne saurait être abandonné à *Ubifrance* et que l'Etat (via la Direction Générale du Trésor) doit le reprendre à son compte ;
- la stratégie globale mise en place en 2008 qui vise prioritairement à augmenter le nombre d'exportateurs de petite taille est potentiellement « *coûteuse* » pour les finances publiques (eu égard au risque d'échec) et « *inefficace* » sur le plan macro-économique (eu égard au fait que les TPE/PME contribuent faiblement au chiffre d'affaires à l'export) ;
- l'**absence des Régions** dans la définition de la stratégie globale de soutien et sa déclinaison territoriale est **injustifiée** ;
- certains dispositifs se caractérisant par des « *effets d'aubaine* » importants (ex : la procédure *SIDEX*, le crédit d'impôt export) ou aux critères contestables (ex : éligibilité des PME filiales de grands groupes à l'assurance prospection de la *Coface*) ont un impact limité qui justifierait leur suppression ou leur réexamen ;
- la reconnaissance du rôle du réseau consulaire est insuffisante ;
- enfin, le suivi et l'évaluation du dispositif sont quasi-inexistants.

Pour y remédier, **les magistrats suggèrent** prioritairement deux axes d'amélioration :

- un **meilleur ciblage** des aides ;
- une **territorialisation** de la politique de soutien à l'export.

Aller plus loin. Oui. Mais comment ? Des recommandations faites par les magistrats de la Cour des Comptes, des préconisations contenues dans les rapports thématiques qui ont alimenté notre réflexion et des suggestions nées de nos échanges avec les acteurs économiques et consulaires, nous avons retenu un certain nombre de **propositions** visant à améliorer notre dispositif public d'appui à l'export. Certaines ont commencé à être **mises en œuvre à l'initiative de l'Etat** (c'est le cas de l'ouverture en Auvergne du premier « guichet unique », en application de la charte nationale des partenaires de l'export signée le 12 juillet dernier, en présence du secrétaire d'Etat chargé du Commerce extérieur Pierre LELLOUCHE, entre *Ubifrance*, *Oséo*, la *Coface*, l'ACFCI et, pour la première fois, l'Association des Régions de France)³¹, **des Conseils Régionaux** (c'est le cas des dispositifs spécifiques en faveur des ETI type fonds d'amorçage dédié aux jeunes entreprises en croissance mis en place dans le cadre des schémas régionaux de développement économique de nouvelle génération) **et des opérateurs eux-mêmes** (c'est le cas de la mise en place par *Oséo*, la *Coface* et *Ubifrance* d'un pack financier commun baptisé *Box Export* qui sera disponible à l'automne prochain). Il convient de **les généraliser** et de **les compléter**.

³¹ Il en existe, aujourd'hui, dans quatre régions métropolitaines (Auvergne, Alsace, Rhône-Alpes et Lorraine).

2. 51 propositions pour aller plus loin

La frilosité des entreprises françaises à l'international est une réalité, mais elle n'est pas une fatalité. De même, notre pays n'est pas condamné à déplorer chaque année la stagnation des ses exportations et le creusement de son déficit commercial. Ne pas se résigner doit nous conduire à proposer des **mesures concrètes, pragmatiques et ciblées**. Comment encourager nos entreprises à faire le pari de l'exportation ? Comment rattraper notre différentiel de compétitivité avec l'Allemagne ? C'est à ces questions que nous devons répondre. Le constat a été fait par tous les analystes : ce sont les ETI qui sont les plus performantes ; ce sont elles qui ont les meilleures capacités d'autofinancement (elles préfèrent l'augmentation de leurs fonds propres à la distribution de dividendes) ; ce sont elles qui innovent le plus ; ce sont elles, enfin, qui ont les meilleures capacités de projection à l'international et qui sont les mieux armées pour s'imposer sur les marchés étrangers. Or, ce sont les ETI qui font défaut à notre tissu productif. C'est donc **sur les entreprises de taille intermédiaire innovantes et conquérantes que doit porter prioritairement notre action**, comme le préconise à juste titre le récent rapport du sénateur de H^{te}-Garonne Alain CHATILLON sur la désindustrialisation des territoires. Précisons que le Gouvernement a pleinement conscience de la nécessité de muscler notre tissu d'ETI ; en témoigne la mission confiée par le Premier Ministre au sénateur de la Vendée Bruno RETAILLEAU à l'automne 2009³².

Si le « modèle allemand » du *Mittelstand* n'est pas transposable en France, il convient de s'en inspirer. L'enjeu, on l'a dit, est de taille, en termes de croissance du PIB et de création d'emplois : une **augmentation de 10 % du volume de nos exportations permettrait de créer 25 000 emplois**. Quatre objectifs doivent nous guider : **faire grandir, stimuler, faciliter, recentrer**. Un cinquième pourra être ajouté : conduire une diplomatie économique plus offensive. Voici 50 propositions concrètes pour tenter de les atteindre **à budget constant**. Plusieurs d'entre elles confèrent aux Régions, dernières venues dans le champ du soutien à l'export, un rôle important justifié par les compétences qu'elles exercent depuis 2004 dans les domaines du développement économique, de la formation professionnelle et de l'innovation. La bataille de l'export sa gagne d'abord en France, dans les territoires, au plus près des entreprises, c'est-à-dire dans nos régions. C'est pourquoi les **Régions sont appelées à jouer un rôle grandissant** dans le soutien au développement international de nos entreprises.

- **Objectif n° 1 : Favoriser l'émergence d'un tissu dense d'ETI**

Créer un *Mittelstand* à la française, le « *chaînon manquant* » de notre tissu industriel, implique d'éliminer les obstacles qui empêchent nos PME de grandir et d'atteindre la taille critique qui les rendra plus performantes à l'international, et de créer un contexte macro-économique (fiscal, règlementaire et financier) favorable à leur émergence et à leur développement.

³² La lettre de mission est explicite : « *Alors qu'elles comptent en leur sein de très grandes entreprises particulièrement performantes, l'économie et l'industrie françaises manquent cruellement d'entreprises de taille intermédiaire (ETI). Cette faiblesse a des conséquences structurelles majeures sur la capacité de notre pays à innover, croître, exporter et créer de nouveaux emplois. (...) D'un point de vue conjoncturel, cette caractéristique réduit notre capacité à sortir rapidement par le haut de la crise actuelle car nous manquons d'entreprises capables de se placer sur les marchés mondiaux qui sont en train d'être reconfigurés. Aussi importe-t-il de revoir en profondeur la politique menée à l'égard de ces entreprises de manière à favoriser l'accroissement de leur nombre (...) ainsi que leur contribution à la ré-industrialisation du pays* ».

- **Proposition n° 1 : généraliser le système d’avances remboursables à taux zéro, les fonds d’amorçage spécialisés dans l’apport en fonds propres** au bénéfice des jeunes entreprises innovantes et les dispositifs de « franchissement de seuil » à fort effet levier mis en place par les Régions
- **Proposition n° 2 : instaurer un report ou une réduction de l’impôt sur les sociétés pour les bénéficiaires affectés à l’autofinancement** afin de renforcer les fonds propres des PME/ETI en croissance et faciliter leur accès au crédit
- **Proposition n° 3 : mobiliser l’épargne des ménages en faveur du financement des ETI** par la création d’un véhicule dédié et l’orientation des fonds du livret de développement durable
- **Proposition n° 4 : conforter l’accès des ETI aux prêts participatifs d’Oséo** destinés à financer les opérations de croissance externe et d’internationalisation
- **Proposition n° 5 : mobiliser davantage les financements communautaires** dédiés aux PME/ETI qu’il s’agisse des aides gérées par la Commission (programme ERASMUS pour les jeunes entrepreneurs, programme Passerelle Japon-Corée) ou des prêts accordés par la Banque européenne d’investissement (BEI) ou le Fonds européen d’investissement (soutien en capital-risque en phase d’amorçage, prêt bancaire)
- **Proposition n° 6 : promouvoir le portage des PME/ETI à l’international** qui peut revêtir plusieurs formes : appui logistique (mise à disposition de bureaux et/ou de locaux), accueil et hébergement de personnel ou de VIE, portage-salon (hébergement sur stand à l’occasion d’une foire), portage-mission, conseil, ouverture du carnet d’adresses et mise en relation avec clients et fournisseurs, assistance juridique et commerciale, tutorat de VIE, embauche de VIE à temps partagé
- **Proposition n° 7 : promouvoir la co-traitance entre grands donneurs d’ordre et PME/ETI** (principalement dans le domaine aéronautique) en modernisant la loi de 1975 sur la sous-traitance (consultation systématique ses sous-traitants...)
- **Proposition n° 8 : encourager les groupements, consortiums et/ou clubs d’ETI pour favoriser l’échange des bonnes pratiques au sein d’une même filière**, la mutualisation de certaines fonctions export, la veille sur les appels d’offres internationaux ou les financements communautaires
- **Proposition n° 9 : abaisser le coût du travail dans l’industrie en redéployant les allègements et exonérations de charges** sur les bas salaires dont bénéficient les entreprises de services en direction des salariés de l’industrie (industries vertes, agroalimentaire, aéronautique, automobile, luxe...)
- **Proposition n° 10 : orienter davantage les interventions du Fonds stratégique d’investissement vers les PMI et ETI industrielles** (en particulier, celles évoluant dans les industries vertes) en créant, par exemple, un fonds d’investissement dédié qui pourrait être géré par la CDC³³
- **Proposition n° 11 : améliorer l’accès de nos PME aux marchés publics intra-communautaires**

³³ Ce fonds permettrait d’anticiper les futures règles prudentielles (Bâle III et Solvency II) qui risquent d’impacter négativement l’implication des banques et des assurances auprès des PME.

- **Proposition n° 12 : multiplier et rendre plus attractives les formations en management d'affaires international** dispensées dans les écoles supérieures de commerce et les universités et **renforcer la maîtrise des langues étrangères** par les étudiants suivant ces cursus

- **Objectif n° 2 : Stimuler l'innovation dans nos PME**

Stimuler la R&D dans nos PME afin qu'elles s'appuient sur l'innovation pour élaborer une stratégie de niches spécialisées à forte valeur ajoutée et répondent ainsi mieux aux besoins du marché : c'est le deuxième axe d'une politique efficace en faveur de l'export. Si une PME sur vingt exporte, une PME innovante sur deux exporte ; preuve qu'innover fait exporter, et qu'exporter fait grandir.

- **Proposition n° 1 : conforter (après évaluation) le crédit d'impôt recherche** et élargir les dépenses éligibles vers l'aval du cycle de R&D
- **Proposition n° 2 : simplifier le crédit d'impôt recherche et assurer sa sécurité fiscale en développant la pratique du rescrit fiscal** qui garantit les entreprises contre le risque de redressement
- **Proposition n° 3 : moduler le taux du crédit d'impôt recherche selon la taille des entreprises** afin de privilégier les PME en croissance et les ETI
- **Proposition n° 4 : placer les PME et les ETI au cœur de la gouvernance des pôles de compétitivité** pour leur permettre de mieux se positionner sur les marchés d'exportation
- **Proposition n° 5 : encourager le travail collaboratif entre laboratoires et PME/ETI au sein des clusters et des pôles de compétitivité** par le lancement d'appels à projets régionaux dotés de moyens financiers renforcés
- **Proposition n° 6 : conforter les dispositifs d'encouragement et d'incitation fiscale** (exonération de cotisations sociales, allègement de l'IS, prêts d'honneur) **en faveur des Jeunes Entreprises Innovantes (JEI)**³⁴
- **Proposition n° 7 : encourager les dépenses de partenariat technologique entre PME françaises à fort potentiel et entreprises européennes** dans le cadre des pôles de compétitivité en mobilisant des financements type *Oséo* ou régionaux
- **Proposition n° 8 : encourager les nouvelles formes de commercialisation** (*e-business*, conventions d'affaires, accueil de délégations d'acheteurs étrangers) **et la mobilisation des réseaux** d'anciens étudiants étrangers en France et d'anciens VIE, mobilisation du réseau d'établissements scolaires et d'écoles supérieures à l'étranger...)
- **Proposition n° 9 : inciter à la pratique de l'intelligence économique au sein des entreprises présentes à l'export ou inscrites dans une stratégie export à venir** (sécurisation des données, sécurisation des process...).

³⁴ Les JEI consacrent au moins 15 % de leurs dépenses annuelles à des activités de R&D (dépenses de personnel, acquisition d'une licence d'exploitation d'un procédé, dépôt d'un brevet ou d'une marque, commercialisation d'un nouveau produit ou utilisation d'un nouveau procédé de fabrication ou de commercialisation)

- **Objectif n° 3 : Faciliter les démarches des entreprises qui font le pari de l'export**

Faciliter les démarches des entreprises qui font le pari payant de l'export (plus on exporte, mieux on sait exporter), c'est les aider à exporter durablement. Convaincre les chefs d'entreprise que l'export est un rempart contre la crise ne passe pas nécessairement par l'attribution d'aides supplémentaires – rappelons qu'à peine 20 % des entreprises exportatrices sollicitent *Ubifrance* – mais plutôt par un allègement et une simplification des démarches qui conduisent à l'acte d'exporter.

- **Proposition n° 1 : créer dans chaque Région** (échelon pertinent pour assurer la coordination) **une « plate-forme commune » réunissant tous les opérateurs de l'international** dont la gouvernance pourrait être partagée par la CRCI et le Conseil Régional et à laquelle pourraient être transférés les personnels des ex-DRCE ; le **réseau ainsi constitué par ces Agences Régionales de l'Export** (pendant en métropole du réseau d'*Ubifrance* à l'étranger) **constituerait un véritable service public de proximité dédié au soutien au développement international de nos entreprises**
- **Proposition n° 2 : mettre à disposition des entreprises un portail Internet national unique** centralisant tous les renseignements et informations relatifs à la démarche export et aux aides publiques existantes (en lieu et place des dizaines de sites existant)
- **Proposition n° 3 : concevoir en partenariat avec *Ubifrance*, à partir d'un cahier des charges précis, une offre sur mesure destinée aux PME et ETI (« pack export ») couvrant toutes les prestations** depuis les besoins en ressources humaines (VIE, perfectionnement en anglais des affaires...), la prospection, la promotion, la communication (création de site Internet en langues étrangères, référencement sur les sites prescripteurs...) jusqu'à l'implantation
- **Proposition n° 4 : poursuivre la simplification, l'accélération du traitement et la dématérialisation des procédures du commerce extérieur (avec comme objectif « zéro papier douanier » à l'horizon 2015)** et mettre en place un service en ligne unique accessible gratuitement permettant aux entreprises d'effectuer directement toutes les démarches en liaison avec l'exportation (titres, formulaires, licences, certificats d'origine...)
- **Proposition n° 5 : faciliter l'accès à l'assurance prospection de la *Coface* et augmenter le nombre d'entreprises bénéficiaires (objectif : 10 000)**³⁵
- **Proposition n° 6 : rapprocher la *Coface* et *Oséo* pour faire d'*Oséo* la banque-assurance publique des PME**
- **Proposition n° 7 : faciliter l'accès au financement de l'export par la mise en place d'une offre commune *Oséo/Coface*** dont la gestion serait assurée par *Oséo*
- **Proposition n° 8 : encourager la mise en place de structures d'hébergement des PME au sein des CCI françaises à l'étranger et des missions économiques *Ubifrance*.**

³⁵ Sans en exclure les PME et ETI filiales de grands groupes comme le suggère la Cour des Comptes.

- **Objectif n° 4 : Recentrer notre dispositif de soutien à l'export**

Pour perfectible qu'elle soit, la boîte à outils » à disposition des entreprises exportatrices n'en est pas moins complète. L'entreprise peut, si elle le souhaite, être accompagnée dans toutes les étapes de son parcours export pour un coût inférieur aux tarifs du marché. Il n'en demeure pas moins nécessaire d'y apporter des ajustements et de recentrer certains dispositifs en fonction de l'objectif prioritaire qui consiste à muscler notre tissu d'ETI.

- **Proposition n° 1 : achever la clarification des rôles des membres de l'Equipe de France de l'Export et toiletter certains dispositifs** (suppression de la procédure SIDEX...)
- **Proposition n° 2 : optimiser le budget d'Ubifrance en contenant les dépenses de fonctionnement et en augmentant les dépenses d'intervention**
- **Proposition n° 3 : réviser les objectifs fixés à Ubifrance dans le cadre de la convention d'objectifs et de moyens 2011-2014 en privilégiant :**
 - **l'accompagnement dans la durée** des primo-exportateurs qui pourrait se concrétiser sous la forme d'un « contrat d'appui » afin de pérenniser leur démarche export
 - **les PME innovantes positionnées sur des « marchés de niche »** où elles disposent d'avantages comparatifs importants et d'une situation quasi monopolistique au lendemain du lancement sur le marché d'un nouveau produit protégé par un brevet
 - **les PME opérant sur les marchés émergents extra-européens**
- **Proposition n° 4 : repérer les futurs exportateurs à fort potentiel en mobilisant toute la chaîne de l'export** depuis les incubateurs et pépinières jusqu'aux experts-comptables, fédérations professionnelles, réseau consulaire... et renforcer le soutien d'Ubifrance en leur direction
- **Proposition n° 5 : augmenter significativement le nombre de VIE et en élargir le bénéfice aux entreprises ayant un projet d'implantation à l'étranger**
- **Proposition n° 6 : réserver prioritairement le dispositif VIE aux PME et ETI industrielles innovantes**
- **Proposition n° 7 : développer le coaching et le tutorat des VIE en mobilisant de façon plus importante le réseau des CCEF**
- **Proposition n° 8 : dé plafonner le crédit d'impôt export, élargir l'assiette des dépenses éligibles** (dépenses engagées pour l'apprentissage et/ou le perfectionnement en *business English*, par exemple) **et moduler le taux en fonction de la taille des entreprises pour favoriser les JEI et les ETI**³⁶
- **Proposition n° 9 : augmenter le taux de couverture du FASEP Garantie.**

³⁶ Convaincu que la « dépense fiscale » doit, en priorité, cibler les secteurs les plus exposés à la concurrence internationale (et non les secteurs abrités), nous ne reprenons pas à notre compte la préconisation de la Cour des Comptes visant à supprimer le dispositif : le crédit d'impôt export ne doit pas être perçu comme une « niche fiscale » mais comme un investissement sur le long terme créateur d'emplois.

- **Objectif n° 5 : Mettre en œuvre une politique globale d'influence économique**

La globalisation des échanges a déclenché une « guerre économique » entre les Etats. Comme dans tout conflit, il convient de se battre à armes égales. C'est pourquoi il appartient à l'Etat de conduire une diplomatie plus offensive au service de notre économie et de mettre tous ses services et ministères en ordre de bataille.

- **Proposition n° 1 : poursuivre la lutte contre le protectionnisme, les distorsions de concurrence (démantèlement des barrières non tarifaires) et le dumping monétaire au sein des instances internationales (G 20, OMC) en intégrant les problématiques liées aux normes sociales et environnementales**
- **Proposition n° 2 : conditionner la signature de tout nouvel accord de libre-échange à l'application systématique du principe de réciprocité**
- **Proposition n° 3 : soutenir un accord ambitieux dans le cadre du Cycle de Doha à la condition *sine qua non* que les intérêts agricoles français (et européens) soient préservés**
- **Proposition n° 4 : accroître le soutien de l'Etat aux « grands contrats » (liés en particulier aux demandes d'infrastructures dans les pays émergents) et inciter les grands groupes à mieux en partager les retombées avec les PME et ETI cotraitantes**
- **Proposition n° 5 : améliorer le pilotage de la diplomatie économique en faveur des « grands contrats » en renforçant, par exemple, le rôle de la commission interministérielle d'appui aux contrats internationaux (CIACI) créée en mai 2008 qui pourrait être placée auprès du ministre du Commerce extérieur**
- **Proposition n° 6 : créer un ministère du Commerce extérieur de plein exercice**
- **Proposition n° 7 : promouvoir plus efficacement la *Marque France* par des campagnes de communication de grande ampleur régulières ou en lien avec des grandes manifestations internationales (sportives, culturelles...)**
- **Proposition n° 8 : renforcer les moyens mis en place dans le domaine de l'intelligence économique en créant une véritable administration dédiée, en mettant en place un réseau mondial d'intelligence économique et en soutenant les *think tanks* au service de la sécurité des entreprises (éclairage des risques, menaces et opportunités)**
- **Proposition n° 9 : renforcer les outils de lutte contre la contrefaçon dans les domaines du luxe, de la pharmacie, du vin...**
- **Proposition n° 10 : approfondir les liens entre commerce extérieur et aide publique au développement via un partenariat entre *Ubifrance* et l'AFD**
- **Proposition n° 11 : mieux faire profiter les PME des opportunités créées par les marchés de compensation**
- **Proposition n° 12 : renforcer la protection des droits de propriété intellectuelle au niveau communautaire**
- **Proposition n° 13 : améliorer la culture économique de nos chefs de poste diplomatique.**

Conclusion

Notre pays a **tout à gagner à l'ouverture internationale** mais pour que l'internationalisation de notre économie soit porteuse d'avenir et créatrice d'emplois dans nos régions, nous devons gagner la bataille de l'export.

L'exportation, c'est l'affaire de tous. Mais **la bataille du commerce extérieur se gagne, d'abord, à l'intérieur.**

Il nous faut, par conséquent, **convaincre nos chefs d'entreprise** de faire le pari de l'innovation, formidable accélérateur de croissance, et **d'oser l'international**. Et, pour cela, nous devons réviser et **optimiser à budget constant notre dispositif** public d'appui à l'export et, ce, **dès 2012.**

Bibliographie

Cartographie de la France qui exporte en 2010, (document téléchargeable sur le portail du secrétariat d'Etat au Commerce extérieur : www.exporter.gouv.fr).

Le chiffre du commerce extérieur – analyse semestrielle (1^{er} semestre 2011), Département des statistiques et des études économiques, Direction générale des douanes et droits indirects, Ministère du Budget, des Comptes publics et de la Réforme de l'Etat, août 2011.

Le chiffre du commerce extérieur (juillet 2011), Cadrage et tendances n° 230, Département des statistiques et des études économiques, Direction générale des douanes et droits indirects, Ministère du Budget, des Comptes publics et de la Réforme de l'Etat, septembre 2011.

ETI – Enquête annuelle 2011 – La conjoncture des entreprises de taille intermédiaire, Oséo-DGCIS, juin 2011.

« De la naissance à la croissance : comment développer nos PME », Paris, Institut Montaigne, juin 2011.

Alain CHATILLON, *Réindustrialisons nos territoires*, Rapport d'information fait au nom de la mission commune d'information sur la désindustrialisation des territoires présidée par Martial Bourquin, Rapport du Sénat n° 403, avril 2011.

Michel DIDIER et Gilles KOLEDA (dir.), *Compétitivité France/Allemagne : le grand écart*, Paris, Économica, mars 2011.

« Le soutien public aux entreprises exportatrices », Rapport public annuel 2011, Cour des Comptes, février 2011, pp. 251-278.

« La compétitivité française en 2010 », Document de travail n° 22, Centre d'observation économique et de Recherche pour l'expansion de l'économie et le développement des Entreprises (Coe-Rexecode), Paris, janvier 2011.

« Le lien innovation-exportation. L'expérience d'OSEO et d'UBIFRANCE », avril 2010.

Bruno RETAILLEAU, *Les entreprises de taille intermédiaire au cœur de la croissance nouvelle*, Rapport remis au Premier Ministre, février 2010.

Nicole MADARIAGA, « Spécialisation à l'exportation de la France et de l'Allemagne : similitude ou divergence ? », *Trésor-Eco* n° 68, Direction Générale du Trésor et de la Politique Economique, décembre 2009.

Raphaël CANCE, « L'appareil exportateur français : une réalité plurielle », *Trésor-Eco* n° 54, Direction Générale du Trésor et de la Politique Economique, mars 2009.

Lionel FONTAGNE et Guillaume GAULIER, *Performances à l'exportation de la France et de l'Allemagne*, La Documentation française, collection Les Rapports du Conseil d'Analyse Economique, n° 81, Paris, décembre 2008.

Christian STOFFAES, « *Mittelstand* : notre chaînon manquant », Rapport au Secrétaire d'Etat aux Entreprises et au Commerce extérieur, Conseil d'Analyse Economique franco-allemand, Paris, 2008.

« Exportations : comment améliorer la performance française ? », *Problèmes Economiques*, n° 2941, La Documentation française, Paris, février 2008.

« Grandir en Europe : hasard ou état d'esprit ? », Etude *Ernst & Young/ESCP-EAP*, 2008.

« Comment améliorer les performances des PME françaises à l'international ? », Rapport de la commission PME du comité national des conseillers du commerce extérieur de la France (CNCCEF), septembre 2007.

Jean-François ROUBAUD, « PME et commerce extérieur », Avis du Conseil Economique et Social, juillet 2007.

Alain COUSIN, *Le dispositif public d'appui à l'export*, Rapport d'information fait au nom de la mission d'information présidée par Jean Gaubert, Rapport du Sénat n° 3 703, février 2007.

Patrick ARTUS et Lionel FONTAGNE, *Evolution récente du commerce extérieur français*, La Documentation française, collection Les Rapports du Conseil d'Analyse Economique, n° 64, Paris, novembre 2006.

J. F., « Les administrations chargées du commerce extérieur », *Revue économique*, vol. 13, n° 6, 1962, pp. 939-941.

Annexe

51 propositions pour favoriser l'émergence d'un tissu dense d'ETI, stimuler l'innovation dans nos PME, faciliter les démarches de nos entreprises qui font le pari de l'export, recentrer les dispositifs de soutien à l'export et mettre en œuvre une politique globale d'influence économique

- Proposition n° 1 : généraliser le système d'avances remboursables à taux zéro, les fonds d'amorçage spécialisés dans l'apport en fonds propres au bénéfice des jeunes entreprises innovantes et les dispositifs de « franchissement de seuil » à fort effet levier mis en place par les Régions
- Proposition n° 2 : instaurer un report ou une réduction de l'impôt sur les sociétés pour les bénéficiaires affectés à l'autofinancement afin de renforcer les fonds propres des PME/ETI en croissance et faciliter leur accès au crédit
- Proposition n° 3 : mobiliser l'épargne des ménages en faveur du financement des ETI par la création d'un véhicule dédié et l'orientation des fonds du livret de développement durable
- Proposition n° 4 : conforter l'accès des ETI aux prêts participatifs d'*Oséo* destinés à financer les opérations de croissance externe et d'internationalisation
- Proposition n° 5 : mobiliser davantage les financements communautaires dédiés aux PME/ETI qu'il s'agisse des aides gérées par la Commission (programme ERASMUS pour les jeunes entrepreneurs, programme Passerelle Japon-Corée) ou des prêts accordés par la Banque européenne d'investissement (BEI) ou le Fonds européen d'investissement (soutien en capital-risque en phase d'amorçage, prêt bancaire)
- Proposition n° 6 : promouvoir le portage des PME/ETI à l'international qui peut revêtir plusieurs formes : appui logistique (mise à disposition de bureaux et/ou de locaux), accueil et hébergement de personnel ou de VIE, portage-salon (hébergement sur stand à l'occasion d'une foire), portage-mission, conseil, ouverture du carnet d'adresses et mise en relation avec clients et fournisseurs, assistance juridique et commerciale, tutorat de VIE, embauche de VIE à temps partagé
- Proposition n° 7 : promouvoir la co-traitance entre grands donneurs d'ordre et PME/ETI (principalement dans le domaine aéronautique) en modernisant la loi de 1975 sur la sous-traitance (consultation systématique ses sous-traitants...)
- Proposition n° 8 : encourager les groupements, consortiums et/ou clubs d'ETI pour favoriser l'échange des bonnes pratiques au sein d'une même filière, la mutualisation de certaines fonctions export, la veille sur les appels d'offres internationaux ou les financements communautaires
- Proposition n° 9 : abaisser le coût du travail dans l'industrie en redéployant les allègements et exonérations de charges sur les bas salaires dont bénéficient les entreprises de services en direction des salariés de l'industrie (industries vertes, agroalimentaire, aéronautique, automobile, luxe...)
- Proposition n° 10 : orienter davantage les interventions du Fonds stratégique d'investissement vers les PMI et ETI industrielles (en particulier, celles évoluant dans les industries vertes) en créant, par exemple, un fonds d'investissement dédié qui pourrait être géré par la CDC

- Proposition n° 11 : améliorer l'accès de nos PME aux marchés publics intra-communautaires
- Proposition n° 12 : multiplier et rendre plus attractives les formations en management d'affaires international dispensées dans les écoles supérieures de commerce et les universités et renforcer la maîtrise des langues étrangères par les étudiants suivant ces cursus
- Proposition n° 13 : conforter (après évaluation) le crédit d'impôt recherche et élargir les dépenses éligibles vers l'aval du cycle de R&D
- Proposition n° 14 : simplifier le crédit d'impôt recherche et assurer sa sécurité fiscale en développant la pratique du rescrit fiscal qui garantit les entreprises contre le risque de redressement
- Proposition n° 15 : moduler le taux du crédit d'impôt recherche selon la taille des entreprises afin de privilégier les PME en croissance et les ETI
- Proposition n° 16 : placer les PME et les ETI au cœur de la gouvernance des pôles de compétitivité pour leur permettre de mieux se positionner sur les marchés d'exportation
- Proposition n° 17 : encourager le travail collaboratif entre laboratoires et PME/ETI au sein des *clusters* et des pôles de compétitivité par le lancement d'appels à projets régionaux dotés de moyens financiers renforcés
- Proposition n° 18 : conforter les dispositifs d'encouragement et d'incitation fiscale (exonération de cotisations sociales, allègement de l'IS, prêts d'honneur) en faveur des Jeunes Entreprises Innovantes (JEI)
- Proposition n° 19 : encourager les dépenses de partenariat technologique entre PME françaises à fort potentiel et entreprises européennes dans le cadre des pôles de compétitivité en mobilisant des financements type *Oséo* ou régionaux
- Proposition n° 20 : encourager les nouvelles formes de commercialisation (*e-business*, conventions d'affaires, accueil de délégations d'acheteurs étrangers) et la mobilisation des réseaux d'anciens étudiants étrangers en France et d'anciens VIE, mobilisation du réseau d'établissements scolaires et d'écoles supérieures à l'étranger...)
- Proposition n° 21 : inciter à la pratique de l'intelligence économique au sein des entreprises présentes à l'export ou inscrites dans une stratégie export à venir (sécurisation des données, sécurisation des process...)
- Proposition n° 22 : créer dans chaque Région (échelon pertinent pour assurer la coordination) une « plate-forme commune » réunissant tous les opérateurs de l'international dont la gouvernance pourrait être partagée par la CRI et le Conseil Régional et à laquelle pourraient être transférés les personnels des ex-DRCE ; le réseau ainsi constitué par ces Agences Régionales de l'Export (pendant en métropole du réseau d'*Ubifrance* à l'étranger) constituerait un véritable service public de proximité dédié au soutien au développement international de nos entreprises
- Proposition n° 23 : mettre à disposition des entreprises un portail Internet national unique centralisant tous les renseignements et informations relatifs à la démarche export et aux aides publiques existantes (en lieu et place des dizaines de sites existant)
- Proposition n° 24 : concevoir en partenariat avec *Ubifrance*, à partir d'un cahier des charges précis, une offre sur mesure destinée aux PME et ETI (« pack export ») couvrant toutes les prestations depuis les besoins en ressources humaines (VIE, perfectionnement en anglais des affaires...), la prospection, la promotion, la communication (création de site Internet en langues étrangères, référencement sur les sites prescripteurs...) jusqu'à l'implantation

- Proposition n° 25 : poursuivre la simplification, l'accélération du traitement et la dématérialisation des procédures du commerce extérieur (avec comme objectif « zéro papier douanier » à l'horizon 2015) et mettre en place un service en ligne unique accessible gratuitement permettant aux entreprises d'effectuer directement toutes les démarches en liaison avec l'exportation (titres, formulaires, licences, certificats d'origine...)
- Proposition n° 26 : faciliter l'accès à l'assurance prospection de la *Coface* et augmenter le nombre d'entreprises bénéficiaires (objectif : 10 000)
- Proposition n° 27 : rapprocher la *Coface* et *Oséo* pour faire d'*Oséo* la banque-assurance publique des PME
- Proposition n° 28 : faciliter l'accès au financement de l'export par la mise en place d'une offre commune *Oséo/Coface* dont la gestion serait assurée par *Oséo*
- Proposition n° 29 : encourager la mise en place de structures d'hébergement des PME au sein des CCI françaises à l'étranger et des missions économiques *Ubifrance*
- Proposition n° 30 : achever la clarification des rôles des membres de l'*Equipe de France de l'Export* et toiletter certains dispositifs (suppression de la procédure SIDEX...)
- Proposition n° 31 : optimiser le budget d'*Ubifrance* en contenant les dépenses de fonctionnement et en augmentant les dépenses d'intervention
- Proposition n° 32 : réviser les objectifs fixés à *Ubifrance* dans le cadre de la convention d'objectifs et de moyens 2011-2014 en privilégiant :
 - l'accompagnement dans la durée des primo-exportateurs qui pourrait se concrétiser sous la forme d'un « contrat d'appui » afin de pérenniser leur démarche export
 - les PME innovantes positionnées sur des « marchés de niche » où elles disposent d'avantages comparatifs importants et d'une situation quasi monopolistique au lendemain du lancement sur le marché d'un nouveau produit protégé par un brevet
 - les PME opérant sur les marchés émergents extra-européens
- Proposition n° 33 : repérer les futurs exportateurs à fort potentiel en mobilisant toute la chaîne de l'export depuis les incubateurs et pépinières jusqu'aux experts-comptables, fédérations professionnelles, réseau consulaire... et renforcer le soutien d'*Ubifrance* en leur direction
- Proposition n° 34 : augmenter significativement le nombre de VIE et en élargir le bénéfice aux entreprises ayant un projet d'implantation à l'étranger
- Proposition n° 35 : réserver prioritairement le dispositif VIE aux PME et ETI industrielles innovantes
- Proposition n° 36 : développer le *coaching* et le tutorat des VIE en mobilisant de façon plus importante le réseau des CCEF
- Proposition n° 37 : dé plafonner le crédit d'impôt export, élargir l'assiette des dépenses éligibles (dépenses engagées pour l'apprentissage et/ou le perfectionnement en *business English*, par exemple) et moduler le taux en fonction de la taille des entreprises pour favoriser les JEI et les ETI
- Proposition n° 38 : augmenter le taux de couverture du FASEP Garantie
- Proposition n° 39 : poursuivre la lutte contre le protectionnisme, les distorsions de concurrence (démantèlement des barrières non tarifaires) et le dumping monétaire au sein des instances internationales (G 20, OMC) en intégrant les problématiques liées aux normes sociales et environnementales

- Proposition n° 40 : conditionner la signature de tout nouvel accord de libre-échange à l'application systématique du principe de réciprocité
- Proposition n° 41 : soutenir un accord ambitieux dans le cadre du Cycle de Doha à la condition *sine qua non* que les intérêts agricoles français (et européens) soient préservés
- Proposition n° 42 : accroître le soutien de l'Etat aux « grands contrats » (liés en particulier aux demandes d'infrastructures dans les pays émergents) et inciter les grands groupes à mieux en partager les retombées avec les PME et ETI cotraitantes
- Proposition n° 43 : améliorer le pilotage de la diplomatie économique en faveur des « grands contrats » en renforçant, par exemple, le rôle de la commission interministérielle d'appui aux contrats internationaux (CIACI) créée en mai 2008 qui pourrait être placée auprès du ministre du Commerce extérieur
- Proposition n° 44 : créer un ministère du Commerce extérieur de plein exercice
- Proposition n° 45 : promouvoir plus efficacement la *Marque France* par des campagnes de communication de grande ampleur, régulières ou en lien avec des grandes manifestations internationales (sportives, culturelles...)
- Proposition n° 46 : renforcer les moyens mis en place dans le domaine de l'intelligence économique en créant une véritable administration dédiée, en mettant en place un réseau mondial d'intelligence économique et en soutenant les *think tanks* au service de la sécurité des entreprises (éclairage des risques, menaces et opportunités)
- Proposition n° 47 : renforcer les outils de lutte contre la contrefaçon dans les domaines du luxe, de la pharmacie, du vin
- Proposition n° 48 : approfondir les liens entre commerce extérieur et aide publique au développement via un partenariat entre *Ubifrance* et l'AFD
- Proposition n° 49 : mieux faire profiter les PME des opportunités créées par les marchés de compensation
- Proposition n° 50 : renforcer la protection des droits de propriété intellectuelle au niveau communautaire
- Proposition n° 51 : améliorer la culture économique de nos chefs de poste diplomatique.

Sommaire

Introduction	p. 2
I. <u>La France, malade de son commerce extérieur</u>	p. 4
1. Un déficit de la balance commerciale durable et préoccupant	p. 4
a. Un solde commercial en constante dégradation	p. 4
b. Un appareil exportateur concentré et en stagnation	p. 5
c. Un décrochage avec l'Allemagne inquiétant	p. 6
2. Une combinaison de facteurs explicatifs	p. 7
a. A la montée en puissance des pays émergents et à la concurrence allemande....	p. 7
b. ... s'ajoutent les spécificités de notre appareil productif...	p. 8
c. ... et les imperfections de notre dispositif public de soutien à l'export	p. 9
II. <u>Grandir, Innover, Oser : les clefs pour gagner la bataille de l'export</u>	p. 13
1. Les mesures en faveur de l'export mises en œuvre depuis 2007	p. 13
a. La création de l'Equipe de France de l'Export	p. 13
b. Les mesures complémentaires destinées à favoriser l'accès de nos entreprises aux marchés étrangers	p. 16
c. Une rationalisation des leviers de soutien public à l'export inaboutie	p. 17
2. 51 propositions pour aller plus loin	p. 19
a. Objectif n° 1 : Favoriser l'émergence d'un tissu dense d'ETI	p. 19
b. Objectif n° 2 : Stimuler l'innovation dans nos PME	p. 21
c. Objectif n° 3 : Faciliter les démarches des entreprises qui font le pari de l'export	p. 22
d. Objectif n° 4 : Recentrer notre dispositif de soutien à l'export	p. 23
e. Objectif n° 5 : Mettre en œuvre une politique globale d'influence économique	p. 24
Conclusion	p. 25
Bibliographie	p. 26
Annexe	p. 28
Sommaire	p. 32