

FICHES-EXPORT

Fiche n°83 - Chambres de Commerce et d'Industrie de Normandie - Mai/Juin 2008

10 MESURES

POUR SOUTENIR LE COMMERCE EXTÉRIEUR FRANÇAIS

Hervé Novelli*, alors Secrétaire d'Etat au commerce extérieur, devait diagnostiquer le 7 février dernier quatre faiblesses structurelles propres aux entreprises françaises et venant gréver notre commerce extérieur.

Parallèlement il devait décréter une mobilisation générale pour l'exportation à travers 10 mesures de soutien.

Deux grands principes animent ces 10 mesures :

- Certaines sont inspirées par ce qui se fait de mieux dans le domaine en Allemagne, Italie, Grande-Bretagne, Espagne et même Japon.
- Les efforts ont été recentrés sur les PME et entreprises moyennes.

** Anne-Marie Idrac est aujourd'hui Secrétaire d'Etat au commerce extérieur.*

4 faiblesses diagnostiquées

1- La détérioration de notre compétitivité-coût vis-à-vis des pays de l'OCDE au cours des 5 dernières années (générale au sein des pays européens, sauf en Allemagne) pèse sur les marges des entreprises si elles veulent maintenir des prix compétitifs à l'export.

2- L'effort de R&D de nos entreprises est clairement insuffisant (1,12% du PIB), notamment en comparaison de l'Allemagne (1,68%), des Etats-Unis (1,68%) ou du Japon (2,53%). En particulier, les dépenses consacrées

à la R&D et à l'innovation dans nos PME est nettement en retrait.

Ces progrès sont nécessaires pour améliorer productivité et croissance, mais aussi pour renforcer la présence française à l'international.

3- Après avoir crû continûment jusqu'en 2001, le nombre d'entreprises exportatrices a sensiblement baissé ces dernières années. Il se stabilise depuis 2006 à environ 98 000 entreprises.

Pour l'essentiel, les entreprises qui ont disparu sont des PME indépendantes, de petite taille et qui ne parviennent pas à pérenniser leur activité d'exportation.

4- L'essentiel des exportations est réalisé par une très faible proportion de nos exportateurs.

La France manque de PME suffisamment grosses et innovantes pour profiter à plein des marchés à l'exportation. A l'instar du Mittelstand allemand, il nous faut bâtir un "Mittelstand à la française".

10 mesures pour soutenir les entreprises

1- Les procédures de la Coface sont simplifiées.

• **L'assurance prospection**, outil majeur est sous utilisé : seulement 1 400 entreprises par an alors que toute entreprise jusqu'à 150 millions d'euros de chiffre d'affaires peut y avoir recours. L'outil est simplifié (plus de droit d'ouverture de dossier), rendu accessible aux entreprises

innovantes qui pourront y avoir accès en phase de développement de produit, et redéployé en permettant à des entreprises locales à l'étranger d'y avoir recours.

- **La réforme de l'assurance-crédit** prévoit de mieux soutenir les secteurs de haute valeur ajoutée avec une garantie de l'immatériel, permettant d'être protégé dans le domaine des droits d'auteur, brevets, marques.
- Coface assouplit les **règles de garantie** applicables aux contrats en devises locales et modernise la garantie des investissements.

2- Le personnel dit "commercial" des Missions économiques passe sous la tutelle et la gestion d'**Ubifrance** qui conclura aussi des partenariats concrets et opérationnels avec les CCI en France ou à l'étranger.

Elle développera une véritable approche client des entreprises dans toutes leurs démarches à l'export, avec un suivi sur la durée.

3- Le nombre de **Volontaires Internationaux en Entreprise** est doublé en 2008 passant de 5 000 à 10 000. Les entreprises de droit local pourront désormais recruter des V.I.E. dès lors qu'elles auront un partenariat avec une entreprise française contribuant à nos exportations.

4- Les grands groupes sont mobilisés pour soutenir les PME à l'export (portage).

5- Nouvelles priorités géographiques au soutien de notre action sur la base de deux zones :

a) **une zone de 1^{ère} étape : Europe-Méditerranée**, constituée de marchés proches déterminante pour aider les PME à amorcer et consolider leur démarche à l'export. Cette zone de "première étape" doit devenir le véritable "marché intérieur" de nos PME.

b) **une zone du "Grand Large" :**

- **Asie** : Japon, Chine y compris Hong Kong et Taïwan, Inde, Malaisie, Corée, Thaïlande, Indonésie, Vietnam.

- **Amérique** : Etats-Unis, Canada, Mexique, Brésil, Chili.

- **Autres zones** : Russie, Ukraine, Afrique du Sud, Arabie Saoudite, Emirats Arabes Unis, Qatar, Koweït.

6- Les plans d'actions sectorielles sont renforcées, en lien avec les pôles de compétitivité. De nouveaux plans sont lancés dans les secteurs de l'ingénierie, le ferroviaire, l'automobile, l'architecture notamment, qui sont autant de secteurs porteurs à l'étranger.

7- Le soutien sur les salons et missions sera renforcé avec une volonté d'alignement "sur nos principaux concurrents européens dans ce domaine". "Le taux de soutien des entreprises sera accru, le nombre d'opérations labellisées également".

8- La dématérialisation de procédures du commerce extérieur constitue un chantier important : soutien aux projets privés de prestataires de services qui pourront proposer des plate-forme dématérialisées, une attribution d'un label.

9- Développement d'initiatives bilatérales innovantes (groupes de hautes personnalités, fonds d'investissements, coopèrent entre pôles de compétitivité français et étrangers).

10- Evolution des dispositifs fiscaux. (augmentation du crédit d'impôt lié aux opérations de prospection commerciale, mesure dite des 120 jours).

• Contacts :

Informations sur ce dispositif et ses évolutions auprès :
- de votre Conseiller en Développement International de proximité
- ou de votre DRCE.

- Votre Direction régionale du Commerce extérieur
Haute-Normandie : Bernard Crozes - Directeur Régional (Rouen) - Tél : 02 35 52 41 00
Basse-Normandie : Xavier Demerlé - Directeur Régional (Hérouville St Clair) - Tél : 02 31 94 75 00