

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
AVIS ET RAPPORTS DU
CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

*PME ET COMMERCE
EXTÉRIEUR*

2007
Avis présenté par
M. Jean-François Roubaud

MANDATURE 2004-2009

Séance des 10 et 11 juillet 2007

PME ET COMMERCE EXTÉRIEUR

**Avis du Conseil économique et social
présenté par M. Jean-François Roubaud, rapporteur
au nom de la section des relations extérieures**

(Question dont le Conseil économique et social a été saisi par décision de son bureau en date du 9 janvier 2007 en application de l'article 3 de l'ordonnance n° 58-1360 du 29 décembre 1958 modifiée portant loi organique relative au Conseil économique et social)

SOMMAIRE

AVIS adopté par le Conseil économique et social au cours de sa séance du mercredi 11 juillet 2007	1
Première partie - Texte adopté le 11 juillet 2007	3
INTRODUCTION	7
I - CONSOLIDER LA POSITION DE LA FRANCE COMME GRANDE PUISSANCE EXPORTATRICE	9
A - DES RÉORIENTATIONS STRATÉGIQUES NÉCESSAIRES	9
1. La nécessité d'un raffermissement de notre positionnement sectoriel	9
2. Une diversification encore trop timide de nos marchés	10
B - L'INSUFFISANTE CONTRIBUTION DES PME FRANÇAISES AU COMMERCE EXTÉRIEUR	11
1. Un nombre encore trop limité de PME exportatrices	11
2. Un tropisme vers les marchés européens	12
3. Trop de PME de petite dimension	13
II - ALLER PLUS AVANT DANS LE SOUTIEN AUX PME.....	14
A - ACCENTUER LES POLITIQUES EN FAVEUR DE LA CROISSANCE DES PME	14
1. Progresser dans l'allègement des charges administratives et dans la simplification administrative.....	14
2. Poursuivre la mise en œuvre de mesures leur permettant de grandir	15
3. Stimuler l'innovation orientée vers les PME.....	16
4. Renforcer le rôle des PME au sein des pôles de compétitivité	17
5. Encourager les groupements d'entreprises	17
6. Favoriser des synergies profitables aux PME.....	18
B - RÉDUIRE LES OBSTACLES À L'INTERNATIONALISATION DES PME	19
1. Au niveau de l'entreprise elle-même	19
2. Au niveau de l'environnement réglementaire des échanges.....	22
C - AJUSTER LE DISPOSITIF D'ACCOMPAGNEMENT DES PME À LEURS ATTENTES ET À LEURS BESOINS	27
1. Des aménagements incontournables.....	27
2. Une politique d'accompagnement des PME plus ciblée.....	30
CONCLUSION.....	35

Deuxième partie - Déclarations des groupes.....	37
ANNEXE A L'AVIS.....	65
SCRUTIN.....	65
DOCUMENTS ANNEXES.....	67
Document 1 : liste des personnalités rencontrées en Suède par M. Jean-François Roubaud, rapporteur	69
Document 2 : liste des références bibliographiques	71
Document 3 : table des sigles	73

AVIS

**adopté par le Conseil économique et social
au cours de sa séance du mercredi 11 juillet 2007**

Première partie
Texte adopté le 11 juillet 2007

Le 9 janvier 2007, le Bureau du Conseil économique et social a confié à la section des relations extérieures la préparation d'un projet d'avis intitulé *PME et commerce extérieur*¹.

La section a désigné M. Jean-François Roubaud comme rapporteur.

*
* *

Pour son information, la section a entendu les personnalités suivantes :

- M. François Asselin, président de l'entreprise Asselin ;
- M. Etienne Bernard, président-directeur général de la société L. Bernard SA ;
- autour de M. Jean-François Bernardin, président de l'Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie (ACFCI) : M. Patrick Van den Schrieck, vice-président de l'ACFCI, chargé de l'international et président de la Chambre régionale de commerce et d'industrie du Nord-Pas-de-Calais, et M. Renaud Favier, directeur des relations internationales de l'ACFCI ;
- M. Jean-René Buisson, président de l'Association nationale des industries alimentaires (ANIA) ;
- M. François David, président de Coface ;
- M. Jean-Christophe Donnellier, directeur des relations internationales au sein de la direction générale du Trésor et de la politique économique du ministère de l'Économie, des finances et de l'industrie ;
- M. Bruno Durieux, président du comité national des conseillers du commerce extérieur de la France ;
- M. Louis-Michel Morris, directeur général d'Ubifrance ;
- M. Guy Sallavaud, directeur du groupement régional du groupe Total ;
- M. Gilles Untereiner, directeur général de la Chambre de commerce et d'industrie Française en Allemagne.

¹ L'ensemble du projet d'avis a été adopté au scrutin public par 163 voix et 13 abstentions (voir le résultat du scrutin en annexe).

INTRODUCTION

La France, cinquième puissance commerciale, derrière le Japon, demeure parmi les tout premiers pays exportateurs, mais cela doit désormais s'apprécier dans le contexte d'une mondialisation qui a rebattu les cartes. Les grandes régions de croissance se sont déplacées et les échanges commerciaux se sont considérablement intensifiés. Certes, la France a reculé d'une place mais entre-temps, la Chine, avec ses excédents commerciaux colossaux, s'est introduite dans ce classement en se hissant à la troisième place, derrière l'Allemagne et les États-Unis. Depuis dix ans, ce sont en fait tous les pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) qui ont vu leurs parts de marché se rétrécir. Qu'on en juge : celle des États-Unis est tombée de 12,8 % à 8,7 %, celle du Japon de 9,6 % à 5,7 %, celle du Royaume-Uni de 4,8 % à 3,6 %, celle de la France de 6,3 % à 4,9 %. Mais, pour apprécier les performances à l'exportation d'une nation, il est un autre critère pertinent : la comparaison du montant d'exportations par tête d'habitant. Et là, la France apparaît à son avantage en étant le deuxième exportateur par tête d'habitant, juste derrière l'Allemagne. Un Français exporte 60 % de plus qu'un Américain, 40 % de plus qu'un Japonais, 30 % de plus qu'un Espagnol, 20 % de plus qu'un Britannique.

En 2006, nos exportations ont atteint le montant record de 387 Md€, soit un accroissement de 8,6 % par rapport à 2005. À l'exception notable du secteur de l'automobile qui, comme en 2005, a encore reculé, toutes les autres composantes ont été marquées par des évolutions encourageantes : les biens d'équipement et les biens intermédiaires qui couvrent plus de la moitié de nos exportations, les biens de consommation, les produits de luxe, les biens agroalimentaires dont les ventes se sont caractérisées par une reprise notable. On ajoutera que l'année 2006 aura été un excellent cru pour les grands contrats avec un montant de 36 Md€.

L'ensemble de ces résultats ne saurait néanmoins masquer une évolution préoccupante. Nos exportations, en rythme annuel, ont cru ces dernières années moins vite que celles de nos principaux partenaires européens et les données relatives à l'année 2006 illustrent le propos : + 8,6 % contre + 15,4 % pour le Royaume-Uni, + 13,7 % pour l'Allemagne et + 8,8 % pour l'Italie. De même, nos importations ont également augmenté plus rapidement que les exportations pour se chiffrer à 416 Md€, soit un bond de 9,8 %. L'excédent sur les services, marché sur lequel la France, avec un montant de 91 Md€, est le quatrième exportateur mondial, s'est aussi réduit chutant de 8,1 Md€ en 2005 à 3,3 Md€ en 2006. Il faut préciser que l'année 2005 avait été particulièrement positive car ce poste avait, avec un résultat de 93 milliards d'exportations, augmenté de 6 % après plusieurs années de quasi stagnation.

Enfin et surtout, le déficit, entre 2005 et 2006, est passé de 22,9 Md€ à 29,2 Md€ en 2006 et va s'accroissant depuis le début des années 2000. Et, nul ne contestera que, même si ce déficit, dû pour moitié à l'impact d'une facture énergétique de plus en plus lourde, ne se monte qu'à 1,5 % du Produit intérieur brut (PIB) contre, par exemple, 10 % pour la Grande-Bretagne et 7 % pour l'Espagne, il témoigne d'une fragilité inquiétante.

Face à l'érosion de ses parts de marché, au durcissement de la compétition mondiale et à l'ouverture de nouveaux marchés, on mesure le défi que représente pour notre pays, le maintien de sa force de frappe commerciale et plus encore, son renforcement par un plus grand nombre d'entreprises présentes à l'international, et singulièrement de Petites et moyennes entreprises (PME). Le Conseil économique et social estime donc qu'il y a urgence à réagir car le recul relatif de nos exportations équivaut chaque année à la perte d'un demi-point de PIB. Or, ce sont plus de 5 millions d'emplois qui sont liés directement ou indirectement aux activités d'exportations.

Si, au travers de cet avis, le Conseil économique et social souhaite, bien sûr, contribuer utilement à la réflexion sur ce sujet important, son objectif est cependant plus ambitieux : partant des points de faiblesse de notre commerce extérieur et des actions déjà engagées par les gouvernements successifs, il vise à formuler des propositions fortes de nature à aider à la restauration de notre compétitivité, en plaçant les **PME indépendantes de France métropolitaine et des collectivités d'Outre-mer** au cœur de cette reconquête.

I - CONSOLIDER LA POSITION DE LA FRANCE COMME GRANDE PUISSANCE EXPORTATRICE

A - DES RÉORIENTATIONS STRATÉGIQUES NÉCESSAIRES

Hors énergie, le solde du commerce extérieur français aurait été excédentaire et il serait, dans cette hypothèse, passé, entre 2005 et 2006, de 15,5 Md€ à 17,7 Md€. Néanmoins, comment justifier, face à nombre de pays européens, logés à la même enseigne et qui ont battu, en 2006, des records d'exportations, que la conjugaison du coût croissant des matières premières et de la hausse de l'euro constituerait un handicap difficilement gérable ? Illustration de cette interrogation, les excédents historiques de l'ordre de 170 Md€ dégagés par l'Allemagne mais également ceux, en très forte progression, constitués par la Finlande ou, à l'extérieur de l'Union européenne, par la Suisse, pour ne citer que ces deux exemples. L'euro est donc une explication tout aussi incomplète car, il faut rappeler que 70 % du commerce de la France s'effectue au sein de la zone euro et, pour les 30 % restants, elle se trouve « confrontée », comme ses voisins de cette zone, à une contrainte monétaire similaire. De plus, l'euro a amorti la flambée du cours des matières premières importées, tout en favorisant la stabilité des prix et de l'activité économique de la zone euro. Indubitablement, nos échanges extérieurs présentent des signes de vulnérabilité.

1. La nécessité d'un raffermissement de notre positionnement sectoriel

Selon un discours trop souvent entendu, la France, contrairement à l'Allemagne, ne vendrait pas assez de biens à fort contenu technologique, ce qui expliquerait que notre pays serait moins en phase avec la dynamique du commerce mondial. Cette assertion mérite d'être nuancée. **La France dispose d'avantages comparatifs dans un large spectre de secteurs.** Dans les domaines de la haute technologie, les transports, l'aéronautique, le traitement de l'eau, l'automobile, la pharmacie, les télécommunications, l'agroalimentaire participent très largement de ses succès à l'exportation. À l'aune du montant de ses exportations, la France vend même relativement plus de produits technologiques que l'Allemagne et selon une structure, en termes de spécialisations, plus large que son principal partenaire dont le commerce s'articule autour de trois grandes catégories de biens : les véhicules routiers, les appareillages industriels, les machines industrielles. Sa renommée n'est pas davantage en reste en matière de savoir-faire comme pour de nombreux produits, notamment de consommation dont la mise au point allie créativité, originalité, notoriété, qualité des réseaux de distribution et de service après-vente.

Si la ventilation sectorielle de ses exportations ne place donc pas la France dans une posture moins avantageuse, **elle apparaît**, en revanche, nonobstant un développement de ses parts de marché, **dans une position moins solide s'agissant du secteur des biens d'équipement de moyenne-haute technologie** dont les ventes, de par le monde, explosent sous l'effet de taux de croissance très soutenus dans de nombreux pays en phase de décollage économique. Dotée d'une réputation sans conteste sur ces segments, d'un investissement conséquent

dans l'innovation qui atteint 1,7 % du PIB contre 1,3 % du PIB français et qui lui permet de mener une authentique politique de compétitivité hors prix, l'Allemagne détient là un point fort : une offre en totale connexion avec la demande mondiale, composée de produits à très forte valeur ajoutée et peu sensible aux variations de change, à l'inverse des entreprises françaises qui, pour intégrer les chocs macroéconomiques, sont contraintes de réduire leurs marges et conséquemment leurs capacités à investir et à croître.

Indiscutablement, la France a un retard à combler car, sur ces créneaux à très fort potentiel et à l'égard desquels les pays développés conservent une longueur d'avance, le « danger » le plus immédiat ne provient pas encore de nations émergentes mais bien de la concurrence exercée par nos compétiteurs les plus directs : l'Allemagne bien sûr mais aussi le Japon, les États-Unis...

2. Une diversification encore trop timide de nos marchés

Il n'en demeure pas moins que, malgré une diversification en marche de la carte géographique de nos marchés, soutenue en cela par le dispositif « Cap export », **l'Europe, l'Afrique, le Proche et le Moyen-Orient continuent à recevoir les trois quarts des exportations françaises** alors que ces trois parties du monde équivalent à moins de 45 % du commerce mondial. **L'Union européenne, de par sa proximité et l'existence d'un marché unique, capte à elle seule 64 % de nos ventes** qui ont d'ailleurs, en son sein, augmenté, en 2006, de 8,1 % contre 2,9 % en 2005 pour un montant de 249 Md€. Les importations ont, quant à elles, atteint les 259 Md€, progressant de 8,2 %, soit légèrement plus que les exportations et elle accuse, pour la deuxième année, un déficit de 10,6 Md€. **Au sein de la zone euro**, la reprise de la croissance, singulièrement en Allemagne, a fortement influé sur le redémarrage de nos exportations. Les exportations vers l'Allemagne, notre premier partenaire depuis plus de 80 ans, ont cru plus rapidement, + 4,1 %, que nos importations en provenance de ce pays mais nos échanges restent marqués par un déficit de plus de 14 Md€. L'Espagne, le Royaume-Uni, l'Italie, la Belgique sont les pays avec lesquels la France réalise, après l'Allemagne, le plus de ventes. Elles ont, il convient d'en faire mention, très nettement progressé avec l'Espagne, + 5,5 %, les Pays-Bas, + 9,1 %, ainsi qu'avec l'Italie, + 7,6 %. S'agissant de l'Espagne, elle peut se prévaloir, pour la première fois, d'un excédent. **Pour résumer, deux tiers du commerce intra européen de la France s'effectue avec quatre pays proches : l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie et la Belgique.** Hors zone euro, la Grande-Bretagne est le cinquième partenaire de la France avec des ventes en progression.

Nos échanges ont également été très dynamiques avec **les dix nouveaux pays entrants** et plus particulièrement avec la Pologne, + 47,7 %, et la Tchéquie, 20,9 %. Hors Union européenne, ils ont été très soutenus avec la Suisse et la Turquie.

L'Afrique - qui ne participe aux échanges internationaux qu'à hauteur de 1 % du commerce international - ainsi que **le Proche et le Moyen-Orient reçoivent 8,6 % de nos ventes**. La France est le premier exportateur européen sur le continent africain. Des liens historiques et culturels anciens, des accords de partenariat privilégié, bilatéraux ou européens à l'instar des accords de Cotonou ou du partenariat euro-méditerranéen qui s'inscrivent, dans une politique plus large de coopération, sont autant d'éléments concourant à l'importance du commerce avec ces régions.

Mais, **force est de constater que les gisements de forte croissance et de dynamique des marchés se sont déplacés et sont désormais, pour une large part, en Asie où la France demeure insuffisamment présente**. Alors que l'Asie, l'Amérique du Nord et l'Amérique du Sud comptent pour plus de la moitié du commerce mondial, **seulement 20 % de nos exportations se dirigent vers ces ensembles**. Certes, ses exportations sont en augmentation très nette, (+ 40 % en Chine, + 35 % en Inde, + 42 % au Brésil) avec des scores de croissance supérieurs à ceux de l'Allemagne ou de l'Italie mais ces fortes progressions sont quelque peu en trompe l'œil dans la mesure où la France reste, dans ces contrées lointaines, très en-deçà des positions déjà acquises par les grands pays européens et ce, souvent depuis de nombreuses années. La modestie de ses parts de marché est là pour en témoigner : 4 % en Russie, 2 % en Chine, 1,5 % en Inde.

Néanmoins, nul ne disconvient que la conquête de marchés éloignés suppose aussi des entreprises aptes à se projeter à l'international, c'est-à-dire disposant d'un produit ou d'un service exportable et ayant les capacités de prendre des risques ainsi que d'investir en recherche-développement. Or, la France a, à ce niveau, un handicap et donc un défi à relever : la multiplication du nombre de ses entreprises exportatrices et plus particulièrement de ses **PME indépendantes**.

B - L'INSUFFISANTE CONTRIBUTION DES PME FRANÇAISES AU COMMERCE EXTÉRIEUR

1. Un nombre encore trop limité de PME exportatrices

Dans un monde caractérisé par une globalisation accélérée des échanges et une concurrence exacerbée, la rapidité de réaction du tissu industriel aux nouvelles perspectives de ventes, notamment sur les marchés lointains, est effectivement un élément clé. De ce point de vue, **la France pâtit**, sans nul doute, **d'une faiblesse structurelle de son réseau d'entreprises, singulièrement en ce qui concerne le nombre d'entreprises entre 20 et 250 salariés**.

Sur un total de près de 2,5 millions d'entreprises, la **France compte quelque 108 000 entités actives sur les marchés extérieurs, ce qui correspond à quelque 4 % du total susmentionné contre 11 % des firmes allemandes.** Or, comme ont pu le souligner, au travers d'analyses convergentes, la direction générale du Trésor et de la politique économique du ministère de l'Économie, des finances et de l'emploi ou encore l'Observatoire européen des PME, plus les firmes sont de taille importante, plus la probabilité qu'elles développent une activité de vente à l'international est grande. Ainsi, près de 70 % des entreprises françaises de plus de 250 salariés sont exportatrices alors qu'on ne recense que 22 % des PME de 10 à 249 salariés et 2 % de TPE. Au sein de l'Union européenne à 15,19 % des PME comprenant moins de 10 salariés étaient exportatrices contre 46 % des PME de plus de 50 salariés.

En outre, si **les PME indépendantes représentent 79 % des entreprises exportatrices, leur part dans le chiffre d'affaires total des exportations n'excède pas les 15 %.** Ce sont les grands groupes français - 6 % des exportateurs - et les entreprises étrangères - 9 % -, qui assurent la majorité des ventes à l'étranger : respectivement 39 % et 45 % en 2004. En termes d'évolution, les statistiques des Douanes font apparaître, en 2006, une diminution du nombre de PME exportant - 78 800 contre 80 000 en 2005 - contrebalancée toutefois par une hausse du chiffre d'affaires - 133 Md€ contre 114 Md€. Il s'agit là d'une évolution qui se dessine depuis le début des années 2000, ce qui tendrait à témoigner d'une tendance à la spécialisation de certaines PME à l'exportation.

À ce jour, le secteur du commerce domine en nombre d'entreprises sur les marchés internationaux - 40 % - mais il n'émarge que pour 21 % du chiffre d'affaires contre 71 % pour le secteur de l'industrie qui regroupe 30 % des PME exportatrices. Quant au secteur des services, il rassemble 23 % des PME et réalise 9 % des ventes. Formulé autrement, 80 % des entreprises commerciales exportant comptent moins de 20 salariés. Elles génèrent 60 % des ventes de ce secteur à l'étranger. La moitié des PME industrielles de moins de 20 salariés couvre, pour ce qui les concerne, 9 % des exportations.

2. Un tropisme vers les marchés européens

Les exportations des PME se dirigent à 76 % vers les marchés les plus proches contre 68 % pour celles des grandes entreprises. L'Union européenne reçoit 66 % de leurs exportations et l'Afrique 10 %. A contrario, leurs ventes à destination des contrées lointaines n'atteignent que 15 % contre 20 % pour les grands groupes. On ajoutera que 49 % des PME exportent vers un seul pays et 14 % d'entre elles, en direction de deux pays. Seules 6 % des PME comptent plus de 20 partenaires alors que 56 % des grandes entreprises exportent vers plus de 10 destinations.

Tout aussi parlant, le caractère trop souvent discontinu de leur présence à l'exportation. **Près d'un tiers des PME n'exporte qu'une année sur deux.** Ce *turnover* élevé témoigne du caractère ponctuel d'une grande majorité d'opérations d'exportation. Encore trop peu de PME développent, sur le moyen terme, une stratégie pérenne et ambitieuse.

3. Trop de PME de petite dimension

Ce ne sont pas seulement les très grandes entreprises qui connaissent parfaitement les règles du jeu d'une économie devenue totalement mondialisée qui permettront à l'avenir de regagner ou de remporter de nouveaux marchés. Preuve en est que si la France a connu une augmentation de ses ventes sur les nouveaux marchés, notamment en Asie, **l'Allemagne** a fait incomparablement mieux grâce à ses puissants groupes industriels mais tout autant grâce à **ses PME plus grandes, plus solides financièrement et plus étoffées en ressources humaines.**

Quand l'Allemagne affiche 14,2 % d'entreprises entre 10 et 49 salariés et 2,3 % entre 50 et 249 salariés, la France n'en dénombre respectivement que 6,5 % et 1,1 %. Dans beaucoup d'autres pays européens également, ces deux catégories de PME occupent une plus grande place : Danemark, Estonie, Lituanie, Lettonie, Pays-Bas, Suède, Slovaquie, Royaume-Uni...

Il ne s'agit pas de surévaluer le facteur relatif à la dimension de l'entreprise. Il existe, en effet, des PME innovantes ou détenant un savoir-faire spécifique, y compris des TPE, qui ont prouvé que, sur des marchés de niches extrêmement variés, elles pouvaient prendre des risques et remporter des succès commerciaux. Leur comportement à l'international dépend également de toute une série de facteurs aussi divers que les spécificités du secteur d'activité, les marges et la capacité financière des entreprises, l'appétence de leur dirigeant pour l'international, voire la maîtrise de langues étrangères.

Mais, il est tout aussi vrai que d'atteindre pour une PME une certaine taille critique - au-delà de 10 salariés - procure un certain nombre d'atouts en partie déterminants pour une prise de risque à « l'export » : une marge de manœuvre financière, des moyens humains plus conséquents susceptibles d'être dédiés à la prospection, des investissements dans la recherche-développement pour innover mais également pour gagner en productivité et mettre au point de nouveaux produits. Or, on sait que ces investissements demeurent insuffisants en France et notamment au sein des PME. Si la France fait montre de dynamisme dans la création d'entreprises et possède un nombre élevé de Très petites entreprises (TPE) de moins de quatre salariés (85 % du total des PME), la carence de son tissu en entreprises de dimension moyenne est l'expression d'une vraie difficulté à les faire croître et à faire émerger de futurs champions à l'export. Les chiffres sont particulièrement évocateurs : le nombre d'entreprises de 9 salariés est deux fois supérieur à celui de 10. La différence est encore plus marquée pour celles de 49 à 50. Le Conseil économique et social constate que trop de PME semblent interrogatives, voire inquiètes de franchir certains seuils au niveau de leurs effectifs, et pensent même qu'ils constituent un frein à leur développement. Sans compter que le manque de progressivité de certaines

dispositions sociales, fiscales ou économiques induit également des effets de seuil qui peuvent être préjudiciables à la croissance des PME.

Comme l'institut Montaigne le souligne, dans une note de juillet 2006 intitulée *Pourquoi nos PME ne grandissent pas ?*, cet état de fait est « *d'autant plus regrettable que les PME sont plus réactives et plus innovantes que leurs grandes rivales et, donc, potentiellement aussi aptes que ces dernières à conquérir de nouveaux marchés... D'où l'importance de les aider à atteindre cette taille critique afin de les rendre plus compétitives* ».

II - ALLER PLUS AVANT DANS LE SOUTIEN AUX PME

Il y a désormais une prise de conscience quant à la nécessité pour la France de se doter d'une politique spécifique en faveur des PME, comme d'autres pays européens l'ont, au demeurant, parfois fait depuis longtemps. Au niveau européen, plusieurs dispositifs communautaires visant à développer l'activité des PME ont par ailleurs été institués : charte des petites entreprises, réseau des Euro info centres, programme JEREMIE géré par le Fonds européen d'investissement (FEI)... À l'extérieur de l'Europe, l'exemple américain est particulièrement frappant puisque ce pays d'inspiration très libérale a commencé à élaborer, dès 1953, un cadre législatif qui ne cesse d'évoluer pour encourager le développement de ses PME. Un véritable accélérateur de croissance consisterait donc à instaurer un *small business act* adapté aux spécificités françaises et compatible avec l'environnement européen, qui encadrerait l'action des pouvoirs publics et stimulerait la compétitivité des PME dans un environnement qui valorise l'envie d'entreprendre.

En France, la volonté de promouvoir le développement international des PME a donné lieu à plusieurs plans gouvernementaux, dont le récent « Cap export ». **Il s'agit là d'une démarche positive que le Conseil économique et social fait sienne**. Il lui apparaît néanmoins urgent d'aller encore plus loin dans la réflexion et les initiatives concrètes à prendre pour élargir le vivier des PME exportatrices.

A - ACCENTUER LES POLITIQUES EN FAVEUR DE LA CROISSANCE DES PME

Dans ce contexte et afin de doper à court terme la croissance et la compétitivité des PME, **le Conseil économique et social se prononce**, en premier lieu, pour **la poursuite et l'approfondissement des politiques déjà engagées pour en particulier**

1. Progresser dans l'allègement des charges administratives et dans la simplification administrative

Le poids des charges administratives est ressenti comme une entrave à l'expansion des PME ainsi que l'illustrent les résultats de l'Eurobaromètre d'octobre 2005. Au terme de cette enquête, près de la moitié des entreprises françaises estiment qu'une meilleure adaptation de la législation sociale et fiscale serait autant de temps recouvré pour se consacrer aux démarches commerciales et à leur cœur de métier.

Au-delà du coût pour chaque entreprise, cet impact est conséquent pour les économies nationales et européennes. Les coûts administratifs en France sont évalués à 3,7 % du PIB, 3,5 % pour l'Union européenne et une diminution de 25 % de ces coûts aboutirait à une augmentation du PIB de 1,4 % pour la France et 1,6 % pour l'Union européenne (chiffres Direction générale « Entreprises », Commission européenne).

Il serait vain de décliner toutes les simplifications possibles mais le Conseil économique et social a traité de cette problématique dans le cadre de l'avis adopté le 30 mai 2005 et intitulé *Entreprises et simplifications administratives*. Son rapporteur, Mme Anne Duthilleul, écrivait alors : « *La volonté de simplification doit conduire à structurer en réseaux les services rendus au public, afin de gérer la complexité croissante des procédures au sein de l'administration. Ainsi, l'utilisation coordonnée des outils électroniques permet de décharger les usagers d'une part significative de leurs démarches* ».

Pour le Conseil économique et social, les politiques de simplification pourraient également s'appuyer sur les dispositifs européens actuellement en discussion ou appelés à être prochainement transposés en France. Ainsi, la directive « services » contient des dispositions qui devraient permettre de rendre plus aisées les démarches à l'international. Il s'agit des « guichets uniques » auprès desquels les entreprises désirant travailler dans les pays de l'Union pourront récolter des informations et effectuer les formalités nécessaires à leur implantation dans l'Union. **De même, le Conseil économique et social estime que la finalisation d'un statut juridique de la PME - société privée européenne - serait assurément un moyen de sécuriser les démarches des dirigeants d'entreprises.**

En outre, l'introduction dans les PME de l'*e-business*, grâce aux nouvelles technologies de l'information et de la communication, a profondément renouvelé les modes de gestion. Il est devenu un facteur clé de l'expansion commerciale au-delà des frontières nationales. Ainsi, le Conseil économique et social estime indispensable d'**encourager les PME à se tourner de plus en plus vers l'*e-business*** en favorisant sa sécurisation et l'harmonisation des procédures pour une plus grande simplification.

2. Poursuivre la mise en œuvre de mesures leur permettant de grandir

Des mesures ont déjà été prises telle que la mise en place de France Investissement, structure qui est destinée à injecter des fonds dans les entreprises innovantes et en développement. De même, le dispositif visant les « gazelles » a été créé pour aider les entreprises en forte croissance en leur accordant notamment des avantages fiscaux (report de charges, gel de l'impôt sur les sociétés).

Ces mesures devraient stimuler le développement et la croissance de nombreuses PME, notamment en matière de financement de leurs investissements. Pour autant, il importera de veiller à ce que **ces aides ne soient pas uniquement à destination des entreprises innovantes *stricto sensu***. Pour le Conseil économique et social, l'innovation, c'est d'abord un « projet d'entreprise » global intervenant à tous les stades du développement de l'entreprise et irriguant toutes ses activités.

Par ailleurs, concernant les « gazelles », **il est regrettable que le dispositif fasse fi du critère de l'augmentation du chiffre d'affaires** pour y substituer une augmentation de la masse salariale de 15 à 20 % sur les trois derniers exercices. Or, l'investissement productif est capital. Si l'entreprise recrute, c'est aussi en raison de sa capacité à investir dans son actif, notamment pour les petites industries qui semblent délaissées par le dispositif.

3. Stimuler l'innovation orientée vers les PME

La France bénéficie d'une bonne image dans le domaine de la technologie et elle peut se prévaloir d'un tissu de jeunes PME innovantes qui est en train de se densifier et de s'imposer. Mais, si notre pays se doit de favoriser l'innovation, il doit aussi s'en donner réellement les moyens. Cela suppose, de façon générale, une mobilisation plus énergique en matière de recherche et d'élévation des niveaux de qualification des salariés et, pour ce qui concerne plus particulièrement les PME, un effort plus soutenu sur les aspects « Recherche & Développement ». Le retard est encore grand, car, selon les chiffres issus du rapport sur la valorisation de la recherche piloté par l'Inspection générale des finances (février 2007), la mobilité des chercheurs publics vers les entreprises est toute symbolique puisqu'elle ne concerne annuellement que 0,2 % des effectifs des chercheurs et enseignants chercheurs.

Aussi, comme il le soulignait, le 21 novembre 2005, dans l'avis sur le projet de loi de programme pour la recherche, le Conseil économique et social ne peut que rappeler **l'importance qui s'attache à l'instauration d'un partenariat plus solide entre recherche publique et PME et ce, notamment dans le domaine de l'acquisition des technologies.**

La stimulation de l'innovation doit également passer par le développement de la culture de la propriété intellectuelle dans les PME. En effet, la marque, le brevet, les dessins et les modèles sont des outils qui permettent aux entreprises de sécuriser leurs relations commerciales et qui surtout leur donnent des armes supplémentaires pour déjouer les distorsions de la concurrence et décrocher des marchés. Or, si l'on se réfère au ministère chargé des Entreprises et du commerce extérieur, seulement 12 % des brevets sont déposés par des PME. De l'avis du Conseil économique et social, pour abaisser le coût des brevets, simplifier les procédures et augmenter la sécurité juridique, il convient d'améliorer la qualité et l'efficacité du système actuel des brevets européens tout en travaillant à la création du brevet unique à l'échelle communautaire.

4. Renforcer le rôle des PME au sein des pôles de compétitivité

En matière de partenariat, les pôles de compétitivité sont appelés à devenir des outils importants de dynamisation de la politique industrielle et d'innovation et il est primordial que les PME soient pleinement associées à ces projets. Mais, force est de constater qu'elles se heurtent à des difficultés dans l'accès et la participation à ces pôles. Les moyens conséquents qu'il convient de mobiliser pour, en particulier, remplir les dossiers de candidatures, rencontrer les partenaires publics et siéger aux réunions de projets le sont *in fine* au détriment de la gestion déjà contrainte des entreprises elles-mêmes.

Dès lors, le Conseil économique et social considère qu'il est nécessaire d'**instaurer une médiation** pour faciliter la mise en relation des PME avec les différents acteurs et accomplir les démarches administratives afin de libérer des marges de temps pour la conduite des entreprises. En outre, pour améliorer le taux de représentation des PME indépendantes au sein de la gouvernance des pôles de compétitivité, il pourrait être judicieux d'intégrer, dans les contrats cadre, une **clause permettant qu'un représentant des PME, sur proposition concertée des organisations représentatives des entreprises, soit, ès-qualité, partie prenante à leur gouvernance.**

5. Encourager les groupements d'entreprises

À l'image des districts italiens qui constituent le cœur du « made in Italy » et réalisent, s'agissant notamment des biens de consommation durables pour la personne, des biens d'équipement durables pour la maison et des produits alimentaires, plus du tiers des exportations italiennes (36 % en 2005), un plan visant à créer 1 000 groupements à l'export a été mis en place dans le cadre des « programmes de croissance PME » ainsi que dans le prolongement du dispositif « Cap export ».

Les avantages de cette forme d'organisation et de coopération entre PME sont parfaitement connus : meilleure répartition des coûts et coordination plus facile des opérations, meilleure intégration verticale de la filière, diversification de l'activité de l'entreprise et contrôle plus aisé de la distribution, réalisation d'économies d'échelle par la mise en place de services communs.

Si ce type de structure est susceptible de constituer une solution pour renforcer l'internationalisation des PME françaises, le Conseil économique et social **déplore qu'il n'y ait à ce jour que 48 groupements labellisés regroupant au total 287 entreprises !** Les réticences d'ordre psychologique et culturel des PME françaises à « naviguer en escadre », ne doivent cependant pas être considérées comme une fatalité. En effet, des expériences d'association réussies entre corps de métiers existent et fonctionnent. Ainsi, les fabricants de parapluies d'Aurillac, pour créer une nouvelle marque reposant sur un produit innovant qui s'exporte de la Russie aux États-Unis, ont su s'unir. L'action du comité Bellecour à Lyon, qui se compose d'artisans incarnant, dans le monde entier, un savoir-faire d'exception dans les domaines des métiers d'arts, de la mode, de la gastronomie, du design et de la décoration, procède d'une logique similaire. Dans le même esprit, des plans d'action sectoriels ont également été mis en place à l'instar de celui initié par Adème International et destiné aux

Éco-entreprises. Il a permis d'identifier 350 entreprises agissant de concert pour le montage d'opérations collectives.

En tout état de cause, on ne saurait rester sur des résultats aussi modestes. Il faut relancer de façon plus convaincante le plan susmentionné et dans cette perspective, le Conseil économique et social suggère les améliorations suivantes :

- **l'attribution de la procédure à un seul ministère et un suivi déconcentré de sa gestion ;**
- **l'accélération du versement des aides financières aux groupements** qui sont actuellement distribués avec plusieurs mois de retard ;
- **le lancement d'une campagne de promotion nationale** auprès des PME ;
- **l'extension de l'assiette du crédit d'impôt export aux dépenses liées aux services de conseil.**

6. Favoriser des synergies profitables aux PME

Entre les PME et les grands groupes, le fossé demeure important. Certes, ces derniers peuvent entraîner dans leur sillage des PME à l'occasion d'opérations liées à leurs activités d'exportation. Cela s'avère néanmoins loin d'être satisfaisant dans la mesure où ce sont avant tout et souvent exclusivement leurs sous-traitants qui, dans une relation de totale dépendance, sont ainsi associés. Sauf exception, l'export tiré par les grands groupes est, pour les PME, une fausse solution. Quant aux opérations de parrainage déployées par Partenariat France, elles se révèlent assez peu concluantes.

Néanmoins, **le Conseil économique et social est convaincu qu'un meilleur parti pourrait être tiré de certaines actions d'accompagnement.** Ainsi, fort de son implantation internationale et de sa connaissance des différents marchés, le groupe Total aide les primo exportateurs préalablement sélectionnés à s'établir sur de nouveaux marchés. Cette « solidarité d'entreprise » consiste notamment en une mise en relation avec des salariés expatriés, en l'organisation de missions de prospection commerciale, voire en un hébergement de stagiaires ou de Volontaires internationaux en entreprise (VIE). En 2006, 126 PME ont bénéficié de cet appui. Cette démarche est d'autant plus attractive pour les PME qu'elle est réalisée en dehors de toute ingérence managériale ou autre. **Il semble que d'autres grandes entreprises pourraient utilement s'inspirer de cette expérience.**

Dans un tout autre domaine, il arrive fréquemment que des « ambassadeurs de la gastronomie française » parviennent à entraîner des fournisseurs de matières premières ou de matériels, dans le cadre de contrats de « know how », afin de mieux garantir la qualité des prestations fournies. Ces initiatives mériteraient d'être plus soutenues, notamment par un accompagnement des entreprises dans leurs démarches de commercialisation.

Un autre vecteur important de pénétration des marchés extérieurs est constitué par les **Sociétés de commerce international (SCI)**. Pour autant, leur développement demeure freiné par une fiscalité peu adaptée. Aussi, afin de ne pas pénaliser les centaines de sociétés commerciales françaises et étrangères, installées en France et travaillant à partir du territoire français, le Conseil économique et social souhaite qu'une réflexion soit conduite sur la fiscalité qui s'y attache.

Enfin, le Conseil économique et social souhaite appeler avec vigueur l'attention sur l'atout que représente nos **PME d'Outre-mer et l'intérêt qu'il y aurait à nouer des partenariats entre celles-ci et les PME de métropole**. Réparties sur les trois grands océans du monde, ces entreprises constituent tout naturellement, de par leur localisation géographique, des « avant-postes » privilégiés pour aller vers les marchés des pays avoisinants.

B - RÉDUIRE LES OBSTACLES À L'INTERNATIONALISATION DES PME

Toutes les études, toutes les enquêtes, toutes les auditions devant la section des relations extérieures convergent pour dresser le constat de PME confrontées, dans leur volonté de conquête de marchés extérieurs, à des difficultés.

Pour sa part, le Conseil économique et social situe à deux niveaux les entraves que doivent surmonter les PME.

1. Au niveau de l'entreprise elle-même

C'est avec la même constance que les personnalités entendues sont revenues sur les obstacles suivants :

- le manque de temps des dirigeants de PME pour entamer et planifier une stratégie internationale ;
- l'insuffisance de moyens humains et de compétences internationales, **en particulier dans le domaine linguistique** ;
- les difficultés de financement, notamment en phase d'expansion.

À ce propos, cinq pistes méritent d'être explorées plus à fond :

1.1. Déployer, auprès des PME, les conseillers du commerce extérieur et des techniciens de l'export

Un plus grand bénéfice pourrait assurément être retiré du réseau des conseillers du commerce extérieur et ce, par une intensification des actions concrètes qu'il mène déjà au service des PME : parrainage de PME ou de VIE, encouragement au regroupement de PME, appui à la définition de la stratégie export des PME, campagnes de sensibilisation auprès des PME sur les outils d'appui mis à leur disposition.

Le recours à des cadres export retraités ou d'anciens dirigeants d'entreprises pour accompagner et conseiller le chef d'entreprise en activité dans ses tentatives d'internationalisation devrait être plus systématique. Le Conseil économique et social est d'avis que **l'assiette du crédit d'impôt export devrait être étendue aux frais de déplacement et d'hébergement des retraités bénévoles**, ce qui reviendrait en définitive à créer un véritable « tutorat » à l'export.

1.2. Créer un environnement propice au détachement et à l'expatriation

Les PME ont des difficultés à trouver des salariés prêts à s'engager à l'international et donc à accepter des déplacements fréquents, lointains et parfois longs. Les conditions de vie personnelles et familiales sont un paramètre important dans la décision de s'expatrier. Aussi, bien que cela ne semble pas poser de réelles difficultés, **il convient de porter une attention toute particulière aux modalités de détachement de l'expatrié et de sa famille, notamment en ce qui concerne les infrastructures d'accueil et d'éducation pour les enfants.**

Dans le cadre du dispositif « Cap export », le dispositif fiscal prévu à l'article 81A du Code général des impôts dont l'objet est de faciliter la mobilité de certaines catégories de salariés travaillant à l'étranger a été modifié. Il prévoit désormais que les traitements et salaires perçus au titre du développement des exportations par des personnes ayant leur domicile fiscal en France, détachées par un employeur établi en France et justifiant d'une activité à l'étranger d'une durée professionnelle supérieure à 120 jours au cours d'une période de 12 mois consécutifs, ne seront plus soumis à l'impôt sur la fraction de leur rémunération correspondant au temps passé à l'étranger. Ce dispositif fiscal ne s'avère pas entièrement satisfaisant, pas plus que celui des exonérations partielles de l'article 81A2.

Il s'agit certes d'une incitation forte mais dont l'adaptation aux PME, selon le Conseil économique et social, peut apparaître discutable dans la mesure où la durée minimale requise pour pouvoir en profiter est trop longue. Il conviendrait donc de **réduire cette durée à 90 jours**, faute de quoi elle continuera surtout à bénéficier aux salariés des grandes entreprises, détachés à l'étranger.

Enfin, il reste un effort conséquent à mener par les entreprises pour **reconnaître et valoriser l'expérience des salariés détachés à l'étranger** et leur permettre de réintégrer des postes correspondant à leurs profils lorsqu'ils reviennent sur le territoire national.

1.3. Promouvoir plus vigoureusement auprès des PME le dispositif VIE

Le Conseil économique et social est convaincu que le Volontariat international en entreprise (VIE) peut, dans une première phase, constituer une alternative intéressante au recrutement immédiat d'un salarié dédié au développement international. En outre, ce dispositif permet aux jeunes diplômés d'acquérir une expérience internationale valorisante. En effet, de l'enseignement secondaire à l'enseignement supérieur, trop peu de place est encore faite aux stages à l'étranger et bien que la situation évolue, la maîtrise des langues étrangères reste très imparfaite.

Ubifrance dispose actuellement d'une réserve de plus de 40 000 candidats (techniciens, commerciaux, ingénieurs, etc.). Sur les quelque 4 000 VIE actuellement en poste, seuls 65 % d'entre eux sont recrutés par des PME. Alors que la procédure a été simplifiée et assouplie avec l'objectif de mieux les satisfaire, on peut cependant regretter que les PME ne soient pas plus enclines à faire appel à cette procédure. Celles-ci avancent deux types de problèmes pour expliquer un recours limité à ce réseau :

- contrairement aux conseillers du Commerce extérieur et aux anciens cadres export, les VIE n'ont ni l'expérience de terrain, ni nécessairement l'approche culturelle attendue ;
- le fichier de candidats mis à la disposition des entreprises par Ubifrance n'est pas suffisamment qualifié et tenu à jour. Il est par conséquent difficile pour une PME de trouver le profil qu'elle recherche, surtout lorsqu'elle est leader sur un marché de niche et que cela requiert des compétences pointues.

Loin de remettre en cause le bénéfice d'un tel dispositif pour les PME qui débouche, dans la majorité des cas, sur une embauche à durée indéterminée, le Conseil économique et social est toutefois favorable à ce qu'un certain nombre d'ajustements lui soient apportés par :

- **l'institution d'une plate forme régionale** favorisant la mise en relation des candidats et des entreprises ;
- **l'instauration de dispositions visant à faciliter et à renforcer les liens entre universités, écoles et entreprises** ;
- **la mise en place d'un « ticket modérateur » pour diminuer le coût des indemnités mensuelles facturées aux PME**, dont le montant est certes inférieur au salaire d'un cadre expatrié mais parfois supérieur à celui d'un salarié de droit local. À cet égard, le Conseil économique et social salue les initiatives de certains conseils généraux ou régionaux qui encouragent l'utilisation de ce dispositif par une prise en charge, souvent à hauteur de 50 %, de la rémunération des VIE ;
- et, afin de permettre au VIE d'acquérir plus rapidement une culture internationale et de se constituer un réseau de contacts locaux, **la mise en œuvre d'un système de « coaching »** par les structures françaises présentes localement pour pallier l'absence de salariés détachés par la PME.

1.4. Améliorer les ressources financières des PME pour renforcer leurs capacités exportatrices

Structurellement, les PME pâtissent de fonds propres insuffisants et d'une trésorerie limitée, sans rapport avec les ressources à injecter pour partir à la conquête de marchés étrangers, lesquels ne peuvent générer un retour sur investissement immédiat. Les mécanismes d'assurance Coface, même s'ils pourraient être améliorés, plus particulièrement en autorisant l'établissement d'un business plan déployé sur une période inférieure aux trois années requises, sont des systèmes performants qui permettent de remédier à un certain nombre de difficultés.

Mais, les entreprises en expansion et qui souhaitent s'engager à l'étranger pointent souvent du doigt la frilosité de leurs partenaires bancaires. Ceci d'autant plus que la réforme récente du ratio prudentiel bancaire est venue renforcer les contraintes des banques dans l'évaluation des risques. Le Conseil économique et social ne peut donc qu'**inciter les établissements financiers à mieux épauler les exportateurs** qui certes prennent des risques, mais dont les projets peuvent laisser entrevoir de réelles ouvertures de marchés.

Pourtant, les alternatives aux financements classiques à destination des PME, à l'instar des Fonds d'investissement de proximité (FIP) ou des Fonds communs de placement dans l'innovation (FCPI), se multiplient. Ils permettent, au service du financement de projets de développement des entreprises, de drainer l'investissement et les capitaux. Leur effet de levier est réel pour favoriser l'accès à de nouveaux fonds. De plus, ces produits d'épargne des particuliers ne sont pas sans avantage incitatif, notamment sur le plan fiscal. **Le Conseil économique et social estime qu'ils devraient être l'objet d'une plus grande publicité de manière à « populariser » ces modes de financement et à les rendre plus accessibles.**

1.5. Instaurer des dispositions visant à faciliter et à renforcer les liens entre universités, écoles et entreprises

La sensibilisation dans les écoles et les universités des futurs cadres et techniciens à l'importance de l'international dans la vie des entreprises est évidemment essentielle pour l'avenir. Des mesures doivent être prises pour renforcer ce thème et le rendre, à travers un lien concret avec les PME, très opérationnel.

2. Au niveau de l'environnement réglementaire des échanges

Barrières non tarifaires aux échanges, formalités douanières excessives, procédures par trop contraignantes du commerce extérieur sont, lorsqu'elles ne sont pas nécessaires à la sécurité des transactions, autant d'obstacles à la fluidité des échanges internationaux auxquels il convient de s'attaquer avec plus de détermination.

2.1. Parfaire le marché intérieur

La libéralisation du marché unique européen a été profitable aux entreprises françaises en ce sens qu'il constitue, encore aujourd'hui, le premier débouché pour leurs exportations. Beaucoup reste néanmoins à accomplir : l'absence de règles communes dans certains domaines, les retards accumulés dans la transposition des directives européennes, une mise en œuvre inégale de leurs dispositions sont autant d'éléments qui aboutissent au maintien des marchés nationaux.

Pour que les PME appréhendent et prennent toute la mesure des potentialités mises à leur disposition par le grand marché européen, celui-ci doit se traduire par des simplifications dans leur vie quotidienne, des coûts moindres grâce à une concurrence effective, qu'il s'agisse de la réalisation d'un marché unique des paiements ou d'un approvisionnement énergétique à des tarifs moindres et aussi par une sécurité juridique réelle garantissant les mêmes règles pour toutes les entreprises. À cet égard, les retards de transposition législatifs et surtout réglementaires ne sont pas plus tolérables que la surcharge de textes au niveau national.

Dans le cadre d'une politique globale en faveur des PME, la Commission européenne a adopté une série d'initiatives visant, entre autre, à favoriser leur accès au financement, à soutenir leurs capacités d'innovation et à simplifier les réglementations applicables. Largement méconnues des entreprises, **trois initiatives mériteraient**, du point de vue du Conseil économique et social, **d'être vraiment promues** :

- **la base de données PRISM**, développée par le Comité économique et social européen (CESE), dans le but de détecter les dysfonctionnements du marché intérieur,
- **le portail européen « priorité PME »** à destination des petites et moyennes entreprises créé par la Commission européenne afin de les informer sur l'ensemble des politiques, législations, programmes et initiatives qui présentent un intérêt pour elles,
- **le réseau européen de résolution en ligne des problèmes issus d'une mauvaise application de la législation relative au marché intérieur - SOLVIT** - sous réserve, au préalable, de le doter de vrais moyens de fonctionnement.

2.2. Poursuivre le démantèlement des barrières non tarifaires aux échanges

En dépit des règles établies dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), certains pays, et non des moindres, ont édicté moult règles et normes qui reviennent à maintenir un protectionnisme non avoué. De son côté, l'Union européenne a mis en place un arsenal de défense commerciale conforme aux règles de l'OMC au sein duquel les mesures antidumping occupent une large place. Face notamment aux États-Unis qui ouvrent plus d'enquêtes et imposent très rapidement des droits provisoires plus élevés, les procédures européennes, très lentes, nécessitent plusieurs mois avant l'adoption de mesures antidumping

temporaires. Elles sont complexes et dissuadent donc les PME de toute action. Le niveau des droits antidumping est par ailleurs très faible (35 % en moyenne contre 132 % aux États-Unis).

La légitimité de cet arsenal ne saurait être objet de discussion mais il doit être amélioré pour le rendre plus efficace. À cet effet, et partant des préoccupations et propositions contenues dans la communication du sénateur Jean Bizet sur les instruments de défense commerciale, le Conseil économique et social propose :

- **la mise en place d'une agence indépendante**, garante de la transparence de la procédure et qui prendrait en charge l'instruction des enquêtes et avancerait des propositions de mesures correctives, en concertation avec les experts du secteur privé pour éviter les blocages « politiques » qui sont trop souvent à déplorer au niveau des cabinets des commissaires européens ;
- **le raccourcissement des délais de mise en œuvre** de la procédure pour renforcer son efficacité de manière à permettre l'application de mesures provisoires sur la base de la déclaration du plaignant sans attendre les arguments de la partie adverse comme cela se fait dans d'autres pays ;
- **une plus grande flexibilité dans le seuil de déclenchement des procédures** : actuellement, les entreprises plaignantes doivent être soutenues par des entreprises représentant 25 % de la production communautaire. Si ce seuil est augmenté, les PME auront encore plus de difficultés pour engager une procédure. Il faut donc revoir les modalités d'appréciation de ce seuil et envisager l'intervention possible d'une fédération professionnelle ;
- **la création d'un dispositif du type SOLVIT** (réseau européen de résolution en ligne de problèmes) dans le cadre des relations commerciales multilatérales : l'Union européenne a mis en place un tel système destiné à aider les entreprises à résoudre de manière rapide et pragmatique les obstacles qu'elles rencontrent du fait d'une application incorrecte des règles de l'Union européenne. Comme le suggère l'organisation suédoise, Kommerskollegium (Agence nationale du commerce) que votre rapporteur a rencontrée, la création d'une telle structure à l'échelle mondiale, afin de faciliter la résolution amiable des difficultés rencontrées par les PME, mériterait à tout le moins d'être examinée avec le plus grand soin.

2.3. Utiliser les douanes comme un vecteur de la compétitivité des PME

Une bonne part des PME considère encore le cadre de l'intervention des autorités douanières comme une source de préoccupations. Il est vrai que la réglementation en vigueur, avec son double volet, communautaire et national, est par essence même complexe et contraignante. Si plusieurs réformes générales dont pourrait bénéficier l'ensemble des entreprises peuvent être préconisées, faut-il encore insister sur la nécessité de prendre en compte la spécificité des attentes des PME.

Ainsi que le souligne l'Observatoire des réglementations douanières et fiscales (ORDF), « *quelles que soient les difficultés de l'opération, et malgré les réticences traditionnelles de l'administration elle-même, il faudra bien entreprendre la réforme de notre code des douanes, dont l'inspiration reste attachée à un passé révolu et dont la forme actuelle est largement inacceptable. En dépit de certaines retouches qui lui ont été apportées dans les trente dernières années, ce code repose encore pour une bonne part sur la méfiance des pouvoirs publics à l'égard des opérateurs du commerce international* ».

Pour que les PME s'investissent davantage sur la scène internationale, le Conseil économique et social considère donc que les pouvoirs publics doivent aussi leur fournir les moyens adaptés à leur action pour qu'elles puissent développer de véritables stratégies douanières à la mesure des défis qu'elles sont capables de relever.

Dans ce domaine, le Conseil économique et social retient les préconisations suivantes :

- **instituer un véritable partenariat entre les douanes et les entreprises** : administration de contrôle, l'administration des Douanes doit continuer à opérer sa mutation afin de contribuer au développement des échanges internationaux et aux performances économiques de notre pays. Les opérateurs étrangers qui envisagent de s'installer en France conservent une vision traditionnelle du rôle de l'administration douanière centré sur le contrôle des marchandises et peu accessible au PME. Cette réputation négative, si elle n'est pas combattue, risque de conduire à une sorte de délocalisation douanière et, par voie de conséquence, à un abandon progressif des centres logistiques nationaux. Or, plus de 20 % des flux des importations françaises passent déjà actuellement par des plates-formes du nord de l'Europe, au détriment des ports et aéroports français, ce qui entraîne des pertes d'emplois et un manque à gagner fiscal ;
- **dématérialiser les titres et formulaires et leur mise en ligne sur une plate forme unique accessible gratuitement** : aujourd'hui, les déclarations douanières connaissent une véritable révolution télématique avec la mise en place du système Delta. Il est impératif que la tarification de ces déclarations se fasse à coût nul pour les PME. Or, à ce jour, si toutes les déclarations sont gratuites pour les grandes entreprises dans le cadre des systèmes Delta D et X, elles sont payantes pour les déclarations C qui concernent notamment les PME, ainsi que le souligne à juste titre l'Association des utilisateurs de transport de fret (AUTF). Certes le prix acquitté est en retrait par rapport à l'ancien système SOFI (1,80 à 2,20€ par déclaration au lieu d'un forfait annuel de 762€). Par ailleurs, l'administration a prévu de rendre ces déclarations gratuites en 2010. Le Conseil économique et social estime indispensable d'anticiper cette échéance ;

- **installer un « guichet unique » pour l'exportation des produits sensibles**, avec une aide au classement des produits et la délivrance de licences, si nécessaire, en renforçant le rôle de conseil aux entreprises.

2.4. Alléger les procédures trop contraignantes du commerce extérieur

Elles constituent, pour les PME, un frein non négligeable à leurs exportations. À cet égard, le Conseil économique et social est partisan de leur diminution et suggère les orientations ci-après :

- **ne pas paralyser le transport et la logistique avec des réglementations excessives et disproportionnées qui ont tendance à se multiplier du fait de la menace terroriste et des multiples réglementations américaines** sur lesquelles les autorités internationales et européennes surenchérissent dans le plus grand désordre. Cet « empilage » de dispositions sécuritaires pénalise fortement les entreprises exportatrices. À tout le moins, ces règles doivent tenir compte de la spécificité des PME, être proportionnées aux enjeux et négociées dans un contexte de réciprocité afin d'éviter les distorsions causées par l'hétérogénéité de leur mise en œuvre ;
- **supprimer les doubles formalités, très coûteuses**, comme par exemple l'exigence de paiement à la douane, au moment du dédouanement, de la TVA sur les achats de matières premières et de composants étrangers alors que la TVA doit par ailleurs être acquittée auprès de la Direction générale des impôts (DGI), sur la base de la déclaration mensuelle CA3.

Les PME sont donc contraintes de gérer une double procédure, avec deux administrations différentes. Une solution idéale avait été, en mars 2002, proposée, au gouvernement, par le rapport du groupe de travail « TVA à l'importation » présidé par M. Philippe Rouvillois, qui préconisait l'adoption du modèle hollandais plébiscité à 95 % par les entreprises de ce pays : le montant de la TVA à l'importation était calculé au moment de la déclaration en douane mais déclaré dans le CA3 avec une déduction identique simultanée, donc une opération neutre de trésorerie sans « décaissement » pour l'entreprise. Ce point, mis en exergue par de nombreuses fédérations interprofessionnelles et professionnelles dont la Fédération des industries électriques, électroniques et de communication (FIEEC), est essentiel pour les PME de manière à ne pas affaiblir encore davantage leur trésorerie.

Le Conseil économique et social a le sentiment que cette mesure serait de nature à inciter les entreprises à ramener vers les ports et aéroports français des flux actuellement détournés vers les pays voisins, en particulier la Belgique et les Pays-Bas. Or, chacun sait que les activités portuaires et aéroportuaires sont génératrices d'emplois dans une large gamme de services.

C - AJUSTER LE DISPOSITIF D'ACCOMPAGNEMENT DES PME À LEURS ATTENTES ET À LEURS BESOINS

Acteurs publics, parapublics ou privés, autant d'intervenants qui animent le dispositif d'accompagnement à la disposition des dirigeants de PME recherchant information et aide. Dans le même temps, cette multiplicité de portes d'entrée peut apparaître aux yeux des PME comme trop sophistiquée, trop complexe ou plus simplement, peu lisible et *in fine* déroutante.

À ce propos, le Conseil économique et social constate que ce dispositif public d'appui, quasi exclusivement dédié à la promotion des exportations, ne répond qu'imparfaitement aux attentes des PME, lesquelles portent à la fois sur les exportations, les importations - derrière lesquelles se cachent des réexportations - et la sous-traitance ainsi que sur les questions d'implantations à l'étranger. Quant aux PME situées dans les collectivités d'Outre-mer, il convient de le souligner, elles sont doublement pénalisées car, elles accèdent, de surcroît, plus difficilement que leurs consœurs métropolitaines, aux mécanismes de soutien mis en place par l'État.

À l'aune des auditions évoquées précédemment, il ressort que **les PME n'attendent pas de l'État une politique d'aide mais d'accompagnement**. L'État doit avoir comme objectif premier d'assurer aux PME les conditions d'une saine concurrence et d'atténuer, au profit des plus petites structures, les défaillances du marché.

Enfin, et cela est primordial, il faut toujours garder à l'esprit que les PME sont diverses et que leurs besoins ne sont pas semblables, selon qu'elles sont peu ou pas du tout impliquées dans une démarche internationale.

Le présent avis ne prétend pas apporter de solution toute faite à la question éminemment difficile de l'accompagnement des PME, mais des évolutions structurelles ne pourront, lui semble-t-il, être évitées.

1. Des aménagements incontournables

1.1. L'achèvement de la réforme d'Ubifrance

La **finalisation de la restructuration** d'Ubifrance, Agence française pour le développement international des entreprises, dont la création a répondu à un souci de rationalisation des prestations et de simplification pour les PME, **devra se concrétiser**. C'est un Établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) dont la mission est d'informer les entreprises sur les marchés extérieurs, de les conseiller et de les accompagner dans leurs actions de prospection, de promotion et d'implantation - notamment grâce à la formule du VIE - et ce, afin de les aider à se développer à l'international de manière efficace et durable. Si cet organisme présente l'avantage d'être une agence unifiée, il a pour inconvénient majeur de ne pas avoir d'enracinement régional comme MM. Alain Cousin et Jean Gaubert, députés l'ont relevé dans leur rapport sur *Le dispositif public d'appui à l'export*. Un partenariat réel, et non une relation de prestations de service, devrait donc être privilégié avec le réseau des chambres de commerce et d'industrie.

Néanmoins, les efforts de rationalisation sont réels. L'introduction d'une culture de la performance et du résultat doit être saluée tout comme la réelle volonté de mettre à la disposition des entreprises des équipes de qualité, qui s'impliquent à leurs côtés. Compte tenu de sa mission de service public et du désengagement financier, progressif mais constant, de l'État, **le Conseil économique et social considère que cet organisme doit privilégier une fonction d'animation et de pilotage et approfondir, sur la base d'engagements clairement contractualisés, sa politique de partenariat** avec les réseaux consulaires, les agences régionales de développement, les organisations professionnelles, sans omettre le pôle privé qui peut intervenir utilement sur les aspects techniques relatifs aux activités d'exportation (contrats, propriété intellectuelle, fiscalité internationale, accompagnement pour la constitution de groupements, etc.).

1.2. La clarification des missions entre les différents acteurs

Celle-ci implique qu'une **claire définition des rôles respectifs du secteur public** (État/collectivités locales), **parapublic et du pôle privé** soit posée sans faux-semblant, en mettant l'accent sur le **renforcement des synergies** entre les différents acteurs, notamment au niveau régional. Le but est de remédier à l'actuelle dispersion et au manque de concertation. Beaucoup trop d'organismes interviennent en matière de commerce extérieur, ce qui aboutit sur le terrain à une grande confusion et, peut-être plus gravement, à des incohérences, voire même à une concurrence stérile. Cette situation nuit aux PME et au-delà, à l'image, hors de nos frontières, des entreprises françaises.

Les tentatives de coordination engagées, il y a quelques années, avec la signature, au niveau national, d'une charte de l'exportation n'ont pas eu, et il faut le reconnaître, le résultat escompté et ont été abandonnées depuis. L'actuel Comité national de l'exportation, placé sous l'autorité du ministre chargé des Entreprises et du Commerce extérieur, se limite à fixer les grands axes d'actions sans qu'une quelconque articulation entre les parties prenantes soit recherchée. Au niveau national, aucun organisme n'est en mesure de développer sur l'ensemble du territoire une politique d'appui uniforme. Si les chambres consulaires constituent le réseau de proximité auquel s'adressent en priorité les PME, la diversité de leurs structures, de leurs moyens et de leur dynamisme ne sont pas sans répercussions en termes d'efficacité et d'harmonisation de l'offre de services. Néanmoins, les textes récents poussent au regroupement des chambres, à la mutualisation des moyens et à l'harmonisation des pratiques dans les différents métiers consulaires, ce qui devrait permettre de remédier à cette situation.

Le Conseil économique et social constate, par ailleurs, que le pôle privé d'accompagnement des entreprises à l'international, ainsi que le regrettent les Opérateurs spécialisés du commerce international (OSCI), est largement ignoré par le pôle public alors même qu'un certain nombre de réussites conjointes peuvent être mises à leur actif. Les structures spécialisées érigées à cette fin par les régions Bretagne - Bretagne International - et Rhône-Alpes - ERAI - en sont la parfaite illustration. S'y ajoutent des organismes publics ou para-publics qui

interviennent au niveau d'une filière, à l'image de Sopexa (société pour l'expansion des ventes de produits agricoles et agroalimentaires) - récemment privatisée - pour les produits agricoles et alimentaires. Son action de promotion de la filière agroalimentaire est largement saluée par les professionnels du secteur.

Le Conseil économique et social estime que le niveau national doit être dédié à la diffusion d'informations et des « bonnes pratiques » ainsi qu'à la « qualification » des réseaux de telle sorte qu'ils soient utilisés par les entreprises en toute connaissance de cause. **Les PME disposeraient ainsi d'une cartographie leur permettant aisément d'identifier « qui fait quoi »**. De la même manière, les programmes d'action élaborés, au niveau local, en relation étroite entre tous les acteurs impliqués, devraient être portés à la connaissance des autres entités territoriales, afin d'éviter, sur un même marché, les actions multiples et désordonnées. **C'est donc bien à l'institution d'une coordination entre structures publiques, parapubliques et privées qu'il y a lieu de s'atteler en priorité afin de permettre le montage d'actions concertées.**

Une tentative de plate forme d'information a vu le jour avec le site gouvernemental www.exporter.gouv.fr et son espace « entreprises » qui rassemble une première information minimale sur les outils et les partenaires. **Il est maintenant essentiel que ce site soit étoffé et mis à jour régulièrement.**

Par ailleurs, à l'heure où l'État est engagé dans une politique de maîtrise et de gestion plus efficace des dépenses publiques, il serait judicieux de disposer **d'outils permettant d'analyser et d'évaluer l'impact du dispositif d'appui et des multiples aides existantes.**

1.3. Un recentrage des activités des missions économiques

De manière plus générale et ainsi que le souligne, dans ses propositions, le rapport d'information présenté, en juillet 2006, par M. Éric Woerth, alors député, en conclusion des travaux de la Mission d'évaluation et de contrôle sur les services de l'État à l'étranger, le rôle des missions économiques doit être clairement défini et modulé en fonction des priorités commerciales retenues. Si, le **redéploiement géographique des missions économiques a été entamé**, le Conseil économique et social a pu constater que leur action suscite fréquemment des réserves de la part des PME. La dualité de leurs fonctions qui leur impose d'assumer tout à la fois des fonctions régaliennes et commerciales nuit fortement à ces dernières, même si leur pilotage par UbiFrance peut laisser présager des améliorations conséquentes. **L'accueil des PME est perçu comme insuffisant au motif que celles-ci traiteraient de manière différenciée représentants de PME et représentants des grands groupes.** Par ailleurs, dans l'hypothèse d'une PME souhaitant s'implanter à l'étranger, de manière temporaire ou définitive, l'information communiquée en ce qui concerne les réglementations locales est jugé par trop parcellaire.

Le Conseil économique et social formule le vœu que les missions économiques soient très fortement incitées à améliorer le contenu des informations figurant sur leur site Internet pour le rendre plus exhaustif sur les points très concrets qui intéressent directement les PME (droit social, réglementations sectorielles...). Pour plus d'efficacité et une plus grande fluidité de la circulation de l'information, il serait également très favorable à ce **qu'un meilleur partage des tâches soit trouvé entre le réseau public à l'étranger et celui des chambres de commerce et d'industrie**. Lorsque ces dernières sont dotées de structures suffisamment fortes, la mise en œuvre de partenariats doit être encouragée, sur le modèle du partage de compétences retenu sur le marché marocain.

Selon le point de vue du Conseil économique et social, **les missions économiques ont un rôle de premier plan à jouer dans l'analyse des marchés étrangers** pour faire bénéficier les PME d'une véritable veille économique et commerciale mais également pour **favoriser la venue de décideurs étrangers en France**, intéressés par les produits et services français.

2. Une politique d'accompagnement des PME plus ciblée

Il s'agit là d'un aspect essentiel sur lequel le Conseil économique et social souhaiterait précisément exprimer quelques recommandations.

2.1. Une facturation de l'information adaptée aux PME

L'objectif de rentabilité commerciale assigné à Ubifrance, qui repose dans le cadre de sa convention avec son administration de tutelle, sur un taux d'augmentation de son chiffre d'affaires de 10 % par an, ne doit pas constituer un critère premier d'évaluation de l'efficacité d'Ubifrance. Or, le Conseil économique et social note que, face à ses difficultés de financement persistantes, Ubifrance s'est résolument orienté dans une logique commerciale avec comme préoccupations majeures, le développement de ressources propres et une recherche de plus en plus marquée de facturation de ses prestations. À ce jour, son taux d'autofinancement s'élève à 57 %, et cela ne va pas sans interpeller sur la notion même de mission de service public. Parallèlement, l'engagement de l'État continue à reculer et il est, par ailleurs, largement en deçà des soutiens publics accordés par les plus proches voisins de la France. Côté entreprises, le coût des prestations revêt une sensibilité particulière, notamment pour les PME. Pour le Conseil économique et social, **il est primordial qu'elles puissent bénéficier de prestations adaptées à leurs besoins et à leurs capacités financières** et compte tenu de la nature d'Ubifrance et des missions économiques, qu'une **documentation minimale soit au moins mise gratuitement à leur disposition**.

Mais, au-delà et de façon plus générale, le Conseil économique et social estime que le principe de la facturation doit être maintenu dans la mesure où il représente un gage de qualité pour l'entreprise. Toutefois, la diffusion de l'information devrait se fonder sur le respect des principes suivants :

- **une information publique en ligne intégralement gratuite** : les études réalisées par le réseau public sont de nature générale et font partie intégrante de la mission de service public confiée à Ubifrance ;
- **la fourniture**, selon un accès privilégié et à des prix modérés, **d'informations plus ciblées**, à la demande des entreprises. Un ticket modérateur proportionnel au chiffre d'affaires pourrait être mis à l'étude ;
- **l'organisation de « séminaires pays » à des coûts accessibles et aux contenus directement opérationnels.**

2.2. Les salons professionnels comme véritable outil de promotion à l'étranger

Vecteurs privilégiés pour faire connaître les entreprises et leurs produits et valoriser l'image de la France à l'étranger, Ubifrance a pour mission d'intervenir à l'étranger dans le soutien aux expositions et aux salons commerciaux. Cette activité est vitale pour les PME qui ne disposent pas des moyens humains et financiers pour promouvoir elles-mêmes leurs produits et leur savoir-faire à l'étranger. Il suffit pour s'en convaincre de se référer aux succès remportés, auprès des firmes partenaires, par les salons professionnels, les pavillons français dans le domaine de l'agroalimentaire, les compétitions internationales, voire les actions menées par des structures telles que la société d'encouragement des métiers d'art ou la société des meilleurs ouvriers de France.

Néanmoins, la comparaison avec nos principaux partenaires, y compris les pays les plus libéraux, révèle une vraie insuffisance des moyens alloués à la politique des foires et salons, même si la création du « Comité d'examen des demandes de labellisation et de soutien financier », dans le cadre d'Ubifrance, constitue une première réponse aux attentes des entreprises et de leurs organisations professionnelles. Pour améliorer l'efficacité de cet outil, plusieurs solutions pourraient être envisagées :

- **la mise en place d'une programmation pluriannuelle** dans la mesure où la périodicité de certains salons est connue très en amont ;
- **la sensibilisation de l'Association des régions de France (ARF)**, au besoin d'une meilleure cohérence entre les politiques régionales d'aides à l'export ;
- **l'augmentation** des crédits alloués aux actions de soutien des salons sectoriels ;
- **la possibilité pour les PME de solliciter les missions économiques** pour visiter un salon, nouer pour leur compte des contacts et dresser le bilan de l'intérêt du salon ;

- **l'instauration d'un suivi par le réseau Ubifrance et Sopexa** après chaque salon, et auprès de chaque PME participante, afin de favoriser la pérennité de la démarche engagée et d'un appui personnalisé quant aux suites à donner.

2.3. Une utilisation plus spontanée par les PME des bureaux de presse et d'information d'Ubifrance

Les PME françaises ont besoin de bâtir et d'ancrer leur image auprès de leurs partenaires potentiels à l'étranger. La presse est l'un des éléments qui peut y contribuer. Or, Ubifrance est le seul organisme qui permet aux PME d'accéder à la presse internationale. Cette prestation est trop largement méconnue des PME alors qu'elle leur donne la possibilité de publier des communiqués de presse par son intermédiaire, de se faire connaître via des articles ou des citations dans la presse étrangère, et de développer un réseau relationnel avec les journalistes étrangers.

Il est donc très important que cet outil fasse l'objet d'une plus grande publicité auprès des PME.

2.4. La mise en place d'une véritable politique d'identification de « nouveaux exportateurs » par la création d'un outil de diagnostic

La démonstration du caractère stratégique de la conquête de marchés extérieurs n'est plus à faire, mais il faut un développement du nombre de PME orientées vers l'exportation, tout en leur faisant prendre conscience que l'activité exportatrice n'est que le prolongement tout naturel de leur activité domestique. En amont, il faut aussi être en mesure de détecter les entreprises susceptibles de répondre à ce challenge et, dans ce contexte, **le Conseil économique et social estime impératif qu'un outil de diagnostic, unique, partagé et mis gratuitement à leur disposition soit, à brève échéance, créé.**

Cet instrument, à l'image de celui élaboré par l'homologue suédois d'Ubifrance, doit permettre aux entreprises d'appréhender la réalité de leurs capacités à se lancer dans une démarche internationale : analyse de la situation existante, possibilités d'exportation de leurs produits et/ou de leurs services, voire adaptations à leur apporter, marchés à cibler, modalités d'exportation, etc. L'objet de ce diagnostic est d'une part de repérer localement de manière sérieuse et professionnelle les PME qui ont un « potentiel export » afin de limiter au maximum les risques d'échecs, d'autre part de leur fournir l'assistance nécessaire à l'élaboration d'un véritable *business plan*. En tout état de cause, il est nécessaire qu'un tel instrument soit élaboré au niveau national et de manière concertée entre tous les acteurs concernés. Rien ne s'opposerait à ce qu'il soit ensuite décliné sous différentes configurations pour tenir compte du profil des utilisateurs. L'**aspect qualitatif** d'un tel instrument doit primer.

2.5. *Un soutien via un dispositif d'accompagnement ciblé sur les
« exportateurs occasionnels »*

L'objectif est d'aider les PME concernées à définir une **stratégie à plus long terme** de nature à aller vers une **pérennisation de leur action à l'international**. Il est en effet important de capitaliser sur ces entreprises qui ont déjà fait montre de leurs aptitudes à travailler au-delà des frontières. Un accompagnement de ces entreprises pour les soutenir dans la consolidation de leur démarche et dans le cadre d'une véritable stratégie est indispensable. L'internationalisation des activités d'une entreprise, y compris une PME, ne doit se concevoir que sur le long terme.

En l'espèce, les actions développées par la chambre de commerce et d'industrie française en Allemagne sont riches d'enseignements et il serait tout à fait utile que l'ensemble des représentations consulaires à l'étranger puisse s'inspirer de ces « bonnes pratiques », voire les reprenne à son compte. Cette démarche impliquerait que les chambres françaises à l'étranger disposent, dans leur phase de développement, de ressources adaptées qui pourraient être mises à leur disposition par l'État ou par les chambres de commerce ou d'industrie en France au travers de leur tête de réseau, l'ACFCI.

CONCLUSION

Les propositions qui précèdent résultent d'un constat : la France demeure un grand pays exportateur mais, dans un contexte international de plus en plus concurrentiel qui a vu émerger de nouvelles puissances économiques, elle ne pourra maintenir son rang sans raffermir ses capacités à se projeter à l'international. Nos exportations ont nettement progressé en 2006. Cependant, le retour à un déficit commercial depuis 2000 et qui ne cesse de s'accroître est l'expression d'un certain nombre de faiblesses qui trouvent leur origine dans différents déterminants à la fois macro et microéconomiques. Parmi ceux-ci, l'insuffisance du nombre de nos PME exportatrices constitue indéniablement un handicap.

Les actions, entreprises ces dernières années par les gouvernements successifs pour accélérer le développement à l'international des PME, vont dans la bonne direction mais il faut assurément accentuer le mouvement en plaçant les PME, et plus particulièrement les PME indépendantes, au cœur de la réflexion et des mesures à venir.

La bataille de l'exportation doit d'abord être menée et gagnée sur le territoire national et c'est pour cela que le Conseil économique et social s'est, d'abord, attaché à formuler un ensemble de prescriptions destiné à contribuer au renforcement de l'assise financière et à l'accélération de la croissance des PME.

Gagner cette bataille suppose, par ailleurs, un dispositif d'accompagnement des PME à l'international qui réponde à leurs besoins. Ressenti fréquemment comme complexe et finalement peu lisible, compte tenu de la multiplicité de ses opérateurs tant en France qu'à l'extérieur et malgré des réformes déjà intervenues, il devra faire l'objet de nouveaux ajustements. Guidées par la seule préoccupation d'une plus grande opérationnalité de ce réseau d'appui, les recommandations énoncées tendent toutes, au service des PME, à plus de simplicité, plus de cohérence et à une meilleure articulation entre tous les acteurs qui le composent.

L'enjeu, pour la France, de conquérir de nouveaux marchés en Europe et au-delà, alors que la compétition mondiale est de plus en plus aiguë, n'est plus à démontrer. À l'aune des atouts que notre pays possède, le défi n'est pas hors de portée. C'est fort de cette conviction que le Conseil économique et social a voulu apporter, au travers de cet avis, sa contribution.

Deuxième partie
Déclarations des groupes

Groupe de l'agriculture

Le commerce extérieur des PME couvre de multiples activités. Cette déclaration se limitera néanmoins au seul secteur agricole et alimentaire.

La France demeure une grande puissance exportatrice agroalimentaire.

1 - Depuis plusieurs années déjà, et alors même que nous importions encore des céréales dans les années 1950 pour nourrir la population, le secteur agroalimentaire présente un solde extérieur largement positif. Les exportations françaises de produits agroalimentaires ont été très importantes en 2006. Elles se sont élevées à 43,14 milliards d'euros, marquant ainsi une hausse de 6,6 % par rapport à l'exercice précédent. L'excédent commercial est lui aussi remarquable et en progression. Il s'établit à 8,8 milliards d'euros pour l'année 2006. Les agriculteurs ont ainsi su relever le difficile défi de la souveraineté alimentaire.

2 - Notre puissance exportatrice agroalimentaire ne doit rien au hasard. Elle repose sur le dynamisme des plus de 10 000 entreprises, essentiellement des TPE et PME, qui composent le secteur agroalimentaire. Certes, ce secteur compte assurément quelques très grandes sociétés, dont les noms sont bien connus de tous. Elles demeurent cependant fortement minoritaires. Elles ne suffisent pas, en tous les cas, à résumer à elle seules l'activité du secteur sur l'ensemble des marchés, notamment à l'export. Ce sont bien les TPE et les PME qui forment le support de notre force exportatrice.

Les ambitions commerciales de ces entreprises trouvent cependant rapidement leurs limites. Elles se heurtent alors à des situations difficiles et complexes.

1 - Les TPE et les PME du secteur agroalimentaire, comme des autres secteurs économiques du reste, buttent sur un certain nombre d'obstacles qui font barrage à leur internationalisation. Citons le poids des charges, la complexité administrative, l'insuffisance des fonds propres, ou encore le manque d'harmonisation de l'Union européenne, les discriminations non tarifaires, sociales et environnementales, etc. qui sont autant de contraintes que nous connaissons bien nous aussi exploitants agricoles, pour en souffrir également. Un effort particulier devrait être fait pour y remédier. C'est toute l'économie qui en tirerait profit !

2 - Les petites et moyennes entreprises ont moins besoin d'une aide spécifique de l'État que d'un accompagnement ou d'un coup de pouce, pour les aider à prendre pied sur le marché international.

Certains acteurs, et plus précisément la SOPEXA, corollaire d'Ubifrance pour l'agroalimentaire, se montrent très actifs dans le soutien apporté aux entreprises exportatrices. Cette société organise des expositions, fait connaître nos produits à l'étranger, apporte un soutien dans les études de marchés, réalise des campagnes de communication, etc. Récemment la SOPEXA a inventé la formule des mini-salons sur un temps très court, spécialement adaptée aux entreprises qui n'ont pas les moyens de déléguer à l'international des salariés pendant plusieurs jours.

Il y a un adage économique qui dit la chose suivante : « Pour bien exporter, il faut déjà disposer d'un marché intérieur porteur ».

C'est toute la chance des TPE et PME du secteur agroalimentaire qui commercialisent et transforment une production agricole importante et de qualité. La production agricole française représente 22 % de la production agricole européenne totale.

La France dispose d'une expérience, unique au monde, de labels, de produits du terroir, de gastronomie, de spécialités régionales, etc. qui font sa réputation et donc celle de ses entreprises à l'étranger.

Celles-ci s'appuient encore sur une politique de qualité rigoureuse, une traçabilité fiable, une sécurité alimentaire croissante, etc. C'est en cela que les TPE et PME ont de vrais atouts.

Néanmoins, pour que les choses soient consolidées à l'avenir, il faut de façon impérative organiser un regroupement de l'offre et favoriser la présence de leaders à l'exportation. Si on ne met pas aujourd'hui en œuvre une telle politique volontariste, si on ne s'appuie pas suffisamment sur tous nos atouts, on sera responsable demain de la désagrégation du tissu agricole et du tissu industriel qui s'ensuivra.

Groupe de l'artisanat

L'analyse sectorielle du commerce extérieur de la France montrant des signes de faiblesse en matière de produits de haute et moyenne technologie appelle à une réorientation stratégique des choix de développement. Même si aujourd'hui, aucune statistique ne permet de rendre compte de la réalité de la contribution des entreprises artisanales à l'export du fait que 50 % d'entre elles sont à statut personnel, il faut savoir qu'un grand nombre est à l'origine de la renommée de la France à l'étranger. Aussi, en inscrivant les petites et moyennes entreprises dans cette problématique, cet avis rend hommage à tous ces talents créatifs et apporte la preuve de leur capacité à relever le défi de la consolidation des parts de marché de la France dans le monde.

Pour relever ce défi, ces entreprises doivent bénéficier, en priorité, d'un environnement propice à leur développement au niveau national avant de pouvoir prétendre se positionner à l'international.

Cela implique, au niveau national, de poursuivre effectivement les politiques en cours d'allègement des charges administratives, de simplification des procédures, de sécurité juridique, de soutien à l'investissement et de stimulation de l'innovation. Sur ce point, l'artisanat sera attentif à ce que la réforme en cours de l'enseignement supérieur et de la recherche tienne compte des petites entreprises dans la reconnaissance du réseau université-artisanat et, surtout, préserve l'équilibre entre tous les acteurs de la formation pour permettre ainsi le développement de l'apprentissage dans les filières professionnelles d'enseignement supérieur.

S'agissant de l'accompagnement des entreprises à l'exportation, l'initiative prise en 2000 par l'artisanat de signer une convention avec Ubifrance dans le cadre d'une mission artisanat TPE, a permis d'initier, mobiliser, sensibiliser et fédérer les énergies. Aujourd'hui, 300 entreprises par an sont identifiées, une soixantaine d'opérations de filières se structurent et une quinzaine de missions à l'étranger ont été organisées. Grâce à l'itinéraire export recensant toutes les questions nécessaires à une décision d'exporter, l'artisan est en mesure d'apprécier les adaptations à faire au sein de son entreprise en termes de produits, de conditionnement, de transport, de moyens humains et financiers mais aussi d'exigences en matière de prospection et de conditions de vente.

Les difficultés rencontrées portent essentiellement sur l'inégale mobilisation du réseau de correspondants export, l'insuffisante communication des opérations exemplaires et transposables ; l'inégal appui des régions ; l'insuffisante capacité de mobilisation financière. Ce constat a conduit à revoir le dispositif en exigeant une formation préalable à l'export pour faire prendre conscience de l'impérieuse nécessité de préparer toutes les étapes du parcours pour garantir le maximum de chances de réussite à long terme.

Il ne suffit pas en effet d'avoir un produit ou un savoir-faire spécifique, encore faut-il pouvoir répondre aux exigences de quantité et de suivi de la qualité des produits et services qu'implique l'exportation et surtout s'assurer de leur paiement. C'est pourquoi, il faut veiller à la mise en place de dispositifs adaptés à ces entreprises, à une plus grande coordination des acteurs afin de rationaliser leurs actions et, surtout, éviter l'éparpillement des moyens financiers indispensables à leur accompagnement.

Le groupe de l'artisanat a voté l'avis en attirant l'attention sur le risque actuel du désengagement de l'État pour la survie de la mission spécifique artisanat TPE d'Ubifrance, indispensable pourtant au développement de ces entreprises.

Groupe des associations

L'avis qui nous est proposé aujourd'hui montre à quel point les PME françaises ne sont pas encore au rendez-vous de la mondialisation. La France, qui a subi de plein fouet l'arrivée massive des produits concurrentiels des pays asiatiques et africains, n'a pas encore compensé ce manque à gagner par de nouvelles potentialités exportatrices. Les gisements se trouvent dans les secteurs des PME indépendantes qui sont souvent plus innovantes et plus dynamiques que les grandes entreprises. La bataille de nouvelles exportations sera gagnée si nos PME se persuadent de l'importance de l'international et si surtout il y avait une volonté politique de toutes les institutions professionnelles et administratives pour promouvoir et accompagner cette prise de conscience.

Pour y parvenir, l'avis préconise, avec beaucoup de justesse et de réalisme, une série de propositions qui doivent être mises en place le plus rapidement possible. Nous voulons insister sur deux points.

D'abord, sur l'accélération des aides financières aux groupements en exigeant que tout programme aidé démarre tout de suite, lorsque le dossier complet est déposé auprès de l'administration compétente et sans attendre le moment où la décision d'aide est prise. Le temps perdu en matière d'exportation est redoutable surtout pour une PME.

Le deuxième point concerne les procédures européennes qui sont plus lourdes et plus lentes que les procédures américaines pour protéger nos industries. Il y a une nécessité de revoir la procédure anti-dumping européenne pour la rendre plus efficace.

Cet avis note l'action très utile du secteur associatif des seniors dans l'aide apportée aux PME en général et à l'exportation en particulier. Depuis plus de trente ans, des milliers de seniors bénévoles se sont regroupés en association, pour citer quelques-unes : EGEE, ECTI, AGIR, etc. Ces associations mettent au service de créateurs d'entreprises, des TPE et des PME, l'expérience de cadres supérieurs en préretraite ou en retraite qui veulent continuer à servir l'intérêt général. Ces associations se sont données des chartes de déontologie qui leur interdisent d'avoir des missions permanentes pouvant être assurées par des emplois salariés. Leur missions sont courtes, elles éclairent surtout le chef d'entreprise sur la décision de se lancer ou non dans l'international et de l'accompagner dans cette première phase.

Souvent, ces associations ont des conventions avec les chambres de commerce ou quelquefois avec des organisations professionnelles. Bien entendu, toutes les interventions des seniors sont bénévoles et non rémunérées. Seuls sont versés les frais de déplacement et d'hébergement et une quote-part des frais de fonctionnement de l'association qui se résume généralement à quelques salariés pour 3 000 bénévoles. L'avis propose que l'assiette du crédit export soit étendue aux frais occasionnés par les retraités bénévoles. Le groupe des associations préférerait que ce crédit export ne bénéficie qu'aux PME qui font appel aux associations agréées et non à des personnes physiques car il faut éviter les dérives et les abus.

Par ailleurs, les associations de retraités pourraient jouer un rôle important auprès des Volontaires internationaux en entreprise (VIE) utilisés par les PME. En effet, comme l'écrit l'avis, le manque d'expérience d'un jeune VIE et le manque de temps du chef d'entreprise rendent difficile la bonne utilisation des VIE. Un senior expérimenté dans la branche de la PME en question pourrait être le tuteur du VIE en allant avec lui passer quelques semaines à l'étranger et en maintenant le lien entre lui et le chef d'entreprise dans un premier temps.

Le groupe des associations est partie prenante du combat que le rapporteur mène pour que nos PME françaises brillent par leur excellence dans le monde de l'exportation. Il a voté l'avis sans hésitation.

Groupe de la CFDT

Dans notre économie mondialisée, le niveau et la nature des échanges conditionnent en grande partie le nombre, la qualité des emplois, leur localisation et leur pérennité.

Or, comme le rappelle cet avis, les PME, qui contribuent pour une part essentielle à l'activité économique, sont insuffisamment présentes dans le commerce extérieur, en particulier en direction des pays émergents.

L'analyse des faiblesses et difficultés rencontrées par les PME se focalise sur les effectifs insuffisants, ce qui engendre une limite des moyens humains en nombre comme en diversité de qualifications.

Dès lors, une bonne partie des propositions faites dans l'avis vise à favoriser la croissance de la taille des PME.

Toutefois, d'autres difficultés ont été pointées lors des auditions, maîtrise des langues, connaissance des pays étrangers, utilisation des TIC, adaptation des produits aux besoins de l'export... Autant de questions qui trouvent réponse dans la formation, initiale et permanente, comme par la généralisation d'une nouvelle «culture entrepreneuriale» qui, entre autres, utilise le dialogue social comme un atout de responsabilisation et non comme un handicap. La CFDT souhaite que cette évolution déjà engagée s'accélère avec le renouvellement générationnel des dirigeants.

Du côté des emplois salariés, la CFDT soutient les propositions visant à promouvoir le dispositif des VIE. Cependant, un bilan chiffré sur l'intégration dans l'emploi de ces volontaires reste nécessaire afin de confirmer le caractère vertueux du dispositif. Car, paradoxalement, l'avis relève par ailleurs qu'à leur retour en France, les salariés expatriés rencontrent des difficultés pour valoriser et faire reconnaître l'expérience acquise à l'étranger.

Pour la CFDT, cet avis ne différencie pas clairement les atouts et difficultés d'intégration des PME françaises sur le marché intérieur européen, des conditions de conquête des marchés émergents et des réponses appropriées à y apporter.

Le dynamisme économique apporté par le marché unique mérite d'être reconnu et les obstacles persistants à la libre circulation identifiés pour y donner des réponses. Le constat de la méconnaissance et donc d'une sous utilisation des dispositifs européens par les PME, appelle d'autres recommandations.

Ces aspects sont développés dans l'avis du Conseil économique et social européen relatif au potentiel des PME dans le cadre de la Stratégie de Lisbonne, analyse confortée par la contribution du CES français. Cela mériterait d'être traité en détail dans une future saisine sur la consolidation de la construction européenne.

Les propositions détaillées faites dans cet avis permettent de concrétiser les engagements politiques pris, au niveau national et européen, pour soutenir le développement des PME à l'export.

C'est pourquoi, la CFDT a voté cet avis.

Groupe de la CFE-CGC

Le solde commercial français s'est dégradé en 2006 pour la troisième année consécutive. Il reflète ainsi le déficit de compétitivité de la France à l'exportation. Nos ventes continuent de progresser moins vite que celles des autres pays de la zone euro, mais cette situation ne doit pas masquer les performances de certains secteurs. La dégradation de la compétitivité des exportations françaises est apparue à partir de 2000. Cette évolution est d'autant plus inquiétante que les importations augmentent de manière continue. Tous les partenaires européens de la France, à l'exception de l'Allemagne, connaissent une dégradation de leur balance commerciale. Cela s'analyse aussi bien par l'augmentation du prix du pétrole, la forte appréciation de l'euro que par des handicaps structurels de notre industrie comme la diversification géographique, le positionnement sur des produits haut de gamme ou la présence insuffisante des PME à l'exportation du fait de leur taille.

Les PME constituent l'essentiel du tissu industriel et économique français et ne sont pas suffisamment présentes sur les marchés à risque.

Pour augmenter le nombre des PME exportatrices et pour accroître le soutien à l'internationalisation, le groupe de la CFE-CGC propose un *small business act* français et européen qui accompagnera les PME à tous les stades de leur développement.

Il réclame aussi une simplification des procédures administratives. Le développement des guichets uniques constitue une mesure indispensable pour faciliter l'accès aux PME sur les marchés extérieurs. Dans le même ordre, la dématérialisation des procédures de marchés publics reste plus que nécessaire.

L'information doit devenir une matière première stratégique. La fonction de veille est indispensable pour mettre en réseau les connaissances afin de mieux anticiper l'avenir, de conquérir des marchés ou de s'organiser. Ceci est tout particulièrement avéré pour les PME qui ne disposent pas, individuellement des outils dédiés à la formation et à la sensibilisation de la veille économique. Le rôle des conseillers du commerce extérieurs auprès des PME est primordial et doit être encouragé.

La recherche et l'innovation sont une priorité. Les PME doivent participer aux pôles de compétitivité. Par ailleurs, il faut développer les systèmes productifs locaux et soutenir le regroupement des TPE et PME, sous des formes juridiques comme les groupements d'employeurs, afin de générer un accompagnement partagé, des expériences à l'export et de développer des stratégies internationales.

Nous n'oublions pas aussi de favoriser la formation des dirigeants. Beaucoup de chefs d'entreprises ne peuvent se lancer dans le développement à l'international sans avoir au moins suivi un cursus de formation.

Le volontariat international est une expérience professionnelle enrichissante pour les jeunes. L'avis sur *L'insertion professionnelle des jeunes issus de l'enseignement supérieur*, présenté par Jean-Louis Walter en 2005, soulignait déjà que cette pratique gagnerait à être valorisée et davantage portée à la connaissance des jeunes issus de l'enseignement supérieur. En effet, de

nombreux jeunes sortent chaque année des universités ou de grandes écoles avec des diplômes axés sur l'international. Capables d'exercer des fonctions d'encadrement, ils ne peuvent être embauchés dans les entreprises de petites tailles, car celles-ci n'ont pas les ressources financières suffisantes pour les accueillir, ou faute d'accompagnement nécessaire, hésitent à embaucher et à mettre en place une stratégie ambitieuse.

L'avis propose des solutions pertinentes et simples à mettre en œuvre pour améliorer et accélérer l'internationalisation des PME.

Le groupe de la CFE-CGC a voté l'avis.

Groupe de la CFTC

L'avis qui nous est proposé comporte une analyse approfondie du problème des PME face au commerce extérieur. Il développe des propositions que le groupe de la CFTC considère comme intéressantes.

Il nous est rappelé un certain nombre d'éléments qui sont connus, mais qu'il est important de ne pas perdre de vue.

À savoir, tout d'abord, que la France est la cinquième puissance commerciale derrière le Japon, et le deuxième exportateur par tête d'habitants, juste derrière l'Allemagne.

Il est souligné néanmoins, que nos exportations ont cru moins vite que celles de nos principaux partenaires européens et que le déficit va en s'accroissant.

La comparaison avec nos voisins allemands, dont les excédents sont très importants, montre que si la France dispose d'avantages comparatifs dans un nombre de secteurs, son offre, à la différence de l'offre allemande, n'est pas en totale connexion avec la demande mondiale. L'investissement plus faible que celui de l'Allemagne dans l'innovation entraîne une position moins solide sur les secteurs de haute technologie.

Par ailleurs, la France reste très en-deçà des positions acquises par nos partenaires européens sur des marchés, comme les marchés asiatiques. Nous ne sommes pas assez présents là où il faudrait l'être.

Le rapporteur souligne, à juste titre un tropisme vers les marchés européens.

Constatant le nombre encore trop limité de PME exportatrices dans notre pays, il estime qu'il y a une faiblesse structurelle du réseau d'entreprises entre 20 et 250 salariés. Notre groupe partage également l'inquiétude exprimée sur le manque relatif de développement des PME avec l'effet de frein sur les exportations.

Une information récente soulignait qu'un tiers des PME françaises étaient passées sous le contrôle de groupes. Si d'aucuns pensent que c'est une chance pour le développement de nos entreprises à l'international, d'autres le considèrent comme une menace pour notre tissu de PME. Nous aurions souhaité qu'il approfondisse davantage cet aspect des choses, même si l'un des chapitres parle d'encourager les groupements.

Concernant les simplifications administratives, nous nous référons, comme lui, à l'avis de Mme Anne Duthilleul : il faut simplifier les démarches, rendre l'administration plus accessible, par exemple en développant les guichets uniques.

Parlant des dispositions sociales, il évoque le problème des effets de seuil. Le groupe de la CFTC considère que la représentation des salariés dans les PME est une nécessité de justice et de progrès social. Son développement doit être réaffirmé comme une priorité. La solution pour lutter contre les effets de seuil réside bien dans une plus grande progressivité des représentations en fonction des effectifs des entreprises.

Le groupe de la CFTC ne peut, bien entendu, qu'être d'accord avec le rapporteur sur l'effort plus soutenu à promouvoir, concernant la recherche commerciale, l'implication dans les pôles de compétitivité et le développement, ainsi que le partenariat à promouvoir entre la recherche publique et les PME.

L'idée d'un recours à des cadres experts retraités ou d'anciens dirigeants d'entreprises, pour accompagner et conseiller les chefs d'entreprise en activité, ainsi que l'institution d'une plateforme régionale favorisant la mise en relation des candidats du volontariat international en entreprise avec les dites entreprises, nous paraît intéressante.

Le groupe de la CFTC pense effectivement que les produits d'épargne des particuliers, visant à créer une alternative aux financements classiques à destination des PME, doivent faire l'objet d'une plus grande publicité de manière à les populariser.

Pour conclure, nous ne pouvons pas oublier que 5 millions d'emplois sont directement liés aux activités d'exportation.

Le groupe de la CFTC a voté l'avis.

Groupe de la CGT

Comme le précise l'avis, l'économie française est très loin des performances affichées par de nombreux pays européens qui, en 2006, ont battu des records d'exportations. La conjugaison du coût croissant des matières premières et de la hausse de l'euro par rapport au dollar ne peut donc pas être invoquée pour expliquer à elle seule la médiocrité du résultat français ; les véritables facteurs d'insuffisance ou de vulnérabilité du résultat de nos échanges extérieurs doivent indubitablement être recherchés ailleurs.

Le développement en général, et tout particulièrement celui de la capacité exportatrice, renvoie à des logiques sectorielles combinées la plupart du temps avec des effets de taille. L'avis a raison de mettre en évidence cette source croisée de vulnérabilité de notre économie par rapport à l'efficience caractéristique d'une politique allemande s'appuyant sur un tissu de PME solides.

Comme l'avait démontré feu le Commissariat au Plan, la problématique qu'il convient de privilégier n'est pas tant celle de la création d'entreprises que celle de la croissance d'entreprises pérennes, permettant le développement du tissu d'entreprises intermédiaires. La mention faite dans l'avis des effets de seuil qui retiennent souvent d'embaucher le 50^{ème} salarié ne peut être retenue que si on l'accompagne de la nécessité d'augmenter l'attractivité des petites entreprises en donnant les mêmes avantages à tous les salariés, ce qui nécessite la mise en place d'un vrai dialogue social dans des formes adaptées à la spécificité des PME indépendantes. Mais, dans notre pays, le plus grand obstacle au développement et à la compétitivité réside sans doute plus dans une culture notoirement insuffisante de l'esprit et de la pratique de la coopération que dans une prétendue faiblesse de l'esprit d'entreprise.

Car l'option complémentaire et non concurrente de la croissance externe est celle de pouvoir se greffer sur des *clusters* permettant de bénéficier d'effets de réseau, d'avoir accès à des ressources de compétences, d'images, de technologies, de financements qui sont l'apanage ordinaire des grandes entreprises. Stimuler ce type de comportement, inventer les dispositifs qui y conduisent et l'entretiennent doivent être des objectifs majeurs des politiques industrielles tant au niveau national que régional : il est, d'ailleurs, central dans le concept de pôle de compétitivité.

En France, les pouvoirs publics mettent le pied du jeune entrepreneur à l'étrier via des aides, des exonérations fiscales et sociales ou des procédures administratives allégées. En matière de propositions, l'avis se situe pour l'essentiel dans le simple prolongement de ce type d'action, en sous estimant parfois ce qui est déjà fait et qui pourrait être compromis par certaines suppressions d'emplois, notamment dans l'administration des douanes, et en proposant quelques pistes d'amélioration. Il a procédé à des diagnostics utiles et formulé des propositions d'intensité très variable sur un registre étendu. Cependant, il a, à notre sens, évité ou négligé la référence essentielle au nécessaire renouveau de nos politiques industrielles, solidement fondé, à l'échelle nationale et régionale comme à l'échelle européenne, sur une priorité à donner au développement de l'emploi, de la qualification, de la recherche, de la main-d'œuvre et du potentiel productif des territoires. On ne peut ni analyser, ni promouvoir la capacité exportatrice des entreprises françaises hors de ce cadre à la fois stimulant et exigeant. C'est un constat des organisations syndicales et patronales et un thème d'avenir du dialogue social.

Deux éléments cruciaux du développement des PME, sans être complètement absents de l'avis, sont insuffisamment développés. Il s'agit de la diversité des situations des PME et des relations qu'elles entretiennent avec les grands groupes. La petite entreprise lancée par un entrepreneur indépendant est confrontée à des réalités économiques bien différentes de celles que rencontre une PME intégrée de fait à un groupe, soit par des liens capitalistiques, soit par sa dépendance envers un donneur d'ordres ; il s'agit aussi des mesures qu'il conviendrait de prendre pour mobiliser davantage l'action des banques au service du financement des PME, soit par des systèmes de garanties, soit par des procédures de bonifications d'intérêts, comme celles qui ont fait le succès du

programme d'Amsterdam lancé par la Commission européenne et la Banque européenne d'investissements, au lendemain de la récession de 1993.

Notre conseil s'adresse prioritairement à la puissance publique. L'action de celle-ci ne peut pas se limiter à l'aide, fût-elle rationalisée, ou à l'accompagnement, fût-il optimisé. Les responsabilités de l'État régulateur et de l'État stratège et, en vertu d'un principe de subsidiarité et d'un souci d'efficacité, la déclinaison ou la dévolution de ces fonctions au niveau régional, auraient mérité d'aller plus loin pour faire mieux. Étant resté sur sa faim sur des aspects qu'il juge fondamentaux, le groupe de la CGT s'est abstenu.

Groupe de la CGT-FO

Dans l'avis présenté est rappelée la place de choix de la France dans le concert international : celle de la 5^{ème} puissance mondiale.

Notre pays, à l'instar des autres pays membres de l'OCDE, a vu, au cours de la dernière décennie, ses parts de marché se rétrécir.

Deuxième exportateur par tête d'habitant, juste derrière l'Allemagne, la France demeure néanmoins dynamique et efficace au niveau de ses exportations.

Au-delà d'un constat globalement positif et encourageant, l'avis met néanmoins en exergue de récentes statistiques inquiétantes.

Elles démontrent un accroissement moindre des exportations que la totalité de nos grands concurrents européens.

Pour pallier ce début de décroissance, au-delà des contrats importants décrochés par les sociétés françaises, FO partage l'analyse de voir croître l'activité des PME à l'extérieur de l'hexagone.

Sans rentrer dans le détail du projet d'avis, il est justement remarqué que, dans la zone Euro, quatre pays proches représentent à eux seuls 2/3 des exportations intra-européennes et que la France demeure le premier exportateur vers le continent Africain.

Tropisme vers les marchés européens et manquements graves de la France à se tourner vers les pays émergents à forte croissance que sont les pays asiatiques sont deux éléments d'un constat inquiétant que nous partageons.

Après un état des lieux complet et objectif, le rapporteur fait des propositions que le groupe FO partage pour l'essentiel :

- finalisation d'un statut juridique - société privée européenne -, développement du e-business, recherche de partenariats solides entre recherche publique et PME dans le domaine de l'acquisition des technologies ;
- développement des compétences des dirigeants, notamment dans la maîtrise des langues étrangères ;
- accompagnement des expatriés et de leur famille ;
- reconnaissance et valorisation des salariés détachés à l'étranger ;
- mise à disposition, à faible coût, d'un service public de l'information dédié pour les entreprises qui souhaitent s'implanter à l'étranger.

Deux points particuliers ont cependant retenu l'attention du groupe.

En premier lieu, le groupe FO pense que l'évocation des seuils d'effectifs comme prétendu frein au développement des PME aurait mérité une étude particulière plus fouillée. FO aurait, en effet, pu contredire pour partie certains des arguments avancés et ce, à l'appui de statistiques internationales émanant du BIT.

L'amendement accepté en section conduit néanmoins le groupe à ne pas en faire un point de blocage.

Le deuxième point, qui peut mériter réponse, concerne le « protectionnisme non avoué » établi au travers de l'édition de « règles et de normes » par certains pays.

S'il s'agit de normes sociales, FO n'est pas d'accord ; s'il s'agit de normes techniques ou financières, le groupe sera en accord avec cette affirmation.

Pour conclure, le groupe FO souligne la grande qualité des travaux en section.

Le groupe FO a voté l'avis.

Groupe de la coopération

Au regard du décrochage des exportations françaises depuis le début de la décennie, en particulier par rapport à nos concurrents européens, le renforcement de la compétitivité des entreprises est une priorité. Cela concerne tout particulièrement les pays émergents qui se caractérisent par une forte croissance et par un accès qui peut paraître difficile pour des PME. Notre pays souffre d'un déficit d'entreprises de taille moyenne susceptibles d'atteindre un seuil critique pour pénétrer les marchés mondiaux. Le groupe de la coopération soutient l'ensemble des propositions de l'avis. D'une façon générale, il est favorable à un *small business act* à la française, afin de coordonner et d'amplifier les programmes de soutien financier et technologique aux PME, de faciliter leur accès aux marchés publics, et d'alléger les contraintes réglementaires qui pèsent sur elles.

Les entreprises coopératives sont dans leur majorité des PME. Elles sont très présentes dans le secteur agroalimentaire, premier secteur industriel en chiffre d'affaire et deuxième employeur national. La France est le deuxième exportateur mondial de produits agricoles et agroalimentaires.

Alors que le marché mondial des produits agricoles est marqué par de fortes tensions, les entreprises sont pénalisées par des contraintes réglementaires qui ne pèsent pas sur des pays proches de nous ; aussi la recherche d'un État et d'une administration plus réactifs est indispensable pour renforcer la compétitivité nationale. Si l'on prend l'exemple du transport routier, et des conséquences que l'on connaît en termes de sécurité routière et d'émission de CO₂, la France a aujourd'hui une obligation de poids total en charge de 40 tonnes, contre 44 tonnes en Italie et en Belgique.

Alors que les marchés européens s'ouvrent à la mondialisation, seules les entreprises dynamiques permettront la préservation des emplois et le partage de la valeur ajoutée dans les territoires. La coopération entend favoriser la restructuration des filières en renforçant les entreprises et l'émergence d'entreprises leaders par métier.

Il faut aussi apprendre à se vendre, et cela passe par des efforts accrus en termes de communication et de marketing, afin de développer des marques qui puissent se faire connaître et s'imposer à l'export, par exemple dans le secteur du vin. Pour cela les entreprises petites et moyennes ont l'obligation de regrouper leurs forces à l'export, leur marketing, et doivent être accompagnées des pouvoirs publics. Il y a un réel problème d'adaptation des structures d'exportation face à la dimension des marchés. Les coopératives sont nées pour organiser la production. L'enjeu actuel dans le cadre de la mondialisation est de regrouper les forces à l'exportation pour capter de nouveaux marchés, être à la bonne dimension, et approvisionner durablement ces nouveaux clients.

Enfin les entreprises, en partenariat avec les organismes publics de recherche et les universités, doivent accroître leurs efforts en matière de recherche et d'innovation, facteur clé de compétitivité sur les marchés à l'exportation. Les pôles de compétitivité permettent de favoriser ce partenariat et les entreprises coopératives y sont impliquées ; mais, là encore, le saupoudrage des moyens sur des pôles trop nombreux amoindrit l'efficacité de cette ambition politique.

Le groupe de la coopération a apprécié la lucidité du diagnostic et la pertinence des propositions et a voté en faveur de l'avis.

Groupe des entreprises privées

Même si la France reste un grand pays exportateur, il est clair que nos performances à l'international marquent une évolution préoccupante : le rythme de nos exportations progresse moins vite que celui de nos concurrents, notre compétitivité se dégrade et notre déficit commercial s'accroît.

Fort de ce constat, l'avis qui nous est présenté aujourd'hui explore les modalités d'optimisation des mesures à introduire en faveur des PME afin de renforcer leur présence à l'international.

Les éléments du diagnostic contenus dans l'avis nous apparaissent essentiels car ils déterminent le sens des actions à conduire.

Deux points sont à nos yeux majeurs.

Premier constat : la France a un tissu de PME trop fragile dégageant des marges insuffisantes. En effet, si on peut se féliciter de la progression formidable des créations d'entreprises ces dernières années dans notre pays, il n'en est pas moins vrai que les entreprises ont du mal à atteindre la taille critique qui leur permette de se positionner avec succès sur les marchés mondiaux, contrairement à leurs concurrentes allemandes.

70 % des entreprises de plus de 250 salariés sont exportatrices, contre 22 % des PME de 10 à 49 salariés et seulement 2 % des entreprises de moins de 10 salariés.

Deuxième constat, le tropisme vers les marchés européens. 76 % des PME exportent vers les marchés les plus proches. Leurs ventes sur des destinations lointaines n'atteignent que 15 %. On ajoutera que 49 % des PME exportent vers un seul pays. Or, force est de constater que les gisements de forte croissance et de dynamisme des marchés se sont déplacés et sont désormais pour une large part en Asie où la France demeure insuffisamment présente.

Parmi les préconisations, l'avis insiste, avec raison, sur la nécessité du renforcement des politiques en faveur de la croissance des PME et propose en particulier :

- de progresser dans l'allègement des charges administratives (formalités douanières, barrières non tarifaires, seuils économiques et sociaux...);
- de stimuler l'innovation orientée vers les PME ;
- de renforcer l'implication des PME au sein des pôles de compétitivité ;
- d'encourager le groupement d'entreprises afin de favoriser les synergies ;
- de poursuivre et développer toutes les mesures stimulant la croissance des PME (exemple du dispositif « gazelles ») en renforçant leur structure financière ;
- de promouvoir davantage le dispositif de VIE de mieux en mieux adapté aux PME ou de recourir davantage aux services de spécialistes avec compétences internationales à l'aide de tickets modérateurs ;
- de mettre en place une véritable politique de l'offre vers les marchés les plus rémunérateurs.

L'avis propose aussi d'améliorer les dispositifs d'appui publics, parapublics ou privés encore trop souvent en concurrence. Nous pensons en effet que ces dispositifs doivent assurer une plus grande lisibilité de leurs actions et s'employer à devenir partenaires plus que concurrents et développer des synergies plutôt que des surenchères.

Il est extrêmement important et urgent qu'une clarification des différents acteurs publics (État - collectivités locales), parapublics (chambres consulaires en France et à l'étranger) et pôles privés soit réalisée, pour que les actions des uns et des autres soient programmées, mieux coordonnées, plus professionnalisées et publiées, afin que les PME puissent, à un coût raisonnable, bénéficier de l'ensemble des outils mis à leur disposition.

En conclusion, l'avis qui nous est proposé aujourd'hui par Jean-François Roubaud souligne l'impérieuse nécessité pour les PME de se positionner sur les marchés mondiaux et propose pour ce faire une politique globale d'accompagnement qui allie un dispositif d'appui mieux coordonné, une politique de renforcement de la structure financière des entreprises et des mesures d'allégement des contraintes.

En conséquence, le groupe des entreprises privées a voté l'avis.

Groupe des entreprises publiques

Le sujet traité est paradoxal. De prime abord, on pourrait en effet penser aux grands groupes pour relever les défis d'un monde de plus en plus compétitif et pour corriger les faiblesses relatives de notre commerce extérieur, trop européen, trop concentré, trop discontinu. De même, pourrait-on légitimement remarquer que nos PME sont trop peu nombreuses à exporter et, lorsqu'elles le font, elles sont très peu présentes sur les nouveaux horizons « porteurs », telles l'Asie ou l'Amérique latine.

Aborder le sujet est pourtant pertinent. Dans une économie mondialisée, il faut en effet aller de plus en plus vite, considérer qu'aucune situation n'est plus acquise et viser de plus en plus juste en termes de prix. De ce point de vue, les PME présentent certes des faiblesses de taille et de moyens mais aussi un triple avantage d'être spontanément réactives, par nature très innovantes et, par la force des choses, compétitives.

Elles peuvent donc être un atout considérable pour notre commerce extérieur. À condition qu'elles soient en mesure de renforcer leur capacité à exporter, bien sûr. Que leur faut-il pour ce faire ?

Comme l'avis l'indique bien, il leur faut trois choses : du temps, de l'argent, une mobilisation. Revenons sur ces trois points.

Le temps est le bien le plus rare du chef de petite et moyenne entreprise. Les simplifications administratives constituent par conséquent un enjeu aussi crucial que permanent, ainsi que l'a démontré notre collègue Anne Duthilleul dans l'avis voté par notre assemblée l'an passé. La priorité donnée aux simplifications peut rendre des services précieux aux PME à vocation exportatrice car leur rendement est immédiat : le temps et l'argent gagnés seront investis en quête de produits et de marchés. Mais les simplifications ne sont pas tout : le chef d'entreprise et ses équipes doivent être « sur le terrain », « investir » en temps dans le pays-cible, tisser des relations, définir la bonne stratégie - produits. Dans ce cadre, le dispositif des Volontaires internationaux en entreprise (VIE) gagnerait, comme l'avis le suggère, à être à la fois mieux valorisé et plus développé.

La faiblesse de la structure économique et financière des PME est aussi un sujet. L'exportation est une prise de risque et une compétition qui supposent d'avoir les « reins solides », ne serait-ce que pour assurer des charges dans la durée. Il faut ainsi à nos PME une bonne assise nationale et des marges suffisantes. Tout ce qui peut aider à renforcer leurs positions domestiques, à abaisser leur « point mort » ou à mieux organiser leur production contribue à renforcer leur capacité à exporter. De plus, nos PME sont trop faiblement capitalisées et trop souvent victimes de délais de paiement excessifs.

Notre système financier est en outre traditionnellement prudent dans la prise de risques industriels, surtout lorsqu'il a affaire à de petites structures. Enfin, certains patrons de PME peuvent hésiter à accepter à leurs côtés des investisseurs qui les rendraient moins maîtres chez eux. Sur tous ces aspects économiques et financiers, beaucoup a été fait : par exemple, le dispositif visant les « gazelles » ou France investissement. Mais, dans une économie mondialisée, il faut agir en permanence, y compris au niveau des mentalités, comme le souligne à juste titre l'avis. Nous appuyons ainsi tout à fait les propositions faites sur les pôles de compétitivité, l'encouragement des groupements d'entreprise, les fonds de proximité ainsi que sur la défense de la propriété intellectuelle dont le coût est trop souvent hors d'atteinte pour les PME.

Il faut enfin instituer au profit des PME une « discrimination positive » ou, à tout le moins et de manière délibérée, une « positive attitude ».

Comme le suggère l'avis, il est bien que les services d'Ubifrance puissent être, dans le cas général, gratuits pour les PME, surtout au niveau des informations et des services de communication.

Il faut aussi adapter toutes les procédures publiques aux PME exportatrices et non l'inverse, le partenariat suggéré entre les douanes et les PME pouvant constituer à cet égard un cas d'application privilégié.

Exporter dans des contrées lointaines est difficile pour une grande entreprise mais pour une PME, c'est plus qu'un défi, un pari très risqué. Au nom des emplois qui sont à la clef, il importe - et l'avis le dit bien - que nous nous mobilisions pour nos PME, les acteurs concernés devant être à la fois cohérents et solidaires.

L'éducation nationale a un rôle important à jouer. Il est urgent en effet que nos jeunes, qu'ils travaillent d'ailleurs dans des petites, moyennes ou grandes entreprises, maîtrisent les langues étrangères, notamment la langue anglaise ; par rapport à d'autres pays européens, la France souffre d'un retard certain en la matière.

Le groupe des entreprises publiques approuve naturellement les autres orientations de l'avis : mobilisation privilégiée des réseaux publics et consulaires au service des PME, rôle positif des régions dans l'appui à leurs PME exportatrices, appoint très appréciable et insuffisamment connu des VIE et nécessité de donner plus de moyens aux salons. Les salons sont aussi en compétition dans une économie mondialisée : l'on comprend bien qu'il faille accueillir parfaitement les exposants étrangers mais il faut aussi, comme le font d'autres pays, encore mieux valoriser nos PME qui ont là des conditions idéales

pour faire connaître leurs produits auprès des acheteurs étrangers. Enfin, nous croyons, comme le rapporteur, au « tutorat » désintéressé que peuvent mettre en place les grandes entreprises au profit des PME de leur région ou de leur secteur. Par exemple, les grandes entreprises peuvent héberger dans leurs filiales à l'étranger des VIE chargés de faciliter les contacts de PME grâce à leurs réseaux locaux. Les entreprises publiques, de par leur double appartenance au monde de l'entreprise et à celui des pouvoirs publics, ont quant à elles une vocation naturelle, chaque fois que possible, à entraîner les PME partenaires dans leur sillage et à les aider à surmonter les blocages et les barrières non tarifaires qu'elles rencontrent lorsqu'elles se battent pour se développer à l'exportation.

Le groupe des entreprises publiques a voté favorablement l'avis.

Groupe des français établis hors de France, de l'épargne et du logement

M. Cariot : « Oui, la France doit rester une grande puissance exportatrice !

En 2006, ses exportations ont augmenté de 8,6 %, alors que nos principaux partenaires européens enregistraient plus de 15 % pour le Royaume-Uni, près de 14 % pour l'Allemagne et environ 9 % pour l'Italie. Ce recul relatif ne peut-être contré que par une plus grande implication de nos PME à l'export. C'est là que se trouve le potentiel nécessaire à la reconquête d'une place de podium pour notre pays. Votre avis vient donc à point nommé.

Vous avez raison, Monsieur le rapporteur, de pointer la nécessité d'un raffermissement de notre positionnement sectoriel. Là où actuellement l'Allemagne creuse l'écart avec ses concurrents, c'est dans le secteur des biens d'équipement de moyenne-haute technologie dont les ventes explosent en raison d'une croissance mondiale soutenue. Je lisais, la semaine dernière dans la presse allemande, un article concernant la VDMA qui est la Confédération des constructeurs de machines, représentant 3 000 entreprises avec 885 000 salariés. Celle-ci annonçait un carnet de commandes de 18 % supérieur à l'année écoulée qui pourtant était déjà leur année record. Mais je lisais en même temps, avec étonnement, que le marché sur lequel leur taux de croissance était le plus fort était le marché français, repoussant la Chine en troisième position. Cherchez l'erreur !

Comme vous le dites concernant la présence insuffisante de la France sur les marchés à forte croissance (4 % de parts de marché en Russie, 2 % en Chine), notre pays a, à ce niveau, un handicap et donc un défi à relever : la multiplication des PME indépendantes aptes à se projeter à l'international avec un produit ou un service exportable. Vous soulevez également le caractère discontinu des opérations d'exportation de près d'un tiers des PME qui n'exporte qu'une année sur deux. Cela prouve qu'elles ont le produit mais qu'elles n'ont pas de stratégie de développement pérenne, qu'elles attendent le client au lieu de le rechercher elles-mêmes. Pour gagner la bataille, il ne suffit pas d'avoir un responsable export rivé à son bureau parisien, il faut être en capacité de projeter des forces (de vente en l'occurrence) sur les théâtres d'opérations extérieurs. C'est vrai, il fait bon vivre en France et peut-être sommes-nous trop casaniers. Un peu plus de

2 millions de Français vivent hors de nos frontières. Un peu moins de 5 millions d'allemands sont à l'étranger. Peut-être y-a-t-il une relation de cause à effet ?

Les difficultés à croître des PME au-delà de 10 ou de 50 salariés liées, semble-t-il, à des effets de seuils sociaux, fiscaux et économiques, les privent d'atouts déterminants pour une prise de risque à l'export tant en termes de marge de manœuvre financière que de moyens humains dédiés à la prospection ou d'investissements dans la recherche et développement pour innover.

Le groupe des Français établis hors de France, de l'épargne et du logement approuve dans son ensemble les mesures que vous proposez en faveur de la croissance des PME. Nous nous contenterons donc d'apporter quelques précisions et de relever les points qui nous paraissent particulièrement importants.

La promotion du dispositif VIE est due en grande partie à la mobilisation des conseillers du commerce extérieur de la France. L'objectif de 5 000 VIE en postes doit être aujourd'hui atteint puisqu'au 31 mars, il était de 4 809. Ainsi, les objectifs fixés par les pouvoirs publics - une hausse de 16 % par an - ont été largement dépassés avec une croissance de 30 % pour 2006.

Les priorités de la mobilisation des CCE dans ce domaine sont principalement :

- pour chaque entreprise qui recrute un VIE, une offre de parrainage en France avant le départ pour l'étranger, puis un parrainage sur site par les CCE dans les sections ;
- pour ces mêmes entreprises, l'accompagnement dans la recherche d'un hébergement professionnel destiné au VIE ;
- la promotion des VIE auprès des PME ;
- la promotion des VIE à temps partagé auprès des syndicats et fédérations professionnelles.

Vous avez raison de souligner que la multiplicité des portes d'entrée au dispositif d'accompagnement à la disposition des dirigeants de PME peut leur paraître déroutante. La finalisation de la restructuration d'Ubifrance devra se concrétiser. Un partenariat réel doit donc être privilégié avec le réseau des Chambres de commerce et d'industrie. Qui mieux que les CCI connaît le tissu régional des PME et est à même, à la fois de détecter les primo-exportateurs potentiels et de les guider dans leur première approche de « l'export » ? Il serait bon en effet, comme vous le préconisez, que les entreprises disposent d'une cartographie leur permettant de savoir « qui fait quoi ». Une clarification des missions entre les différents acteurs est, en effet, indispensable. Le recentrage des activités des missions économiques se fait effectivement au détriment de leurs fonctions commerciales. À titre d'exemple, la fermeture des postes d'expansion économique en Allemagne et la concentration des activités commerciales sur le seul poste de Düsseldorf ont été très mal ressenties par les praticiens du marché allemand. Heureusement, grâce aux services très complets qu'offre la Chambre de commerce française en Allemagne à ses adhérents, les entreprises n'ont pas eu à en souffrir et le rôle de veille dont la mission

économique a la charge bénéficie de l'appui d'une centaine de conseillers du commerce extérieur.

Enfin, si les salons professionnels à l'étranger sont un outil de promotion incontournable, ils ne doivent pas être la seule approche d'un marché étranger. Il est indispensable, pour l'entreprise, de définir une stratégie d'implantation à long terme avec la mise en place au plus tôt de sa propre force de vente. Approuvant l'ensemble des propositions de cet avis, le groupe des Français établis hors de France de l'épargne et du logement le votera ».

Groupe de la mutualité

Fort du constat que les PME françaises sont encore trop peu nombreuses et trop peu présentes sur les marchés internationaux, l'avis cherche à relever les propositions susceptibles de surmonter ce défi. La fragilité de notre tissu industriel ; la trop petite dimension des PME ; leur stratégie pérenne pas assez ambitieuse (1/3 des PME n'exporte qu'une année sur deux) ; la faiblesse en matière de recherche et développement (12 % des brevets sont déposés par des PME), ainsi que le handicap de la formation à l'export, notamment à travers un trop faible apprentissage des langues étrangères, constituent des handicaps relevés par le rapporteur.

Afin de donner aux PME les moyens d'exporter, l'avis formule des recommandations suivant trois grands axes : simplification réglementaire et administrative, fonctionnement en réseau et adaptation des aides financières.

L'avis appelle de la part du groupe de la mutualité trois séries de remarques :

- Développer les aspects européens : le groupe de la mutualité regrette qu'une vision européenne plus large en matière d'harmonisation et de coopération n'ait pas été plus développée. À cet égard, la prochaine présidence française de l'Union européenne pourrait soutenir l'ébauche d'un *small business act* défendu dans l'avis.
- Promouvoir l'efficacité énergétique : l'augmentation des prix de l'énergie constitue un nouveau défi pour les entreprises qui doivent maintenir leurs coûts de production. Il faudrait réfléchir pour transformer ce risque financier en opportunité et mettre en avant pour l'export nos réelles compétences en matière de développement durable. Parallèlement, ce qui n'est pas négligeable, cela permettrait de s'attaquer au réchauffement climatique et de préserver notre environnement.
- Promouvoir l'intelligence économique : l'avis aurait pu insister, suite à l'avis rendu par le Conseil économique et social en ce qui concerne l'intelligence économique, sur le développement de l'intelligence économique par les PME pour utiliser l'information disponible afin de conquérir les marchés et de rester dans le jeu de la compétition mondiale.

Le message de l'avis est clair : les PME n'attendent pas des aides supplémentaires mais un accompagnement renforcé des pouvoirs publics ; à cet égard, le groupe de la mutualité aurait souhaité que l'avis, notamment en lien avec les remarques précédentes, fasse mieux le lien avec d'autres travaux du Conseil économique et social et l'environnement des entreprises pour dépasser l'esprit très descriptif du constat et des propositions.

Le groupe de la mutualité a voté l'avis.

Groupe de l'Outre-mer

Le groupe de l'Outre-mer remercie le rapporteur qui a su mettre en évidence le rôle que les collectivités d'Outre-mer pouvaient jouer en matière de commerce extérieur. Dans le contexte de la mondialisation et de l'ouverture des frontières, on comprend en effet la fonction de premier plan que peut avoir l'Outre-mer, permettant à la France d'être présente sur pratiquement tous les océans et surtout d'être proche des lieux d'échanges, notamment des pays émergents.

En outre, si le récent avis de M. d'Aboville a su mettre en avant les richesses de l'Outre-mer en matière de biodiversité marine et halieutique, il ne faut pas oublier qu'un territoire comme la Nouvelle-Calédonie exploite le nickel et un département comme la Guyane, l'or, deux métaux exportables.

L'Outre-mer doit ainsi être intégré dans la politique de refonte du commerce extérieur français. Encore faut-il, pour redresser la balance commerciale, consentir à d'importants investissements. Les PME ultramarines sont actives, mais se heurtent à de nombreux obstacles, parfois réglementaires. Or certains pays ACP comme le Guyana abritent des sièges européens au détriment des DOM qui sont des territoires européens; ces derniers gagneraient à être de véritables laboratoires d'expérimentations.

Le groupe de l'Outre-mer a voté l'avis.

Groupe des personnalités qualifiées

M. de La Loyère : « La situation de la France est inquiétante du point de vue des grands équilibres économiques, qu'il s'agisse de notre balance du commerce extérieur, de l'évolution de nos déficits ou de la croissance de notre dette. En d'autres temps, une politique drastique de redressement national nous aurait été imposée. Le grand marché européen et l'effet intégré de la monnaie unique nous protègent grâce aux excédents commerciaux de l'Allemagne.

Le seul véritable remède à nos maux, même si nous ne sommes pas dispensés de faire les efforts nécessaires en matière de réduction des dépenses publiques, reste de rechercher un surcroît de croissance. Certains diront que tout a été essayé depuis dix ans : stimulation keynésienne de la demande par l'augmentation des minima sociaux, la baisse des taux d'intérêt ou les réductions fiscales, accroissement de l'investissement au niveau national, régional ou local, amélioration de l'offre par la baisse des charges. Et pourtant, une vérité demeure : l'accroissement des exportations dope la croissance, réduit les déficits et stimule la création d'emplois. Cinq millions de Françaises et de Français travaillent aujourd'hui pour l'exportation.

Entre 1974 et 1981, malgré la brutalité du deuxième choc pétrolier, la France était devenue le troisième exportateur mondial. Elle avait alors réduit ses déficits et diminué son endettement pour le ramener à un niveau qui nous laisse aujourd'hui rêveurs (moins de 300 milliards de francs). À 1 180 Mds d'euros, 65 % de notre PIB, nos marges de manœuvre se trouvent extrêmement réduites et l'espace européen constitue aujourd'hui notre bouée de secours.

L'avis présenté par M. Roubaud sur les PME et le commerce extérieur tombe à point pour nous rappeler que notre seul horizon est celui qui consiste à doper notre système productif pour accroître son efficacité sur les marchés extérieurs. Au-delà des grandes entreprises qui ont souvent une approche de plus en plus globale mais pour lesquelles une réflexion pourrait aussi être entreprise, les PME constituent le principal vivier de développement. Au-delà des mesures franco-françaises présentées dans l'avis et qui touchent à l'amélioration de leur compétitivité, je voudrais me concentrer sur le sujet principalement de l'export.

Il me paraît souhaitable de raisonner en distinguant clairement l'Europe du reste du monde. En effet, la valeur de l'euro ne constitue pas un frein à nos exportations au sein de l'Union ou du moins au sein de la zone monnaie unique. Les conditions qui entourent ces marchés, tant du point de vue du droit que des normes, devraient favoriser notre expansion. Il faut s'habituer à considérer que là se trouve notre marché domestique. Les politiques de filières, le renforcement des aides à la participation à des salons professionnels, l'organisation de bourses de sous-traitants, l'accompagnement des grandes entreprises dans leur politique d'expansion devraient être de puissants leviers à la stimulation des ventes au sein de l'euro-13 et au-delà, au sein de l'Union européenne. Dans mon expérience régionale, j'ai pu constater que l'association des sous-traitants de Basse-Normandie, qui avait été à l'origine constituée pour aborder les grands donneurs d'ordre nationaux, s'est largement ouverte vers nos voisins allemands, belges ou italiens. Le partenariat entre Ubifrance, chambres de commerce et régions peut être déterminant. Cela doit être aussi l'occasion de déceler nos faiblesses et d'accentuer nos efforts locaux en matière de recherche et de développement pour relever ces défis.

Sur la grande exportation, au-delà des effets de niche, une politique ambitieuse passe par une démarche systématique et organisée. Elle commence au niveau de l'accueil des étudiants étrangers en France, c'est-à-dire des futurs prescripteurs. Elle se poursuit par la diffusion du savoir-faire français au travers des sociétés d'étude et d'ingénierie. Trop souvent, les concepteurs de projets sont anglo-saxons, ils imposent des normes qui sont différentes des nôtres et des concepts qui nous sont étrangers. La coopération décentralisée, l'implication des régions et des départements dans les échanges entre zones géographiques peuvent être, avec le soutien d'Ubifrance, de précieux facteurs de mobilisation pour les PME autour de projets fédérateurs.

Une politique volontariste en faveur des exportations passe par une détermination clairement affirmée de la part des pouvoirs publics. Elle est une nécessité pour stimuler notre croissance et nous permettre de sortir de la spirale de l'endettement qui nous enferme progressivement. Je voterai cet avis ».

Groupe des professions libérales

Un constat s'impose : malgré quelques exceptions, une large majorité de nos petites et moyennes entreprises est absente des marchés internationaux. Et pour 2/3 des PME françaises qui ont jusqu'ici osé se lancer à l'export, il s'agit de la conquête de pays, de voisinage européens. Certes, il convient de maintenir leur présence en Europe et en Afrique, mais il leur échappe des marchés à fort potentiel de croissance comme l'Inde ou la Chine.

Fort de ce constat, le rapporteur a cherché à faire des préconisations au plus près du terrain. La stratégie de reconquête des marchés extérieurs repose sur trois piliers :

- Premier pilier : admettre que le commerce extérieur est avant tout un problème « intérieur ». Nos PME ne sont pas moins audacieuses que certaines de nos homologues européens. Mais elles doivent faire face à un véritable parcours du combattant. L'entreprise de petite taille qui décide de se lancer à l'export doit voir son environnement renouvelé, que ce soit en matière de fiscalité, de réglementation, d'aide à la prise de risque, d'ouverture à la culture internationale, d'incitation à l'investissement en recherche et développement. Nous devons aider les PME à grandir et leur permettre d'atteindre cette taille critique si nécessaire à leur compétitivité sur l'échiquier mondial. Elles ont trop souvent, un problème de « rentabilité », il faut leur donner les moyens de récupérer une marge financière indispensable à leur développement et à leur ambition exportatrice.

Il faut, comme le préconise le rapporteur, poursuivre les efforts déjà entrepris : allègement des charges, simplification administrative, baisse du coût des brevets, accès facilité des PME aux pôles de compétitivité, encouragement aux groupements d'entreprises, etc. Les mesures de soutien aux PME désireuses de se lancer à l'export porteront leurs fruits. Sur le terrain, il a raison de proposer toujours plus de services : tutorat à l'export, environnement propice au détachement et à l'expatriation, dispositif VIE (volontaires internationaux en entreprise), renforcement des liens entre universités, écoles et entreprises, etc.

- Deuxième pilier : sécuriser le parcours de l'exportateur. Plus réactives que les grandes entreprises, les PME sont potentiellement plus aptes à conquérir de nouveaux marchés. Sont exportables des biens mais aussi des services - et, l'on a trop souvent tendance à l'oublier, l'intelligence s'exporte ! - il s'agit d'associer haute technologie, savoir-faire, enracinement et excellence.

Les professions libérales sont parfaitement en mesure de bâtir cet environnement de confiance, indispensable aux entreprises qui se lancent à l'exportation. Le droit, par exemple, est un élément primordial pour pénétrer les marchés. Investir à l'étranger n'est pas sans risque, il faut un corpus juridique puissant et sécurisé pour attirer les entreprises. La crainte d'avoir des difficultés à se faire payer par leurs clients étrangers est souvent un des freins que mettent en avant de nombreuses entreprises avant de se lancer hors des frontières.

Une PME qui connaît la culture juridique d'un pays, qui connaît les critères d'accès à son marché possède un avantage sur ses concurrentes. Le droit est un vecteur de stabilité, il permet d'éviter les aléas juridiques, cela rassure l'exportateur. De même, une maîtrise des principes régissant les appels d'offre internationaux, ainsi que des règles relatives à la contrefaçon et aux voies d'exécution, facilitera les relations d'affaires. Les professions libérales sont ainsi bien placées pour « fabriquer » les clés du marché, indispensables à la promotion des entreprises françaises et à la sécurisation de leur parcours au delà de leurs frontières nationales. Plus généralement, les PME n'attendent pas de l'État une politique d'aide mais une politique d'accompagnement : conditions d'une saine concurrence, atténuation des défaillances du marché, etc.

- Enfin, troisième pilier : conserver toujours une longueur d'avance sur nos concurrents. Comment les PME françaises exportatrices peuvent-elles conserver leur longueur d'avance sur leurs concurrents ? Pallier les déficiences momentanées d'un pays en matière de savoir-faire ne suffit pas à conserver le marché « à vie ». Rien ne va plus vite dans l'économie industrielle que l'acquisition de compétences. Sans une révision rapide de leur stratégie sur les produits, sans un lien fort entre elles et les pôles de recherche, les entreprises françaises auront vite atteint les limites dans leur développement à l'exportation. Les PME françaises doivent perpétuellement positionner leurs produits sur leur savoir-faire technologique le plus pointu. Il n'y a plus de place pour les produits sans avantage comparatif ! Nous devons jouer la carte de la spécialisation de notre industrie ou de nos services sur des produits manufacturés ou des services à forte valeur ajoutée. C'est un atout indéniable. Nos exportations ciblées dans des niches où la demande est forte seront peu sensibles aux variations conjoncturelles.

Convaincu, comme le rapporteur, que la bataille de l'exportation doit être menée et gagnée sur le territoire national, qu'il faut renforcer l'assise financière et accélérer la croissance des PME, le groupe des professions libérales a voté l'avis.

Groupe de l'UNAF

Le groupe de l'UNAF tient tout d'abord à remercier le rapporteur pour le climat agréable et courtois d'un travail collectif passionnant sur les *PME et le commerce extérieur*.

« *La bataille de l'exportation doit d'abord être menée et gagnée sur le territoire national...* ». Le groupe de l'UNAF souscrit totalement à cette affirmation de l'avis et partage la préoccupation d'une fracture économique territoriale que le maintien d'un maillage de PME actives et dynamiques sur l'ensemble de notre territoire peut seul éviter. Pour conserver vivant ce réseau économique, facteur de création et de maintien de l'emploi, et lui faire développer toutes ses potentialités, il est indispensable d'encourager sa participation aux échanges internationaux dans une économie de plus en plus mondialisée. À cet égard, il est regrettable que la réalisation du grand marché intérieur européen rencontre encore des résistances, tant administratives que

culturelles telles que, pour les PME, l'export semble aussi difficile à réaliser en Italie ou en Allemagne, que vers la Thaïlande, l'Inde ou le Brésil.

Pour augmenter le vivier des PME exportatrices et les encourager à conquérir ou conserver de nouveaux marchés, l'avis propose de limiter les obstacles qu'elles rencontrent et de stimuler les dispositifs d'accompagnement dont elles ont besoin. Parmi ces propositions, le groupe de l'UNAF retient plus particulièrement :

- le dispositif du volontariat international en entreprise qui est à la fois pour nos jeunes diplômés l'occasion de mettre en œuvre, au service d'une entreprise ou d'un groupement d'entreprises, les compétences théoriques acquises et leur dynamisme, mais aussi, pour ces entreprises elles-mêmes, la possibilité d'aborder l'implantation dans ces pays étrangers avec l'aide de compétences internationales qu'elles ne peuvent s'offrir de façon structurelle ;
- les recommandations de l'avis pour améliorer les capacités financières des PME qui voudraient s'orienter vers l'export. Nombre de ces PME (85 %) présentent un caractère familial, c'est-à-dire qu'elles sont gérées et contrôlées par une même famille, essentiellement avec des capitaux d'origine familiale. Il conviendrait de développer des dispositifs financiers accessibles, facilement mobilisables pour permettre l'aventure de l'export, tout en restant assez souples pour mieux répondre à leur besoin de sécurité ;
- l'importance accordée dans l'avis aux conditions d'accueil et aux modalités de détachement des collaborateurs expatriés et de leur famille, ainsi qu'à la nécessité de prévoir dans un projet global, les modalités de retour pour une bonne réinsertion après un temps passé à l'étranger.

D'une manière plus générale, cette bataille à mener pour ouvrir les petites entreprises aux dimensions du monde, fait appel à des hommes qui aient une vraie capacité de penser l'« ailleurs » et l'« autrement ». Cette dimension humaine de l'avis n'a pas échappé au groupe de l'UNAF qui y retrouve nombre de ses préoccupations, déjà exprimées à d'autres occasions.

- La formation des cadres dirigeants et repreneurs d'entreprise à cette culture de l'international doit leur permettre d'insuffler cette dimension dans le projet d'entreprise. Ces formations doivent développer chez eux les capacités d'entreprendre pour leur permettre de faciliter la recherche et la création au sein de leur entreprise, découvrir des procédés innovants ou des produits attractifs, mais également dépasser les limites des marchés traditionnels et en défricher de nouveaux.

- Les facilités technologiques et les nouveaux outils de communication constituent certes des éléments fondamentaux de cette culture, de même qu'une maîtrise suffisante des langues étrangères. Mais plus encore, c'est l'ouverture d'esprit et le goût de l'aventure et de l'innovation qui permettent de trouver des niches dans lesquelles les produits de l'entreprise constituent des atouts majeurs pour conquérir de nouveaux marchés et les conserver.
- Cependant, cela apparaissait clairement lors des auditions, ce ne sont pas uniquement les cadres d'entreprises qui ont besoin de cette ouverture à l'étranger, mais d'une façon plus générale, c'est bien l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise qui doivent se sentir motivés. La formation initiale donnée à tout jeune, aujourd'hui titulaire d'un diplôme de tout niveau, devrait comporter des connaissances suffisantes à la fois dans les réalités géopolitiques et économiques, et dans la pratique d'au moins une langue étrangère, confirmée par un ou plusieurs séjours à l'étranger. Il faut, par exemple, trouver des collaborateurs suffisamment formés en anglais pour accueillir convenablement les clients étrangers.
- Les échanges de lycéens et d'apprentis, les stages effectués à l'étranger, sont autant de moyens qu'il convient de développer et de rendre accessibles à tous les jeunes pour toutes les formations.

Il faut également instaurer des dispositions visant à faciliter et à renforcer les liens entre universités, écoles et entreprises, et étendre ces dispositions aux dimensions de l'Europe.

Le groupe de l'UNAF partage l'ensemble des propositions de l'avis et souhaite qu'au-delà des seuls obstacles liés à l'environnement des entreprises, le changement culturel qui est proposé soit effectivement mis en œuvre après cet avis, qui recueille son adhésion.

Groupe de l'UNSA

Cette contribution permet de mieux cerner les atouts potentiels du système productif français en matière de commerce extérieur. Les PME sont, sous certains aspects, un atout important de compétitivité et de diffusion des technologies qui en font un élément important de l'attractivité française.

Néanmoins, l'UNSA est frappée par la carence relative d'information disponible pour correctement appréhender, quantitativement et qualitativement, la taille de l'échantillon concerné. La démographie des PME est en effet diverse, tant du point de vue de leur taille que de leurs activités, voire de leur pérennité. De plus, c'est surtout la taille de l'échantillon de PME indépendantes des grands groupes qui apparaît la moins bien mesurée. Ainsi, la portée et l'urgence des mesures préconisées dans l'avis devraient être certainement nuancées ou adaptées en fonction de besoins vraisemblablement aussi diversifiés que l'est l'échantillon. L'UNSA suggère donc un affinement de l'outil statistique concernant les entreprises mieux adapté pour la compréhension des enjeux économiques et d'emplois.

S'agissant de questions de nature internationale, l'UNSA pense que l'évolution de dispositifs spécifiques doit passer par une harmonisation européenne et aboutir à une stratégie qui pourrait être valorisée lors des négociations internationales.

L'UNSA regrette que les aspects sociaux n'aient pas été abordés. Or, nombre de questions y sont liées. Celle de la création d'emplois en premier lieu et l'adaptation des qualifications de la main d'œuvre aux missions d'exportations. Se pose aussi la question de la sédentarisation de l'emploi dans les territoires nationaux. Ce dernier aspect est évidemment lié à une appréciation plus fine du degré d'indépendance des unités vis-à-vis des grands groupes. De façon plus précise, l'octroi des aides de toutes sortes préconisées dans l'avis, en particulier publiques, devrait s'accompagner d'un engagement sur l'emploi et la formation.

Malgré ces réserves, les différents dispositifs évoqués semblent pertinents. En conséquence, l'UNSA a voté l'avis.

ANNEXE A L'AVIS

SCRUTIN

Scrutin sur l'ensemble du projet d'avis

Nombre de votants.....176

Ont voté pour.....163

Se sont abstenus.....13

Le Conseil économique et social a adopté.

Ont voté pour : 163

Groupe de l'agriculture - MM. Aussat, Barrau, Bastian, Baucherel, Bayard, de Beaumesnil, de Benoist, Boisgontier, Boisson, Cartier, Cazaubon, Couturier, Ducroquet, Ferré, Giroud, Guyau, Lemétayer, Lucas, Marteau, Meurs, Salmon, Sander, Schaeffer, Szydowski, Thévenot, Vasseur.

Groupe de l'artisanat - MM. Alméras, Dréano, Duplat, Griset, Lardin, Liébus, Martin, Paillason, Pérez, Perrin.

Groupe des associations - Mme Arnoult-Brill, MM. Da Costa, Leclercq, Pascal.

Groupe de la CFDT - Mme Azéma, M. Bérail, Mmes Boutrand, Collinet, M. Jamme, Mme Lasnier, M. Legrain, Mmes Nicolle, Pichenot, M. Quintreau, Mmes Rived, Tsao, MM. Vandeweeeghe, Vérolet.

Groupe de la CFE-CGC - Mme Dumont, MM. Garnier, Labrune, Saubert, Van Craeynest, Walter.

Groupe de la CFTC - MM. Coquillion, Fazilleau, Louis, Mme Simon, M. Vivier.

Groupe de la CGT-FO - MM. Bilquez, Daudigny, Devy, Lemercier, Mazuir, Noguès, Mmes Peikert, Perray, Pungier, MM. Quentin, Rathonie, Reynaud, Veyrier, Mme Videlaïne.

Groupe de la coopération - Mme Attar, MM. Fosseprez, Gautier, Prugue, Ségouin, Thibous, Verdier, Zehr.

Groupe des entreprises privées - Mme Bel, M. Buisson, Mme Clément, MM. Creyssel, Daguin, Didier, Gardin, Gautier-Sauvagnac, Ghigonis, Gorse, Jamet, Lebrun, Lemor, Marcon, Mariotti, Mongereau, Pellat-Finet, Placet, Roubaud, Salto, Schilansky, Pierre Simon, Talmier, Tardy, Veysset, Mme Vilain.

Groupe des entreprises publiques - MM. Ailleret, Blanchard-Dignac, Chertier, Duport, Mme Duthilleul, M. Graff.

Groupe des Français établis hors de France, de l'épargne et du logement - Mme Bourven, MM. Cariot, Clave.

Groupe de la mutualité - MM. Caniard, Davant, Laxalt.

Groupe de l'Outre-mer - MM. Kanimoa, Radjou.

Groupe des personnalités qualifiées - MM. Aillagon, Aurelli, Baggioni, Cannac, Mmes Cuillé, Dieulangard, Douvin, MM. Duharcourt, Ferry, Figeac, Gentilini, de La Loyère, Le Gall, Mandinaud, Masanet, Massoni, Pasty, Roulleau, Slama, Sylla, Mme Tjibaou, M. Vigier.

Groupe des professions libérales - MM. Capdeville, Maffioli, Mme Socquet-Clerc Lafont, M. Vaconsin.

Groupe de l'UNAF - MM. Brin, Édouard, Fresse, Guimet, Laune, Mmes Lebatard, Therry, M. de Viguerie.

Groupe de l'UNSA - MM. Duron, Martin-Chauffier.

Se sont abstenus : 13

Groupe de la CGT - Mmes Bressol, Chay, Crosemarie, MM. Dellacherie, Durand, Mmes Geng, Kotlicki, MM. Larose, Mansouri-Guilani, Michel, Prada, Rozet.

Groupe des personnalités qualifiées - M. Obadia.

DOCUMENTS ANNEXES

Document 1 : liste des personnalités rencontrées en Suède par M. Jean-François Roubaud, rapporteur

- S.E. M. Denis **Delbourg**, ambassadeur de France ;
- M. Anders **Ahnlid**, directeur général du commerce extérieur, Utrikesdepartementet (ministère suédois des Affaires étrangères) ;
- M. Fredrik **Andersson**, analyste au service du marché intérieur et des normes techniques, Kommerskollegium (Agence nationale du commerce) ;
- Mme Aysen **Ari-Savci**, directrice commerciale et responsable des programmes et des activités, Exportrådet (Centre suédois du commerce extérieur) ;
- M. Jan **Carlzon**, président, Företagarna (homologue suédois de la CGPME) ;
- Mme Agnès **Courades Allebeck**, sous-directrice et chef de la direction chargée de l'analyse de la politique du commerce extérieur, Kommerskollegium (Agence nationale du commerce) ;
- M. Jean-Pierre **Dubois**, conseiller commercial, mission économique, ambassade de France en Suède ;
- M. Ralph **Eliasson**, conseiller en chef du service du marché intérieur, Kommerskollegium (Agence nationale du commerce) ;
- M. Mauro **Gozzo**, économiste en chef, Exportrådet (Centre suédois du commerce extérieur) ;
- M. Sune **Halvarsson**, directeur général, Nutek (Agence nationale pour le développement économique et régional) ;
- M. Dag **Klackenberg**, directeur général, Svensk Handel (Fédération suédoise du commerce) ;
- Mme Christina **af Klint**, directrice de projet import, Svensk Handel (fédération suédoise du commerce) ;
- M. Staffan **Larsson**, directeur de la division analyse, Nutek (Agence nationale pour le développement économique et régional) ;
- Mme Gitte **Leger**, directrice générale, Företagarna (homologue suédois de la CGPME) ;
- M. Frédéric **Lemaitre**, attaché financier, mission économique, ambassade de France en Suède ;
- M. Dan **Löfgren**, directeur adjoint et responsable des affaires internationales, Företagarna (homologue suédois de la CGPME) ;
- Mme Helena **Markgren**, directrice des services commerciaux, Chambre de commerce française en Suède ;

- Mme Katarina **Persdotter Hägglöf**, directrice de projet chargée des affaires publiques, Exportrådet (Centre suédois du commerce extérieur) ;
- M. Olivier **Rousseau**, chef de la mission économique, ambassade de France en Suède ;
- M. Johan **Stenberg**, vice-président de la Chambre de commerce française en Suède et secrétaire général de la Fédération européenne des commissaires-priseurs ;
- M. Anders **Wenström**, directeur général adjoint et responsable des relations avec l'État, Exportrådet (Centre suédois du commerce extérieur).

Document 2 : liste des références bibliographiques

Patrick Artus, Lionel Fontaine

Évolution récente du commerce extérieur français

Rapport du Conseil d'analyse économique

La documentation Française, 2006

Flora Bellone, Patrick Russo, Lionel Nesta, Michel Quéré

Caractéristiques et performances des firmes exportatrices françaises

Revue de l'OFCE, juillet 2006

Jean Bizet, Robert Bret, Hubert Haenel, Roland Ries

Rapport d'information sur les instruments de défense commerciale de l'Europe

Délégation du Sénat pour l'Union européenne, 2 mars 2007

Coe-Rexcode

La compétitivité française en 2006

2006

Anne Dumas

Pourquoi nos PME ne grandissent pas

Institut Montaigne, juillet 2006

Jean Gaubert, Alain Cousin

Commerce extérieur : le défi des PME

Rapport d'information de l'Assemblée nationale n° 3703, février 2007

Hervé Gaymard

Un nouvel usage du monde

Rapport du gouvernement pour une France plus active dans les pays émergents, novembre 2006

Ministère de l'Économie et des finances, Direction générale des douanes et des droits indirects, Département des statistiques et des études économiques

Commerce extérieur 2006

2007

Manfred Shmiemann

Les PME et l'esprit d'entreprise dans l'UE

Statistiques en bref, Eurostat, 24.2006

Éric Woerth, Jérôme Chartier

Rapport d'information en conclusion des travaux de la mission d'évaluation et de contrôle sur les services de l'État à l'étranger

Commission des finances, de l'économie générale et du plan, Assemblée nationale, 5 juillet 2006

Document 3 : table des sigles

ACFCI	Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie
ANIA	Association nationale des industries alimentaires
ARF	Association des régions de France
AUTF	Association des utilisateurs de transport de fret
CESE	Comité économique et social européen
DGI	Direction générale des impôts
EPIC	Établissement public à caractère industriel et commercial
FCPI	Fonds commun de placement dans l'innovation
FEI	Fonds européen d'investissement
FIEEC	Fédération des industries électriques, électroniques et de communication
FIP	Fonds d'investissement de proximité
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
ORDF	Observatoire des réglementations douanières et fiscales
OSCI	Opérateur spécialisé du commerce international
PIB	Produit intérieur brut
PME	Petites et moyennes entreprises
SCI	Société de commerce international
SOLVIT	Réseau européen de résolution en ligne de problèmes
SOPEXA	Société pour l'expansion des ventes de produits agricoles et agroalimentaires
TPE	Très petites entreprises
VIE	Volontariat/Volontaire international en entreprise

Conquérir de nouveaux marchés est un enjeu vital pour la France. Le Conseil économique et social considère qu'une plus grande implication, sur la scène internationale, des petites et moyennes entreprises (PME) indépendantes permettrait d'atteindre cet objectif.

L'avis formule des recommandations opérationnelles pour accélérer leur capacité de développement mais également pour instituer une politique nationale d'identification des nouveaux exportateurs, via un outil de diagnostic unique, complétée par la définition d'une stratégie d'expansion sur le long terme, en vue de faire émerger des futurs champions de stature internationale.