

LES **AVIS**
DU CONSEIL
ÉCONOMIQUE,
SOCIAL ET
ENVIRONNEMENTAL

Gagner la bataille
de l'exportation
avec les PME

Jean-François Roubaud

Février 2012

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
LIBERTÉ - ÉGALITÉ - FRATERNITÉ



CONSEIL ÉCONOMIQUE
SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

Les éditions des
JOURNAUX OFFICIELS

2012-06
NOR : CESL1100006X
Mercredi 7 mars 2012

JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Mandature 2010-2015 – Séance du 29 février 2012

GAGNER LA BATAILLE DE L'EXPORTATION AVEC LES PME

Avis du Conseil économique, social et environnemental

présenté par

M. Jean-François Roubaud, rapporteur

au nom de la

section des affaires européennes et internationales

Question dont le Conseil économique, social et environnemental a été saisi par décision de son bureau en date du 12 juillet 2011 en application de l'article 3 de l'ordonnance n° 58-1360 du 29 décembre 1958 modifiée portant loi organique relative au Conseil économique, social et environnemental. Le bureau a confié à la section des affaires européennes et internationales la préparation d'un avis sur *Gagner la bataille de l'exportation avec les PME*. La section des affaires européennes et internationales, présidée par M. Yves Veyrier, a désigné M. Jean-François Roubaud comme rapporteur.

Sommaire

■ Synthèse de l'avis	4
■ Avis	7
Introduction	7
▶ Mieux détecter les marchés porteurs et les entreprises potentiellement exportatrices	8
▪ Identifier les marchés potentiels	8
▪ Repérer les entreprises exportatrices et agir pour adapter leur offre	10
↳ Progresser dans le repérage des PME à potentiel export	10
↳ Améliorer l'offre française et mieux structurer les filières professionnelles à l'export	11
↳ Lier les aides aux entreprises à la pertinence et à la durabilité de leur projet export	12
▶ Mieux accompagner les PME	12
▪ Mieux coordonner les organismes d'appui	13
↳ Achever l'organisation des relations entre les différents opérateurs	13
↳ Renforcer la coordination	14
▪ Ajuster les outils aux besoins réels des PME	14
↳ Clarifier le champ d'intervention d'Ubifrance	15
↳ Revoir les conditions de facturation des prestations	15
▪ Améliorer la lisibilité des outils financiers d'aide à l'export	16
▪ Fortifier le réseau des conseillers du commerce extérieur	17
↳ Orienter les missions des CCEF sur l'appui aux PME	17
↳ Définir des critères de nomination des CCEF	18
↳ Améliorer la visibilité du réseau des CCEF	19

▶ Encourager les partenariats entre entreprises	19
▪ Associer pleinement les PME aux pôles de compétitivité	20
▪ Encourager les groupements	21
▪ Changer la relation PME/grandes entreprises	22
▶ Relever le défi de la concurrence mondiale	23
▪ Accentuer les politiques en faveur de la croissance des PME	24
▪ Doper les PME pour les aider à acquérir un potentiel export	24
➤ Aider les PME à se doter de ressources humaines dédiées à l'export	25
➤ Optimiser le crédit impôt export	25
▪ Tirer tous les bénéfices des instruments et politiques de l'UE	26
➤ Parfaire le marché intérieur	26
➤ Ouvrir davantage les marchés des pays à forte croissance	27
■ Déclaration des groupes	29
■ Scrutin	43
Annexes	45
<i>Annexe n° 1 : note d'information du rapporteur sur les conseillers du commerce extérieur de la France</i>	45
<i>Annexe n° 2 : l'appareil exportateur français</i>	49
<i>Annexe n° 3 : les PME : une place majeure dans l'économie nationale</i>	53
<i>Annexe n° 4 : les PME principaux employeurs de la France</i>	57
<i>Annexe n° 5 : l'exemple du secteur agro-alimentaire</i>	60
Liste des personnalités auditionnées	62
Table des sigles	63
Bibliographie	64

GAGNER LA BATAILLE DE L'EXPORTATION AVEC LES PME

Synthèse de l'avis¹

En 10 ans, le nombre de PME françaises exportatrices a baissé de façon préoccupante. Dans son avis *PME et commerce extérieur* du 11 juillet 2007, le Conseil économique et social s'inquiétait déjà de cette trop faible présence sur les marchés extérieurs et formulait un certain nombre de recommandations pour permettre à nos PME de se tourner plus largement vers l'international.

Depuis, des mesures volontaristes ont été prises par les pouvoirs publics dans l'esprit de ces préconisations mais elles n'ont pas suffi à inverser le cours des choses. Les contre-performances de notre commerce extérieur se sont aggravées, avec un déficit commercial qui a atteint, en 2011, le niveau record de 69,6 Md €.

Certes, la culture entrepreneuriale française ne conduit pas spontanément les PME à se projeter à l'international, contrairement à ce qui prévaut en Allemagne ou en Italie. Notre assemblée estime donc qu'il faut agir plus vigoureusement pour donner aux dirigeants d'entreprises la confiance et l'envie de développer une activité exportatrice. À cette fin, elle a identifié quatre axes d'action prioritaires.

Les principales préconisations

➤ Mieux détecter les marchés porteurs et les entreprises potentiellement exportatrices

Alors que la contribution des PME au chiffre d'affaires total à l'export de notre pays est en baisse, le CESE préconise :

- Une meilleure identification des marchés potentiels
 - en fournissant aux PME une information stratégique sur les secteurs et les marchés porteurs ;
 - en facilitant l'accès à cette information et son exploitation grâce à un point d'entrée unique ;
 - en améliorant l'accessibilité et les services du réseau EEN (*Entreprise Europe Network*) et en développant les centres de soutien européens.
- Une politique plus efficace d'identification des entreprises et d'adaptation de leur offre
 - en définissant, dans chaque région, un processus de repérage associant les partenaires de la Charte de l'exportation ;
 - en proposant une offre plus adaptée aux marchés mondiaux et fondée sur des filières intégrées et structurées ;

¹ L'ensemble du projet d'avis a été adopté au scrutin public par 150 voix et 17 abstentions (voir le résultat du scrutin en annexe).

- en liant les aides à la pertinence et à la durabilité des projets export.

👉 Mieux accompagner les PME

Les PME françaises souffrent d'une évidente difficulté à inscrire leur présence à l'étranger dans la durée. Si les aménagements apportés au dispositif de soutien aux exportations devraient leur profiter, il n'en reste pas moins qu'un pilotage plus cohérent s'impose.

Dans cet esprit, notre assemblée recommande :

- Une plus grande coordination des organismes d'appui
 - en parachevant et en déclinant, dans chaque région, la démarche de clarification des relations entre opérateurs initiée par la Charte de l'export et en y associant les chambres des métiers et de l'artisanat ;
 - en instituant, au niveau régional, un « guichet unique de l'export », en consultant les organisations professionnelles avant toute opération collective de promotion et en améliorant la coordination dans la gestion des salons.
- Un ajustement des outils aux besoins réels des PME
 - en clarifiant la mission de service public confiée à Ubifrance ;
 - en amplifiant les opérations de labellisation ;
 - en adaptant la facturation à la situation des PME.
- Une plus grande lisibilité des outils financiers d'aide à l'export
 - en faisant d'Oséo, qui reprendrait l'activité « assurance-prospection » de la Coface, l'interlocuteur privilégié des PME ;
 - en améliorant la notoriété de ses produits.
- Une consolidation du réseau des conseillers du commerce extérieur
 - en orientant davantage leur mission vers l'appui aux PME et en renforçant leur mission de conseil ;
 - en listant leurs compétences géographiques et sectorielles afin d'améliorer leur visibilité ;
 - en approfondissant le suivi de leurs préconisations et le dialogue avec les régions, les préfets et les DIRRECTE ;
 - en révisant les conditions de leur nomination pour, en particulier, une plus grande représentation des PME, des femmes, des jeunes, de l'étranger et en limitant la durée de leur mandat.

👉 Encourager les partenariats entre entreprises

Le développement international des PME françaises est freiné, notamment par leur taille.

Pour le CESE, les politiques initiées ces dernières années mériteraient d'être complétées dans trois directions :

- Associer pleinement les PME aux pôles de compétitivité
 - en introduisant plus de souplesse dans la mise en place et la gestion des pôles et en nommant un médiateur chargé de faciliter les démarches des PME ;
 - en sécurisant la propriété intellectuelle des PME partenaires ;
 - en réaffirmant la vocation européenne et mondiale des pôles.

- Encourager les groupements
 - en promouvant, facilitant et sécurisant les projets d'association autour d'un objectif d'exportation.
- Changer la relation PME/ grandes entreprises
 - en appliquant pleinement la « Charte du portage des PME à l'international » ;
 - en modulant le soutien financier aux grands contrats en fonction de la part des activités réalisées par les PME sous/co-traitantes ;
 - en favorisant les synergies entre TPE, PME et ETI.

Relever le défi de la concurrence mondiale

Depuis 2007, des politiques ont été lancées pour renforcer la compétitivité des PME et créer un environnement réglementaire favorable à leur développement.

Afin d'améliorer leurs résultats, le CESE estime que les efforts doivent porter sur trois priorités :

- Accentuer les politiques en faveur de la croissance des PME
 - en identifiant de nouvelles ressources pour augmenter leurs fonds propres ;
 - en mettant la fiscalité des PME au service de leur développement ;
 - en facilitant leur transmission.
- Doper les PME pour les aider à acquérir un potentiel export
 - en aidant les PME à se doter de ressources humaines dédiées à l'export (*via* le VIE et le « VIE pro ») ;
 - en clarifiant et en élargissant le Crédit impôt export.
- Tirer tous les bénéfices des instruments et politiques de l'UE
 - en permettant aux PME, grâce à des mesures ciblées, de profiter pleinement des potentialités du marché intérieur européen ;
 - en défendant, au nom de l'UE, le principe de réciprocité à l'OMC conjuguée à la promotion des normes sociales et environnementales pour les produits importés.

Dans son avis *PME et commerce extérieur* du 11 juillet 2007, le Conseil économique et social (CES) s'inquiétait des signes persistants de faiblesse des échanges commerciaux français et concluait que notre pays ne pourrait se maintenir parmi les grands exportateurs sans une plus grande implication de ses PME (Petites et moyennes entreprises). Le diagnostic était déjà sans ambages : un recul de la part de marché mondial - de 6,3 % en 1996 à 4,9 % en 2006 - ; une aggravation de son déficit commercial - qui atteignait à l'époque seulement 29,9 Md € - ; une érosion de ses résultats dans les filières traditionnellement porteuses à l'international. Et, parmi les causes de l'insuffisance de ses performances, la structure même de son tissu exportateur était également pointée. Car, ainsi que le soulignait le CES, si la France soutient la compétition sur les grands contrats et grâce à ses groupes mondiaux, la trop faible présence de ses PME sur les marchés extérieurs affaiblit considérablement sa force de frappe commerciale. Déjà peu élevé, le nombre de PME françaises exportatrices a dangereusement baissé ces dernières années : elles sont passées de 120 000 à 95 000 en 10 ans, alors qu'on en dénombre 400 000 en Allemagne et 200 000 en Italie.

En 2007, le CES avait formulé un certain nombre de recommandations opérationnelles pour des politiques nationales et régionales plus actives en faveur d'un renforcement des capacités exportatrices des PME de France métropolitaine et des territoires ultramarins. Depuis, dans l'esprit de ces préconisations, des mesures volontaristes ont été prises par les pouvoirs publics. Mais elles ne sont malheureusement pas suffisantes pour créer ce terreau qui apportera aux dirigeants des PME la confiance et l'envie de se projeter à l'international. Car, il reste que la culture entrepreneuriale française ne conduit pas les PME à se tourner spontanément vers l'export, contrairement à l'Allemagne et à l'Italie où les chefs d'entreprise pensent naturellement aux marchés extérieurs pour développer leur activité. Réussir à l'exportation nécessite donc avant toute chose d'avoir envie de se lancer et ce manque d'appétence de la part des PME pour s'ouvrir sur l'extérieur doit être pleinement intégré dans la réflexion de nos gouvernants.

Dans cette optique, alors que les contre-performances de notre commerce extérieur se sont aggravées avec un déficit qui atteint 69,6 Md €, et que la France et l'UE manquent de vraies stratégies en matière industrielle et de services, le CESE (Conseil économique, social et environnemental) propose d'axer les efforts dans quatre directions : une meilleure détection des marchés porteurs et des entreprises potentiellement exportatrices ; un accompagnement encore plus ciblé des PME ; une incitation au développement de partenariats entre entreprises ; la restauration de la compétitivité des PME.

Mieux détecter les marchés porteurs et les entreprises potentiellement exportatrices

Depuis 2006, un nombre toujours plus faible d'opérateurs portent nos exportations, au point que la contribution des PME indépendantes - 83 % de l'ensemble des entreprises exportatrices - au chiffre d'affaires total à l'export de la France est passée sous la barre des 18 %. Parallèlement, 4 % des entreprises de plus de 250 salariés réalisent 60 % du montant total de nos exportations. Les firmes de plus de 1 000 salariés - soit seulement 1 % de l'ensemble des exportateurs - génèrent à elles seules 39 % du montant total des exportations françaises.

De même, la moitié des PME indépendantes présentes à l'international n'exportent que vers un seul pays, situé le plus souvent dans le voisinage immédiat de la France, s'inscrivant en cela dans une tendance plus générale de notre commerce extérieur. Rappelons qu'avec 62 % de nos ventes, le poids de l'Union européenne (UE) dans nos exportations, tous secteurs confondus, demeure prédominant, alors que, plus que jamais, ce sont les échanges vers les pays émergents qui tirent le commerce mondial. En dépit de grands contrats que la France a su conclure dans ces pays, les BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud) ne constituent que 5 % de nos exportations contre 9 % des exportations allemandes. Nos ventes vers la Chine n'ont augmenté que de 13 % entre 2000 et 2009 pendant que, sur la même période, celles de l'Allemagne s'appréciaient de 16,5 %.

La spécialisation sectorielle des PME françaises joue toujours défavorablement. Concentrée sur des produits *a priori* moins affectés par la concurrence des pays émergents, comme l'agroalimentaire ou les produits de haute technologie, elle présente l'inconvénient de ne pas être suffisamment déclinée en « sous-secteurs » et de faire passer nos PME à côté d'un certain nombre d'avantages comparatifs détenus par leurs concurrents.

Dans ces conditions, on ne s'étonnera pas que le différentiel entre entreprises entrantes et entreprises sortantes du marché de l'exportation n'ait cessé d'être négatif. L'année 2010 pourrait toutefois marquer le point d'arrêt de la baisse préoccupante du nombre de PME exportatrices. Auditionné par la section des affaires européennes et internationales, M. Christophe Lecourtier, directeur général d'Ubifrance, a indiqué que, pour la première fois depuis 8 ans, on a compté plus d'entreprises nouvellement exportatrices (28 900) que d'entreprises quittant les marchés internationaux (26 000). Reste maintenant à installer ce changement dans la durée et, pour cela, le CESE est convaincu que les efforts doivent, avant tout, porter sur deux priorités.

Identifier les marchés potentiels

Dans son précédent avis, le CES avait pointé l'importance pour les PME de disposer d'une analyse des marchés pour pouvoir bénéficier d'une veille économique et commerciale. Le Baromètre UPS-CGPME publié le 30 juin 2011 fait ressortir que les PME, pour développer une activité à l'export, accordent une importance majeure à la connaissance du marché et attendent une bonne identification des offres et des partenaires locaux. **Le CESE constate que ces informations, pourtant de qualité, existent, tant au plan européen que national, mais qu'elles sont peu aisément exploitables par les PME.** Il note que ces canaux d'information sont multiples et s'enchevêtrent, ce qui complique la tâche des PME.

Elles doivent donc pouvoir s'appuyer sur des organismes et des outils en mesure de les aider à procéder à la veille informative appropriée.

Au niveau national, les sources sont nombreuses (Ubifrance, réseaux consulaires, organisations professionnelles...). Le nouveau portail *importexport.gouv.fr* regroupe une multitude d'informations sur le dispositif d'appui, les démarches à entreprendre et les mécanismes, y compris une cartographie des contacts utiles en régions. Mais certains outils se révèlent encore trop méconnus des PME à l'instar des « panoramas sectoriels » élaborés par le réseau international d'Ubifrance, marché par marché. Pourtant, ce sont des instruments d'aide à la décision fort utiles pour les PME car ils exposent non seulement, pour un secteur d'activité donné, quels sont les marchés en croissance ou en déclin mais également le comportement de la concurrence par rapport à l'offre française.

L'Union européenne entend aussi contribuer à ouvrir davantage aux PME européennes les marchés des pays à forte croissance et a mis en place une série d'outils informatifs : la *Market Access Database* qui diffuse gratuitement, à l'intention des PME, des informations sur les tarifs douaniers et les barrières non tarifaires ainsi qu'un guide de l'exportateur ; le Portail européen d'information douanière (ECIP) ; le réseau *Enterprise Europe Network* (EEN) qui s'appuie sur un réseau de 600 partenaires locaux pour apporter un soutien de proximité aux PME qui veulent se développer sur le marché unique ou profiter des opportunités des pays émergents ; les centres d'assistance pour les PME qui fonctionnent en Chine, en Inde et en Thaïlande pour les aider à prendre pied sur ces marchés.

Sur la forme, le CESE estime que :

- **l'accès à l'information doit pouvoir se faire par un point d'entrée unique.** Le portail gouvernemental représente une démarche qu'il convient d'approfondir pour que la navigation sur le site devienne plus aisée et plus conviviale, notamment en affichant des modes d'accès par filière d'activité. Il faut veiller également à une mise à jour régulière et à une sélection rigoureuse de l'information. À cet égard, le portail *Ania export*, pour la filière agroalimentaire, constitue un bon exemple de la variété d'informations dont une PME a besoin ;
- **les portails européens devraient être référencés sur le site national. De plus,** l'information mise en ligne, au demeurant très exhaustive, doit être accessible en français et pas seulement en anglais ;
- **la gouvernance du réseau EEN**, compte tenu de l'intégration de nombreux partenaires et d'un budget en croissance, **devrait être complétée** pour faciliter son accessibilité aux PME et améliorer ses services en intégrant les chambres de métiers et de l'artisanat ;
- **le développement des centres de soutien européens doit être envisagé,** seulement après évaluation des actions en cours.

Sur le fond, le CESE insiste sur :

- **la nécessité de fournir une information pertinente et immédiatement exploitable par les PME** qui cible les secteurs porteurs actuels et à venir. Elle doit donner la possibilité aux PME d'anticiper l'évolution prévisible des marchés et de détenir les éléments d'appréciation stratégiques nécessaires à l'adaptation de leurs produits ou de leurs services. Dans cette perspective, compte tenu des nombreux relais existants à l'étranger - Chambres de commerce et d'industrie (CCI), Missions économiques (ME), Conseillers du commerce extérieur de la France

(CCEF), etc. - il est impératif qu'une coordination s'instaure entre ces structures sous la responsabilité des missions économiques, pour parvenir à la rédaction conjointe de « fiches pays » sectorielles incluant des études prospectives sur les opportunités des marchés ;

- **le spectre le plus large possible de l'information** afin de mettre l'entreprise en capacité de choisir en connaissance de cause son marché de prospection. Même si le marché européen est généralement mieux adapté aux PME primo-exportatrices, il n'en demeure pas moins que les PME exportent encore trop peu vers les marchés situés en dehors de l'UE. Or, les pays partenaires de la politique européenne de voisinage et les pays candidats à l'adhésion offrent des potentialités de débouchés commerciaux qu'il est impératif d'exploiter.

Repérer les entreprises exportatrices et agir pour adapter leur offre

Notre assemblée a mis en évidence en 2007 le caractère stratégique de la conquête des marchés extérieurs. Elle avait alors appelé à la mise en place d'une véritable politique d'identification de « nouveaux exportateurs » par la création d'un outil de diagnostic, à l'image de celui élaboré par l'homologue suédois d'Ubifrance que le rapporteur avait rencontré. Certes, le réseau consulaire est chargé de repérer et de détecter les entreprises à potentiel export. Mais, pour le CESE, la démarche n'est pas suffisamment proactive. Notre assemblée craint, malgré les efforts de normalisation entrepris, que toutes les PME ne bénéficient pas du même niveau de prestation.

Si les PME doivent prendre conscience avec plus d'acuité que l'activité exportatrice n'est que le prolongement de leur activité domestique, elles ont aussi besoin, faute de disposer en interne de l'indispensable expertise, d'être accompagnées pour mieux appréhender la réalité de leurs potentialités exportatrices et **définir une stratégie de développement à l'export** afin de limiter au maximum les risques d'échec et de dépasser les simples logiques opportunistes de court terme. L'internationalisation des PME ne peut se concevoir que sur le moyen/long terme, comme le soulignait, devant la section, M. Bertrand Girard, directeur général de Val d'Orbieu, qui réalise 40 % de son chiffre d'affaires à l'étranger. À cet égard, les PME françaises pâtissent d'une absence de vision suffisamment claire et construite de leurs objectifs de développement de long terme alors que, de son point de vue, il y a, dans la définition d'une stratégie, un préalable indispensable à une internationalisation réussie des activités d'une entreprise. Ce sentiment est partagé de longue date par le CESE qui avait rappelé, en 2007, l'importance de disposer d'un outil d'accompagnement ciblé sur les « exportateurs occasionnels » de manière à obtenir une pérennisation de leur première démarche internationale. Cette recommandation est visiblement demeurée sans effet.

Partant de ce diagnostic, repris par tous les auditionnés devant la section, le CESE préconise les pistes d'action suivantes.

Progresser dans le repérage des PME à potentiel export

Cette orientation est maintenant incontournable et doit constituer une priorité des partenaires de la Charte de l'exportation. Le **CESE** accueille très favorablement la nomination d'un Commissaire à l'internationalisation des PME et des Entreprises de taille intermédiaire

(ETI)² et **prend acte que, parmi ses missions, figure notamment la mise en place d'un programme d'analyse stratégique.** En d'autres termes, le but est de **définir, en lien avec les organisations professionnelles et interprofessionnelles,** à l'échelle de chaque région, **un *modus operandi* qui permette, enfin, de professionnaliser ce repérage avec le concours de tous les signataires des chartes régionales.** Lors de son audition, M. François David, président de la Compagnie française d'assurance pour le commerce extérieur (Coface), a émis la suggestion que sa société puisse définir en amont les éléments communs aux entreprises qui réussissent à l'exportation en scannant les 95 000 PME exportatrices actuelles. La détermination d'un tel profil permettrait ainsi de mieux cibler celles qui seraient capables d'exporter. C'est un point de départ qui peut porter ses fruits mais **pour le CESE, il est impératif que chaque région s'organise pour aller à la rencontre de ces entrepreneurs.**

Améliorer l'offre française et mieux structurer les filières professionnelles à l'export

La compétitivité des PME à l'export est largement dépendante de la mise en place d'une politique industrielle française mais aussi européenne et les États généraux de l'industrie constituent une base de travail qu'il convient d'amplifier. Cette compétitivité passe notamment par une réorientation de l'appareil productif français impliquant tout à la fois une montée en gamme dans les produits et services actuels, ainsi que des investissements dans les secteurs d'avenir tels que les technologies de l'information et de la communication, les entreprises de l'internet ainsi que l'« économie verte ».

À l'aune des auditions, **le CESE est convaincu de l'importance d'une organisation des filières de manière à mieux agencer l'action collective au bénéfice des entreprises quelle que soit leur taille.** Plusieurs filières - les produits pharmaceutiques, cosmétiques ou viticoles - ont d'ores et déjà démontré qu'il était possible de parvenir à ce but et d'enregistrer de bonnes performances commerciales à l'export. De récentes initiatives viennent conforter le bien fondé de cette orientation : appel à projets dédiés à la filière de l'énergie solaire dans les pays émergents, plan d'action spécifique « Sport à l'export », logique multifilières destinée à la reconstruction de la Libye.

Présenter une offre globale et flexible qui réponde aux besoins des marchés mondiaux reposant sur des filières intégrées et organisées, tel est le défi à relever. Du point de vue du CESE, il requiert une double mobilisation. Tout d'abord, il revient au Commissaire à l'internationalisation de donner, au niveau de chaque région mais aussi des branches professionnelles, cette impulsion politique qui sera décisive pour que le mouvement d'intégration des filières soit résolument accéléré. Ensuite, il appartient aux entreprises et à elles seules, de prendre le relais et, pour les grands groupes, de témoigner de leur détermination à jouer collectif sur le terrain, dans une démarche gagnant-gagnant en se donnant les moyens, secteur par secteur, d'innover et de proposer des produits en adéquation avec les attentes des marchés. S'agissant des PME ultramarines et de la spécificité de leur environnement, comme l'a souligné l'étude du CESE sur la coopération

2 Entreprise de 250 à 5 000 salariés, dont le chiffre d'affaires est inférieur à 1,5 milliard d'euros (Loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008).

régionale des Outre-mer³, ces orientations ne pourront cependant prendre tout leur sens sans la recherche d'une meilleure intégration régionale pour dynamiser leurs exportations.

En tout état de cause, comme le soulignait l'avis sur *La compétitivité : enjeu d'un nouveau modèle de développement*, « une réorientation de notre appareil productif, c'est-à-dire [...] **une montée en gamme dans les produits et services actuels** ainsi que [...] des investissements précoces dans les secteurs d'avenir » sont également indispensables pour faire émerger des nouvelles « opportunités sectorielles »⁴.

Lier les aides aux entreprises à la pertinence et à la durabilité de leur projet export

Afin d'encourager l'organisation des filières et d'éviter le « saupoudrage » des aides, voire les effets d'aubaine trop souvent reprochés par la Cour des comptes, **le CESE serait effectivement favorable à conditionner les aides à l'export aux entreprises qui engagent un vrai travail de préparation et qui définissent une stratégie de développement**, sur la base de critères à définir conjointement par les organismes d'appui à l'exportation. Seule l'exigence forte d'une stratégie à moyen-long terme peut conduire, avec l'aide ciblée des divers organismes d'accompagnement, les PME sur la voie de la pérennisation de leurs actions à l'international. Une attention particulière devra être apportée aux entreprises primo-exportatrices et aux Très petites entreprises (TPE).

Mieux accompagner les PME

Le CESE le déplorait déjà en 2007 : les PME françaises souffrent d'une évidente difficulté à inscrire leur présence à l'étranger dans la durée. Seules celles qui sont liées à un grand groupe semblent échapper à cette propension élevée d'abandon rapide de leur tentative d'internationalisation. Quand elles existent, les périodes d'activité hors frontières des PME françaises demeurent courtes, ce qui les distingue de leurs homologues allemandes ou italiennes. La moitié seulement des entreprises survit à l'international à l'issue d'une année d'activité et seulement un quart d'entre elles sont encore présentes au-delà de six années. Les PME n'auraient que 21 % de chance d'avoir une durée d'activité de six ans ou plus, alors que cette probabilité atteint 51 % pour les grands groupes.

S'il n'est pas nécessairement négatif pour une PME d'exporter occasionnellement - cela peut démontrer une capacité à se saisir d'une opportunité en répondant à une demande ponctuelle - il n'en reste pas moins qu'au niveau national, ce taux significatif de renoncement à l'exportation s'analyse comme une fragilité. Cette préoccupation était au cœur des préconisations présentées par notre assemblée en 2007 en ce qui concerne le dispositif d'appui aux exportations. En indiquant que « *les PME n'attendent pas de l'État une politique d'aide mais d'accompagnement* », notre assemblée entendait adresser un message très clair aux pouvoirs publics en faveur d'une clarification du rôle de chacun et d'un meilleur pilotage de l'ensemble des parties prenantes.

La réforme d'Ubifrance, concrétisée après le vote de notre avis, s'est incontestablement inscrite dans cette ligne. Le CESE ne peut que s'en féliciter, d'autant que, comme l'a souligné

3 Pour un renforcement de la coopération régionale des Outre-mer, étude présentée par M. RémyLouis Budoc au nom de la délégation à l'Outre-mer du CESE.

4 CESE, *La compétitivité : enjeu d'un nouveau modèle de développement*, rapporteur Mme Isabelle de Kerviler, 12 octobre 2011.

son directeur, le choix a été fait de recentrer les activités de l'agence sur les PME, ce qui s'est en particulier traduit par une augmentation du nombre d'opérations organisées à leur profit tels que les missions, salons ou autres rencontres et par une hausse du taux de satisfaction des entreprises utilisatrices.

Si les aménagements structurels apportés devraient permettre de mieux tirer parti des opportunités de croissance, notamment dans les pays émergents, le CESE estime, néanmoins, que des marges d'amélioration subsistent pour une meilleure articulation des outils aux besoins des PME.

Mieux coordonner les organismes d'appui

Au plan national, la plupart des organismes d'appui sont désormais regroupés sous la bannière unique de l'Équipe de France de l'export et sont signataires, depuis le 12 juillet 2011, de la Charte nationale des partenaires de l'export. À cet égard, l'élaboration en commun du programme « France Export », qui réunit plusieurs centaines de manifestations de promotion commerciale à travers le monde, illustre cette volonté d'œuvrer ensemble. Cette Équipe de France de l'Export suppose bien évidemment une collaboration forte entre Ubifrance, Sopexa et les réseaux consulaires. **Plus de cohérence a pu être obtenue mais la multiplicité des opérateurs conduit toutefois à perpétuer une concurrence qui n'est pas toujours saine et qui nuit à la cohérence recherchée.** En particulier, l'organisation au plan local de l'appui au développement international des entreprises, qui fait intervenir également les conseils régionaux compétents en matière de développement des exportations, n'est pas satisfaisante.

Le CESE estime, à l'image de certaines études et rapports mais aussi des auditions devant la section qui ont pointé les failles persistantes du dispositif, que ce dernier est encore perfectible et que des améliorations peuvent encore être obtenues, notamment au plan local.

Achever l'organisation des relations entre les différents opérateurs

Le CES avait milité en 2007 pour une clarification des missions entre les différents acteurs et une définition précise des rôles de chacun. Une démarche a été initiée en ce sens qu'il convient désormais de finaliser.

Un partenariat décliné autour d'objectifs pour l'ensemble des régions métropolitaines a été institué entre Ubifrance et les chambres de commerce et d'industrie, en application d'une convention cadre signée le 23 avril 2008. Elle charge notamment les CCI de la mission d'identification des PME et de la réalisation de pré-diagnostic. En outre, le Contrat d'objectifs et de performance (COP) pour la période 2012-2014 prévoit qu'Ubifrance renforcera également son rôle d'accompagnement des entreprises en favorisant les synergies avec les régions et les CCI, dans le cadre du déploiement des guichets uniques en région.

Pour le CESE, il convient de s'atteler à la mise en place d'une démarche ordonnée avec une répartition claire des compétences et un niveau similaire de services dans chaque région, visant tous les secteurs d'activités et ce en liaison avec le Commissaire à l'internationalisation. Dans le cadre de la déclinaison de la Charte nationale de l'export, notre assemblée prône les pistes suivantes :

- **l'identification d'un interlocuteur pleinement affecté à l'export au sein des DIRRECTE** (Directions régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi) avec des missions renforcées ;
- **l'intégration systématique des chambres de métiers et de l'artisanat dans les chartes régionales ;**
- **la définition précise du rôle de chaque organisme** : sensibilisation des entreprises à l'export par les conseils régionaux, détection des entreprises par les réseaux consulaires en lien avec les organisations interprofessionnelles et professionnelles, pré-diagnostic export réalisé par le réseau consulaire avec le concours des CCEF, identification des marchés cibles par Ubifrance, etc. ;
- **la mise en place d'un suivi statistique, quantitatif et qualitatif, des entreprises exportatrices par région.**

Renforcer la coordination

Les querelles entre les différents intervenants priment encore trop souvent et entravent la structuration de l'offre française à l'exportation. Par exemple, la planification des salons sectoriels se heurte encore fréquemment à une absence de concertation qui conduit à une redondance des programmations et à une dispersion des moyens budgétaires alors même que les budgets de promotion à l'exportation sont en baisse sensible. Ce manque de coordination est déploré par les entreprises qui, à une forte majorité, souhaitent bénéficier d'un guichet unique regroupant l'ensemble des interlocuteurs pour les activités à l'export. Selon le baromètre UPS-CGPME réalisé par TNS-Sofres en juin 2011, 74 % des entreprises interrogées y sont favorables.

Une plus grande synergie est à trouver. C'est ce qui fait la force de l'outil public allemand de soutien à l'exportation qui repose sur une forte cohérence entre les intervenants régionaux, notamment les départements économiques des *Länder*, et le réseau consulaire allemand qui agit de manière coordonnée au niveau fédéral mais aussi en lien avec son réseau implanté à l'étranger. La création des services de CCI International en décembre 2010 est un pas en ce sens. Mais afin de répondre à ce souci de mieux faire travailler ensemble les différents réseaux, **le CESE préconise** :

- **la finalisation, dans chaque région et dans chaque territoire ultramarin, de la création d'un « guichet unique de l'export », voire même d'une « Maison de l'export » à l'instar de celle de Lille pour obtenir une mutualisation des moyens ;**
- **la recherche et l'obtention d'une meilleure coordination dans la gestion des salons** et notamment des Pavillons France entre Ubifrance et Sopexa dans le cadre de la convention qui les lie ;
- **la consultation systématique des organisations professionnelles en préalable à la programmation des opérations collectives de promotion.**

Ajuster les outils aux besoins réels des PME

Désormais dotée de son propre réseau de collaborateurs grâce notamment au transfert des compétences commerciales des missions économiques dont la dualité des fonctions avait été jugée avec beaucoup de réserve par le CES, l'agence Ubifrance est devenue un trait d'union entre les PME et les marchés internationaux. Des objectifs quantitatifs lui sont

désormais assignés et le contrat d'objectifs et de performance pour la période 2012-2014 lui impose qu'un tiers des entreprises clientes génèrent un véritable courant d'affaires sur les marchés étrangers où elles auront été accompagnées, avec une attention accrue portée aux PME. **Mais il y a encore des progrès à obtenir sur les aspects suivants.**

Clarifier le champ d'intervention d'Ubifrance

Comme le souligne la Cour des comptes dans son rapport public annuel de février 2011, Ubifrance n'est plus seulement un guichet d'information mais apparaît aussi comme un cabinet de conseil qui dispose d'une dotation publique pour accompagner les entreprises et les aider à faire aboutir leur prospection commerciale à l'étranger. Ses métiers ont eu tendance à s'élargir afin d'intégrer tous les stades de la démarche export dont l'accompagnement des entreprises à l'étranger, également pris en charge par le réseau des CCI françaises à l'étranger ou des opérateurs privés.

Notre assemblée serait favorable à ce que la mission de service public assurée par Ubifrance soit clarifiée par sa tutelle de manière à éviter les interventions redondantes qui génèrent des dépenses publiques inutiles.

Revoir les conditions de facturation des prestations

Le CES avait déjà relevé en 2007 que l'objectif de rentabilité assigné à Ubifrance l'avait conduit « à une recherche de plus en plus marquée de facturation de ses prestations » et avait formulé des propositions pour que la tarification soit mieux adaptée aux PME. **Le CESE considère aujourd'hui que ses préconisations ont été insuffisamment prises en compte.**

Ubifrance déploie une mission de service public au bénéfice des PME avec une dotation publique qui a crû régulièrement depuis 2008. Elle permet notamment de financer les procédures de labellisation d'opérations collectives sur les marchés extérieurs pilotées par les opérateurs privés, des actions collectives de promotion d'Ubifrance et des ME (dont les pavillons sur salons), en diminuant le coût de participation des entreprises à ces opérations de promotion collectives. Les opérations de labellisation revêtent une importance particulière pour les entreprises. Le CESE est favorable à leur amplification.

Notre assemblée regrette que la politique de facturation développée par Ubifrance prenne insuffisamment en compte sa mission de service public puisque l'agence facture ses prestations dès l'entrée de l'entreprise dans son dispositif. Or, comme elle l'avait déjà mis en exergue en 2007, le coût des prestations revêt une sensibilité particulière pour les PME. Certes, les crédits d'intervention permettent d'abaisser le coût de la prospection pour les PME lorsqu'elles participent à une opération collective. **Ce signal-prix est important et il doit être conservé. Mais le CESE réitère ses demandes initiales.** Si le principe de la facturation doit être préservé comme gage de qualité pour l'entreprise, la facturation de l'information et des différentes prestations doit être mieux ajustée aux demandes spécifiques des entreprises. **Le CESE souhaite qu'une réflexion soit développée par Ubifrance et sa tutelle pour mettre en place une tarification sur la base des principes suivants**, en distinguant très clairement les activités qui relèvent de la mission de service public :

- au-delà des informations très générales figurant sur les sites Internet des ME, **les entreprises doivent pouvoir accéder à des informations gratuites, spécifiques à leur secteur d'activité et à leurs besoins, notamment sur les aspects réglementaires ;**

- une politique tarifaire différenciée pourrait être instaurée pour d'autres prestations telles que les « rencontres acheteurs », les « séminaires pays » ; en 2007, le CES avait suggéré la mise en place d'un ticket modérateur proportionnel au chiffre d'affaires.

Améliorer la lisibilité des outils financiers d'aide à l'export

Plusieurs outils de financement des exportations coexistent et peuvent être utilisés simultanément par les PME.

Société privée disposant d'une délégation de service public, **la Coface est un partenaire privilégié des PME pour l'international**. Elle propose, entre autres, pour le compte de l'État, une assurance prospection procurant aux PME un relais de trésorerie afin de développer leur prospection et de les couvrir contre un éventuel échec par l'octroi d'une indemnité si les recettes commerciales sont inférieures aux dépenses de prospection engagées. **Ainsi que le vœu en avait été formulé par le CES en 2007, des améliorations ont été apportées et les procédures ont été régulièrement simplifiées** : réduction des délais d'instruction, élargissement de la définition des entreprises innovantes, éligibilité des ETI. Plus récemment, le dispositif a également été ouvert aux groupements d'entreprises et les frais de garantie d'un contrat export ont été réduits de 25 % pour les PME. L'effet de ce dispositif est important puisque, selon la Direction générale du Trésor, il atteindrait 21 € pour 1 € d'argent public dépensé et il est le plus utilisé par les PME car il permet de les aider à faire leurs premiers pas à l'exportation. **Mais l'absence de réseaux locaux de distribution limite le développement de cette activité.**

Depuis l'avis de notre assemblée, un nouvel acteur s'est affirmé en matière de financement à l'export. Il s'agit d'**Oséo**, société à capitaux publics, qui développe depuis deux années une gamme relativement complète de produits axés sur le développement international des entreprises, y compris celles implantées en Outre-mer, consistant en des prêts sans garantie compatibles avec l'assurance prospection de la Coface. Cet établissement bénéficie d'un réseau local puissant, bien disséminé sur le territoire (500 représentants sur le terrain contre 26 pour Ubifrance et 13 pour la Coface qui rencontrent en moyenne 40 000 entreprises en face à face chaque année). **Si l'expertise d'Oséo en matière d'innovation, de financement, de garanties, de création et de reprise est bien connue des PME, ses produits « export » sont en revanche totalement méconnus.**

Face à une offre financière qui demeure éparse, sa présentation de manière plus unifiée grâce à la signature de conventions de partenariat entre Ubifrance, Oséo et la Coface, en 2008 et 2009, pour que chacun puisse faire connaître les différents produits existants indifféremment de l'organisme qui les délivre, est un progrès qui mérite d'être relevé. Cette démarche a été amplifiée par la création, en 2011, d'une « Boîte à outils export », qui présente une offre de financement à l'export commune à ces trois organismes de manière à la rendre plus lisible. Il y a là aussi un point positif même si le chef d'entreprise devra toujours, dans la configuration actuelle, s'il souhaite bénéficier de ces instruments, se rapprocher successivement des différentes entités. La Cour des comptes indiquait d'ailleurs dans son rapport de 2011 qu'« *entre la Coface, Oséo et Ubifrance, la clarification des rôles n'apparaît pas encore suffisante* ».

Ces observations confortent le CESE sur la nécessité d'apporter la simplification et la lisibilité que ne cessent de réclamer les exportateurs. Dans cette perspective, **la désignation d'Oséo comme l'interlocuteur privilégié des PME exportatrices**, par la reprise de l'activité « assurance-prospection » de la Coface, constituerait un changement de cap décisif de nature à conférer au dispositif cette opérationnalité tant attendue mais jusqu'à présent jamais concrétisée. L'avis d'octobre 2011 sur la compétitivité dessinait déjà cette orientation en préconisant un rapprochement de ces deux organismes. La commission des affaires étrangères de l'Assemblée nationale, dans son rapport récent d'information⁵, s'est également clairement positionnée en ce sens. Une telle option exigerait cependant, compte-tenu de la jeunesse des produits export d'Oséo et de leur manque évident de notoriété auprès des PME, **qu'une campagne de communication forte soit au préalable déployée, à grande échelle, auprès des PME, avec l'ensemble des acteurs concernés.**

Fortifier le réseau des conseillers du commerce extérieur

Le réseau des 4 300 conseillers du commerce extérieur de la France est une des composantes majeures du dispositif d'appui aux PME pour leur développement à l'international. Signataire de la Charte nationale des partenaires de l'export dans laquelle les CCEF s'engagent à contribuer à l'augmentation du nombre d'entreprises exportatrices, il s'agit là d'un réseau unique au monde composé de chefs d'entreprises ou responsables export dans des entreprises déjà engagées dans les démarches internationales. Entièrement bénévoles, ils sont assujettis à une cotisation pour assurer le fonctionnement du Comité national et de ses comités régionaux ou départementaux ainsi que des sections à l'étranger.

Comme il l'avait déjà déclaré en 2007, le CESE reste persuadé qu'**un plus grand bénéficiaire pourrait être retiré de ce réseau** et ce, par une intensification des actions concrètes qu'il mène déjà au service des PME. À cette fin, de nouvelles pistes d'évolution pour orienter les missions des CCEF, de manière prioritaire, sur le diagnostic, le conseil et l'appui aux PME dans leur démarche à l'export et pour moderniser l'institution, notamment par sa féminisation et la nomination d'acteurs de terrain, gagneraient à être explorées plus avant.

Orienter les missions des CCEF sur l'appui aux PME

Il convient de parachever les réformes intervenues en 2006 et 2010.

- Amplifier la mission d'appui aux PME et ETI aux côtés des autres acteurs du dispositif*

La Charte nationale des partenaires de l'export est actuellement en cours de déclinaison au niveau de chaque région et comprend des engagements précis en termes d'objectifs quantitatifs. Les CCEF doivent y prendre toute leur part afin de sensibiliser leurs pairs à l'international et conduire les actions d'accompagnement requises.

⁵ Rapport d'information sur *Les faiblesses et défis du commerce extérieur français* - Assemblée nationale - Commission des affaires étrangères, 23 novembre 2011.

Pour ce faire, le CESE recommande :

- **la saisine des CCEF par les partenaires de la Charte à chaque fois que leurs compétences sectorielles et géographiques mais aussi entrepreneuriales** peuvent constituer un atout pour **établir un diagnostic de la capacité exportatrice des PME** et **aider à la construction d'une stratégie sur le moyen-long terme** ;
- **une meilleure implication des CCEF dans les actions de portage au profit des PME** puisque nombre d'entre eux sont issus de grands groupes et y occupent des postes stratégiques.

☐ *Renforcer la mission de conseil*

La mission de conseil aux pouvoirs publics prend tout son sens à l'étranger où l'analyse des conseillers sur la situation économique des pays et la détection des opportunités est très appréciée. Mais **en France, en revanche, le réseau des CCEF est insuffisamment consulté**, notamment par les pouvoirs publics. Le CESE propose les mesures suivantes :

- **l'institution d'une rencontre obligatoire et régulière des CCEF en région tant avec le préfet de région qu'avec le président du conseil régional** ou le président de l'exécutif local afin que les conseillers puissent donner leur point de vue de chefs d'entreprise pratiquant l'international à la fois sur les difficultés qu'ils rencontrent ou que les entreprises qu'ils *coachent* rencontrent, et sur les pistes de développement qu'ils pourraient proposer ;
- **l'établissement d'un dialogue direct entre les CCEF et le responsable export de haut niveau des DIRRECTE** ;
- **l'instauration également d'un meilleur dialogue entre les représentants de l'État et les CCEF** afin que ces derniers puissent être informés du suivi qui est fait de leurs préconisations dans le cadre des rapports, élaborés au sein de commissions géographiques, et portant sur des points stratégiques des positions françaises ;
- une coordination des différents réseaux au niveau international pour permettre l'élaboration de panoramas des opportunités existantes et à venir.

☐ *Étendre la mission de formation*

Les CCEF sont des acteurs importants de la formation des jeunes à l'international. Par leurs expériences concrètes, ils peuvent lever des freins et faire naître des vocations. Le CESE souligne que leurs démarches pour le développement des VIE (Volontaires internationaux en entreprise) ont été très efficaces. Il prône tout naturellement leur poursuite en mettant l'accent sur la nécessité de mettre davantage en valeur **leurs actions de parrainage des VIE**.

Définir des critères de nomination des CCEF

Les CCEF sont nommés pour trois ans par décret du Premier ministre. Mais, au-delà des dispositions statutaires, le CESE plaide pour qu'un certain nombre de principes président à ces nominations :

- une proportion majoritaire de nominations en provenance de l'étranger ;
- une place plus importante pour les représentants issus des PME ;

- l'établissement, pour l'examen des renouvellements, d'un rapport d'évaluation des résultats atteints par chaque CCEF au regard des objectifs fixés ;
- une limitation de la durée des mandats des postes à responsabilités, aux niveaux national, des sections et des comités régionaux et départementaux ;
- un rajeunissement et une féminisation du réseau des conseillers.

Améliorer la visibilité du réseau des CCEF

Développer une meilleure synergie entre tous les membres du réseau, capitaliser toutes les informations recueillies et en faire un véritable outil d'intelligence économique, tels sont les buts à poursuivre pour donner plus de visibilité à ce réseau. Très concrètement, et pour précisément faciliter le recours aux CCEF, **le CESE serait favorable à ce qu'une liste de leurs compétences par secteur géographique et d'activité soit mise** à la disposition des membres de la Charte nationale des partenaires de l'export. Il est en effet important que l'accès aux organismes accompagnateurs soit aisé et simple pour les PME et que la mobilisation des CCEF par les organismes d'appui puisse être plus systématique.

Dans le même esprit, le CESE ne verrait que des avantages à une refonte de la gouvernance du Comité national par une révision de la composition du conseil d'administration fondée sur une meilleure représentation des administrateurs issus des sections à l'étranger.

Encourager les partenariats entre entreprises

L'avis de 2007 l'avait fortement marqué : les PME françaises sont de taille trop réduite, ce qui freine leur développement international. Si la part du chiffre d'affaires issue de l'exportation est plus importante pour les PME allemandes, c'est sans conteste parce qu'elles atteignent, plus souvent qu'en France, la taille critique qui leur permet de se projeter à l'international.

Sans surévaluer le poids de ce facteur - il existe des TPE performantes et exportatrices -, il faut reconnaître qu'il a un impact non négligeable. Un chiffre suffit pour s'en convaincre : le taux des entreprises exportatrices, parmi l'ensemble des PME, varie du simple au double selon qu'elles comptent plus ou moins de 50 salariés. De même, on sait que les ETI sont dans une large mesure plus exportatrices que les PME : 14 % de leur chiffre d'affaires découlent de leurs ventes à l'étranger, contre 8 % pour les PME (hors micro-entreprises). On notera néanmoins que si la taille est un élément déterminant pour assurer une présence pérenne à l'international, on compte toutefois 34 % de TPE parmi les exportateurs réguliers.

Les analyses montrent que **les succès à l'export sont le fruit d'une démarche longue, effectuée par étape et plus facilement réalisable par les entreprises d'une certaine dimension**. C'est précisément ce que mentionnait M. Alain Renck, directeur de l'international à Oséo, devant la section des affaires européennes et internationales en s'appuyant sur son expérience au service des PME : « *À l'international, il faut de la patience, du temps et de l'argent [...]. On ne va pas prospecter des marchés étrangers en étant certain de revenir avec des commandes et du chiffre d'affaires* ». En d'autres termes, l'internationalisation d'une entreprise relève du long terme et son coût est élevé. Elle requiert savoir-faire et connaissances, qui s'acquièrent par des recrutements de personnels qualifiés. Elle est, en outre, **étroitement dépendante de l'assise financière de l'entreprise, de sa capacité à investir en R&D (Recherche et développement), à innover et à prospecter**.

Le CES avait déploré, en 2007, la difficulté de faire émerger, en France, des entreprises plus grandes en mesure de cibler les marchés extérieurs. Un an plus tard, l'avis sur *Le développement des entreprises de taille intermédiaire* présenté par Mme Françoise Vilain formulait un certain nombre de propositions de nature à favoriser leur croissance. Mais c'est un constat inchangé que notre assemblée a dressé en octobre dernier, dans l'avis précité sur la compétitivité. Le CESE déplorait « *qu'en dehors des champions nationaux, notre pays peine à intégrer dans les meilleurs, contrairement à l'Allemagne, des entreprises de taille intermédiaire qui constituent un élément stratégique de compétitivité* ». À ce jour, on ne dénombre selon Eurostat que 5 153 ETI en France, alors qu'elles sont 10 428 en Allemagne.

Reste que les politiques publiques d'encouragement initiées ces dernières années en faveur des partenariats sont encore insuffisantes et mériteraient d'être complétées selon trois axes.

Associer pleinement les PME aux pôles de compétitivité

Les résultats de la mise en place des pôles de compétitivité demeurent difficiles à évaluer. Tout en se félicitant de la forte proportion de PME parmi les entreprises associées à ces pôles, le CES relevait cependant une participation extrêmement variable à leur gouvernance, dans un avis consacré à ce sujet en 2008⁶. Parce qu'ils privilégient les impératifs d'innovation et de compétitivité à l'international, les pôles s'appuient le plus fréquemment sur des réseaux de grands acteurs industriels. Les PME indépendantes, alors même que ce sont elles qui innovent et se montrent les plus réactives sur nombre de projets développés par les pôles, apparaissent trop souvent exclues des prises de décisions liées aux orientations stratégiques ou aux besoins du pôle. **Les relations entre les différents acteurs restent à clarifier et surtout à équilibrer dans le sens d'un renforcement du rôle des PME** comme le demandait déjà l'avis *PME et commerce extérieur* de 2007 autour de :

- **la désignation d'un médiateur « pôle de compétitivité »** : la PME qui souhaite participer au pôle de compétitivité doit engager des moyens conséquents en termes de temps et de logistique, en complet décalage par rapport au rythme des acteurs publics ou des grands comptes. La nomination d'un médiateur, qui serait chargé d'accomplir les démarches administratives pour que les PME subissent moins la « contrainte temps », faciliterait sans nul doute la mise en relation des PME avec les différents acteurs ;
- **l'instauration d'un équilibre entre d'une part, le formalisme dans la gestion du projet** pour standardiser les modes d'échanges et, d'autre part, **la nécessaire souplesse pour associer tous les acteurs, principalement les PME** ;
- **le maintien d'une certaine ouverture après leur mise en place afin que les PME puissent rejoindre des partenariats déjà constitués** : dans un avis relatif aux pôles de compétitivité en Provence-Alpes-Côte d'Azur, le CESR (Conseil économique et social régional) constatait, pour le déplorer, qu'un certain nombre de PME/TPE n'avaient pas pu être intégrées aux partenariats fondateurs des pôles ;

6 *Les pôles de compétitivité : faire converger performance et dynamique territoriale*, avis présenté par M. André Marcon, 9 juillet 2008.

- **la sécurisation de la propriété intellectuelle des PME dans les pôles** : le CESE appuie bien évidemment les orientations qui aident les PME à optimiser leur R&D, comme par exemple les « prédiagnostics propriété intellectuelle » réalisés gratuitement par l'INPI (Institut national de la propriété industrielle) auprès des entreprises de moins de 1 000 salariés pour évaluer leurs actifs incorporels. Il souligne que la participation aux pôles de compétitivité suppose pour la PME de mettre en commun certaines informations liées à la R&D. Or, cette dernière craint que sa propriété intellectuelle soit absorbée par les grands comptes. Peu de contrats prévoient des sanctions en cas de non-respect par une partie de son obligation de confidentialité des données ;
- **une mutualisation des services communs (restauration, transports...)** ;
- **la confirmation du caractère prioritaire et stratégique des pôles de compétitivité à vocation mondiale** : comme indiqué dans l'avis susmentionné sur la compétitivité, il serait également important de réfléchir à la constitution de pôles de compétitivité européens, notamment dans les régions « transfrontalières ».

Encourager les groupements

Les PME françaises restent peu enclines à se regrouper et coopèrent peu dans leur activité internationale contrairement à d'autres pays européens, singulièrement en Italie, où les exemples de groupements de PME sont nombreux.

Un seul exemple pour illustrer le propos : la région de l'Émilie-Romagne, en partenariat avec le ministère italien du commerce international et les chambres de commerce locales, soutient deux types de groupements de PME en faveur de l'exportation. D'une part, les associations temporaires d'entreprises qui sont des groupements de PME actives sur le même territoire, dans le même secteur ou dans la même filière pour une durée déterminée et avec une mission ou un objectif spécifique. En 4 ans, plus de 150 associations temporaires qui ont impliqué au total 1 000 PME régionales se sont formées. D'autre part, les consortiums export qui regroupent au moins 8 PME de divers secteurs d'activité en une association unique ayant comme seul objet social la promotion et l'exportation de leurs produits. Une trentaine de consortiums sont actuellement soutenus. Ils sont pour la plupart sectoriels et certains existent depuis au moins 30 ans.

Pour le CESE, les PME doivent prendre conscience qu'en travaillant de concert, elles accéderont plus facilement à de nouveaux marchés. Il y a là une voie efficace pour surmonter leur trop petite taille. Plusieurs initiatives, dont le programme « Groupement des PME à l'export » ont, dans le droit fil des propositions de notre assemblée, encouragé la constitution de groupements d'entreprises sans néanmoins atteindre les résultats escomptés. Le CESE note que certaines professions ont su s'organiser au niveau national pour mettre en commun leurs compétences et développer un schéma organisationnel leur permettant de prétendre à des marchés qui leur étaient jusqu'alors inaccessibles. En Rhône-Alpes, EDEN (*European Defence Economic Network*) est devenu le premier cluster français de PME travaillant dans la défense. Avec 45 entreprises, 4 000 emplois et un chiffre d'affaires de 500 M €, ce groupement a su démontrer tout l'intérêt de « naviguer en escadre ». La solidarité d'entreprises a montré sa pertinence et des PME membres ont pu se développer à l'étranger grâce aux implantations étrangères d'entreprises du groupement.

Consciente que les PME ne seront pas en capacité de croître rapidement, **notre assemblée est convaincue de l'intérêt de ces groupements** qui offrent tout à la fois l'avantage de mutualiser des moyens et des compétences mais aussi de minimiser les risques. Les PME doivent pouvoir se regrouper, ponctuellement, pour prospecter et apporter une réponse à la demande d'un marché. Or, une des faiblesses actuelles des entreprises est que, sauf à engager du temps et des dépenses non négligeables, elles ne peuvent constituer de structure commune destinée à postuler à ces marchés.

Le CESE préconise donc à cette fin la création d'une structure *ad hoc* sur la base de statuts type qui sécuriserait l'association de plusieurs PME pour exporter. Aujourd'hui, ces PME peuvent certes créer des structures de moyens telles qu'un Groupement d'intérêt économique (GIE), mais elles ne sont pas toujours les mieux adaptées et comportent des inconvénients majeurs sous l'angle de la responsabilité financière, notamment pour conduire des actions ponctuelles.

Changer la relation PME/grandes entreprises

Très internationalisés, les grands groupes français occupent une place toujours plus grande dans notre économie. S'ils ne représentent que 6 % de l'appareil exportateur, leur part dans le chiffre d'affaires à l'export atteint 41 %. Avec les filiales des groupes étrangers implantés en France, ils sont à l'origine de plus de la moitié de nos ventes à l'étranger et depuis l'avis de 2007, la donne ne s'est pas modifiée. Bien au contraire, la concentration toujours plus forte de nos exportations sur un nombre réduit de « très gros contrats » conclus avec les pays les plus dynamiques économiquement a encore accentué ce phénomène. L'année dernière, plus de 25 % des exportations françaises vers les pays émergents découlaient de la signature de grands marchés de ce type.

Aujourd'hui encore, et malgré la nomination d'un médiateur à la sous-traitance, les PME ne sont pas considérées par les grands comptes comme de véritables partenaires commerciaux sur lesquels les structures importantes peuvent s'appuyer pour mener à bien leurs marchés. La problématique des délais de paiement est révélatrice de cet état de fait puisque les PME restent confrontées à des retards de paiement importants. Les relations tendues qui prévalent entre donneurs d'ordre et fournisseurs sont encore bien loin de la culture coopérative qui est de mise en Allemagne et qui semble porter tous ses fruits dans le cadre d'une démarche concertée bénéficiant à tous les acteurs.

En 2007, notre assemblée avait mis l'accent sur **l'importance de la notion de « réseau » pour les PME** car c'est aussi un moyen de remédier aux inconvénients liés à leur taille trop restreinte. Et, dans cette perspective, elle appuyait, comme un élément de plus-value, la consolidation et l'extension des dispositifs de portage visant à faire bénéficier les PME de l'expérience et des réseaux à l'international des grands groupes, sous réserve qu'ils soient réalisés en dehors de toute ingérence *managériale*.

En 2009, le dispositif de portage a été rénové avec la création de l'association Pacte PME international (PPI) dont le but est de mettre à la disposition des PME l'expertise internationale des grands groupes adhérents. Mais, force est de constater qu'ils n'ont pas fait preuve d'un grand enthousiasme et, au cours de son audition devant la section des affaires européennes et internationales, le secrétaire d'État Pierre Lellouche devait d'ailleurs déplorer le faible nombre de groupes impliqués, accusant d'autant le fossé entre PME et

grands groupes. L'année 2010 s'est soldée par une réalisation de 156 portages dont une majorité de « portages stratégiques » (les groupes amènent dans ce cadre leurs fournisseurs, partenaires ou clients sur les marchés internationaux), le reste étant constitué de « portages abri » - 16 % - (hébergement à l'étranger d'un salarié ou d'un VIE d'une PME) et de « portages conseil » - 18 % - (conseils sur les pratiques en vigueur dans les pays où les PME souhaitent exporter).

Dans ce contexte, **le CESE prend acte de la signature**, le 5 mai 2011, sous l'impulsion du secrétaire d'État au commerce extérieur, **de la « Charte du portage des PME à l'international »**, par 12 groupes français rejoints par un 13^{ème} le 11 octobre 2011, aux termes de laquelle ils s'engagent de façon très concrète à mieux associer la sous-traitance française à leurs ventes à l'export.

En tout état de cause, le CESE regrette que, dans la plupart des cas, ce sont à ce jour les grandes entreprises qui choisissent les PME qu'elles veulent bien *coacher* lorsqu'elles ont besoin de créer un écosystème pour optimiser leurs implantations à l'étranger. L'inverse ne se produit malheureusement pas. **Il soutient la volonté des autorités françaises de développer**, comme d'autres pays le font très ouvertement, **un modèle de patriotisme économique et souligne l'urgence, s'agissant des PME, à être mieux traitées dans les grands contrats internationaux**. Si elles sont consultées, elles sont encore trop rarement retenues. **Il propose donc les orientations suivantes :**

- dans le cadre de la politique active de garantie et de caution des grands contrats, voire même dans certains cas d'appuis directs aux entreprises, développée par le gouvernement français, **une modulation de l'octroi de ces soutiens financiers à l'obligation de confier une part des activités de sous-traitance ou de co-traitance à des PME françaises ou européennes**, au-delà de la simple obligation de consultation ;
- **l'introduction d'une hiérarchisation dans le portage pour favoriser les synergies entre les partenaires** : les TPE seraient ainsi plus enclines à être portées par une PME ou une ETI déjà internationalisée pendant que les groupes s'engageraient aux côtés des grandes PME et des ETI.

Relever le défi de la concurrence mondiale

Gagner la bataille de l'international suppose de disposer de produits et de services qui correspondent à la demande étrangère et de mettre en œuvre une stratégie de conquête soutenue par un dispositif d'accompagnement qui réponde à leurs besoins. Mais, comme le rappelait notre assemblée dans son avis de 2007, il est tout autant nécessaire de renforcer la compétitivité des PME et de créer un environnement réglementaire favorable à leur développement. Le CESE reconnaît que des politiques ont été développées depuis lors tant sur le plan de la simplification que du financement ou de l'innovation, conformément à ses préconisations. Mais leurs résultats demeurent insuffisamment significatifs et c'est donc bien sur une amplification de leurs actions que les pouvoirs publics français mais également l'UE doivent faire porter leurs efforts.

Accentuer les politiques en faveur de la croissance des PME

Les auditions successives devant la section des affaires européennes et internationales ont fait ressortir de manière récurrente le déficit de compétitivité des PME françaises, notamment par rapport à leurs homologues allemandes. Elles pâtissent notamment d'une compétitivité hors-prix insuffisante⁷ et d'une image inchangée de leurs produits depuis 2006 alors que la majorité des pays développés n'a eu de cesse d'améliorer la leur sur ces critères. Mais au-delà, et comme le posait le diagnostic établi par l'avis sur *La compétitivité : enjeu d'un nouveau modèle de développement*, c'est à l'adoption d'« un ensemble de dispositions cohérentes entre elles » qu'il convient de s'atteler.

En 2007, le CES soulignait déjà l'exigence de progresser dans l'allègement des charges administratives, d'adopter des mesures leur permettant de grandir et de stimuler l'innovation. Il insistait également sur l'impérieuse nécessité d'améliorer les ressources financières des PME. Et dans un environnement économique, financier et bancaire préoccupant notamment en Europe, les difficultés de financement sont toujours aussi prégnantes pour nombre d'entreprises singulièrement dans le contexte de l'adoption des nouvelles règles prudentielles (Solvabilité II pour les assurances et Bâle III pour les banques).

Si les établissements bancaires apparaissent comme les interlocuteurs naturels des entreprises, **il est impératif d'élaborer de nouvelles pistes de réflexion et de trouver des mécanismes innovants pour renforcer leurs fonds propres** (FSI - Fonds stratégique d'investissement - et FSI Régions). C'est pourquoi, notre assemblée réitère ses préconisations consistant à faire en sorte que le système bancaire soit davantage mis au service du développement des entreprises petites et moyennes, que la fiscalité soit utilisée à l'accroissement des fonds propres des PME, que le droit français des successions permette le développement des PME sur plusieurs générations.

Dans le droit fil de son avis sur la compétitivité, le CESE préconise :

- la définition d'un cadre renouvelé pour le financement des PME ;
- la modulation du taux de l'impôt sur les sociétés pour renforcer les fonds propres et soutenir le développement de l'activité avec, au préalable, l'évaluation de l'ensemble des dispositifs fiscaux existants ;
- la remise à plat du droit des successions pour faciliter les transmissions, y compris par le biais de la reprise par les salariés.

Doper les PME pour les aider à acquérir un potentiel export

La volonté du chef d'entreprise est déterminante dans la conquête des marchés. Or, le CESE constate que les lacunes qui avaient été identifiées en 2007 comme autant d'obstacles qui s'opposent à sa sensibilisation à l'export perdurent : faiblesse de la formation aux

⁷ *Approche de la compétitivité française*, document élaboré par un groupe de travail paritaire (CFDT, CFE-CGC, CFTC, CGPME, MEDEF, UPA), juin 2011.

langues étrangères et des modules d'enseignement sur le développement international dans les formations entrepreneuriales ; manque de temps pour développer une stratégie internationale ; insuffisance de moyens humains et de compétences internationales. Des mesures seraient à l'évidence bienvenues pour les encourager.

Aider les PME à se doter de ressources humaines dédiées à l'export

Le CES avait jugé que le Volontariat en entreprise (VIE) pouvait être une alternative intéressante au recrutement d'un salarié dédié au développement international. Le dispositif a été assoupli à plusieurs reprises pour faciliter son utilisation par les PME (VIE à temps partagé et VIE multi-pays notamment) sans que les objectifs affichés aient pu être atteints par Ubifrance. Aux fin de valoriser ce dispositif, **le CESE est en faveur** :

- **d'une généralisation du système de *coaching* en liaison avec les structures françaises présentes à l'étranger et le réseau des CCEF en particulier**, ainsi que le CES l'avait demandé en 2007, pour remédier à l'absence de structures locales ;
- **d'une plus grande accessibilité du VIE (Volontariat international en entreprise) aux titulaires d'un niveau BAC+ 3** pour multiplier les chances de son développement auprès des PME ;
- **d'un élargissement de l'éventail des spécialités aux licences professionnelles, option « commerce international », dans le cadre du projet actuel de « VIE pro »** souhaité par le gouvernement ;
- **d'un meilleur suivi du jeune** et notamment de l'organisation de son projet entre présence en entreprise et séquence passée à l'étranger.

Optimiser le crédit impôt export

Le crédit d'impôt pour dépenses de prospection commerciale est une incitation fiscale intéressante mais insuffisamment utilisée par les PME. **Le CESE considère que ce Crédit impôt export (CIE) doit être optimisé. Le CESE recommande de :**

- **clarifier le dispositif du crédit impôt export car des incertitudes subsistent quant aux dépenses réellement éligibles**, notamment lorsque l'entreprise bénéficie, en parallèle, d'une assuranceprospection ;
- **inclure, dans les dépenses éligibles, selon des conditions à définir, les salaires et charges des salariés dédiés à l'export**. L'embauche d'un salarié à l'export est la condition d'attribution d'un crédit impôt export, mais les rémunérations et charges afférentes ne sont pas éligibles. En revanche, les indemnités versées aux VIE sont, elles, incluses. Il y a là un certain illogisme qui doit être rectifié au plus vite y compris pour les recrutements export partagés entre plusieurs PME ;
- **étendre le crédit impôt export aux ETI jusqu'à 500 M € de chiffre d'affaires comme l'assurance prospection**.

Tirer tous les bénéfices des instruments et politiques de l'UE

Le CES avait appelé en 2007 à l'instauration d'un *Small Business Act* pour stimuler la compétitivité des PME. La stratégie européenne en faveur des PME définie dans le *Small Business Act* pour l'Europe (SBAE) a été lancée par la Commission européenne en juin 2008, validée par le Conseil européen en décembre 2008 et révisée en 2011. Elle incite l'Union européenne et les États membres à soutenir les PME et à les encourager, *via* les dispositifs de soutien et les activités de formation, à tirer profit de la croissance des marchés situés hors de l'UE pour mieux surmonter la crise.

Invité, en février 2011, à se prononcer sur la communication *Vers un Acte pour le marché unique*, le CESE a insisté sur la nécessité d'instituer un environnement juridique et administratif européen plus propice à l'éclosion et au développement des PME et avait, dans cet esprit, appuyé les propositions précises présentées par la Commission européenne en matière de financement des entreprises, de fiscalité et de normalisation. Il pointait en particulier la nécessité d'une harmonisation des règles d'assiette de l'impôt sur les sociétés et se félicitait de l'intention affichée par la Commission de progresser dans ce sens. Il militait également pour une simplification des tâches administratives des entreprises, singulièrement des PME, à travers, entre autres, la révision des 4^{ème} et 7^{ème} directives comptables. Il faisait enfin part de ses attentes en ce qui concerne le réexamen du *Small Business Act* européen et proposait la mise en place d'une administration (*Small Business Administration*) dédiée à cet instrument pour mieux promouvoir la compétitivité et l'esprit d'entreprise des PME dans le marché unique.

Parfaire le marché intérieur

Les PME sont enracinées sur leur territoire local et national mais elles évoluent aussi dans un marché unique européen conçu pour être un espace de développement privilégié. Même si les PME françaises n'en ont pas encore tiré tous les bénéfices, la proximité géographique et culturelle les incite à orienter leurs exportations prioritairement vers les marchés de l'Union européenne. Près de 62 % des ventes françaises vont au demeurant vers l'UE et seulement 8,1 % vers les BRICS qui représentent le quart du PIB (Produit intérieur brut) mondial et tirent la croissance. D'ailleurs, la Commission européenne⁸ note que seulement 13 % des PME européennes opèrent à l'international hors des frontières de l'UE contre 25 % dans le marché intérieur.

Pour le CESE, l'Union européenne doit aider les PME à mieux profiter du marché intérieur européen pour qu'il devienne enfin leur véritable marché « domestique ». La promotion des productions européennes et l'adoption de mesures ciblées telles que le brevet unitaire européen, la société privée européenne, l'assiette commune consolidée pour l'impôt sur les sociétés, un droit des contrats à valeur facultative peuvent y aider.

⁸ *Small Business, Big World - a new partnership to help SMEs seize global opportunities*, Communication de la Commission européenne au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social et au Comité des régions COM(2011)702 final.

Ouvrir davantage les marchés des pays à forte croissance

L'Union européenne dispose d'une compétence exclusive dans le domaine de la politique commerciale. Dans le cadre de la nouvelle stratégie Europe 2020, cette politique doit participer au développement de la croissance en Europe en facilitant l'accès des entreprises à des marchés tiers. L'objectif très général affiché par la Direction générale « Commerce » est d'assurer « prospérité, solidarité et sécurité dans l'UE et à travers le monde » autour de trois axes : l'ouverture des marchés, l'accompagnement des entreprises dans leurs démarches d'exportation, le maintien de marchés internationaux ouverts. De fait, le paradigme de la politique commerciale de l'UE a, pendant longtemps, été celui de la preuve par l'exemple, en considérant que l'ouverture de ses marchés pousserait ses partenaires commerciaux à faire de même. Cette politique purement incitative n'est plus de mise et la nécessité d'une politique commerciale plus offensive s'est fait jour récemment. M. Mario Monti⁹ se prononçait pour un marché unique « ouvert mais non désarmé » et il appelait l'UE à renouveler sa politique commerciale, dans le sens d'une plus grande pro-activité pour mieux défendre les intérêts européens dans la compétition mondiale.

Si les propositions formulées par le CES en 2007 n'ont pas été adoptées *stricto sensu*, un certain nombre de pas dans la bonne direction ont cependant été accomplis. La Commission européenne a pu faire aboutir quelques initiatives telles que la refonte du site Internet sur les instruments de défense commerciale, l'assistance spécifique aux PME, l'amélioration de la qualité des informations, etc. Plus particulièrement, un « *Trade Defence SME Helpdesk* » a été mis en place afin de répondre aux problématiques spécifiques rencontrées par les PME concernant les instruments de défense commerciale. Par ailleurs, en 2007, un « *Hearing Officer for DG Trade* » a été désigné avec pour mission de garantir les droits de défense des PME dans les procédures commerciales face à la Commission européenne.

Le CESE adhère à toutes ces dispositions, mais dans un environnement international extrêmement concurrentiel auquel les PME sont très sensibles, il milite, dans la continuité de l'avis du Comité économique et social européen du 7 décembre 2011¹⁰, pour que l'Union européenne se positionne très fortement sur les points suivants :

- **la mise en place du principe de réciprocité pour équilibrer l'accès aux marchés** y compris publics et éviter que les entreprises européennes soient confrontées à des mesures de nature protectionniste dans les pays tiers tandis que les entreprises de ces mêmes pays tiers bénéficient d'un accès aisé aux marchés de l'UE ; ce principe vaut également pour les échanges entre les régions ultrapériphériques d'Outre-mer et leurs partenaires extérieurs ;
- **le nécessaire recadrage de la politique commerciale bilatérale de l'UE** par un ciblage affiné des zones prioritaires qui peuvent constituer de véritables relais de croissance pour les PME européennes. À l'égard des BRICS qui exigent de fortes contreparties, **la surveillance des politiques commerciales nationales doit être renforcée et la possibilité de recourir aux clauses de sauvegarde dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) doit être examinée ;**

⁹ Rapport de M. Mario Monti sur *Une nouvelle stratégie pour le Marché Unique au service de l'économie et des sociétés européennes*, 2010.

¹⁰ Avis du Comité économique et social européen REX/331 sur la communication de la Commission *Commerce, croissance et affaires mondiales - La politique commerciale au cœur de la stratégie Europe 2020* - rapporteur : Mme Evelynne Pichenot.

- **le respect des normes sanitaires et la prise en compte des normes environnementales et sociales pour les produits importés ;**
- **la relance du processus de révision de la législation sur les instruments de défense commerciale**, paralysé faute d'accord entre le Parlement européen et le Conseil des ministres ;
- **la poursuite de la démarche visant à établir un rapport annuel sur les barrières au commerce et aux investissements pour le Conseil européen.**

Déclaration des groupes

Agriculture

Le groupe de l'agriculture a porté un très grand intérêt aux travaux qui nous ont permis d'élaborer cet avis et qui concernent au plus près notre secteur et les très nombreuses PME et TPE qui le composent. Aujourd'hui, l'agriculture française, avec son agro-alimentaire et son agrofourniture, compte plus de trois millions d'emplois ; de plus, le secteur dégage un solde positif, pour le commerce extérieur, de 11,5 milliards d'euros en 2011. Tout cela nous le devons à notre réseau d'entreprises dynamiques, innovantes, fortes d'un savoir-faire, présentes sur l'ensemble du territoire et non délocalisables. Le président Delevoye, accompagné du groupe de l'agriculture et de certains membres du Bureau, a pu le constater très concrètement lors de la visite du salon de l'agriculture que nous avons effectuée ce matin.

Malgré les succès dont nous pouvons être fiers, nous sommes conscients que nous pouvons mieux faire. Nous pourrions mieux faire en mettant tout en œuvre pour changer les esprits et insuffler dans chaque PME une véritable audace à l'export ; en finançant temporairement l'embauche de salariés dédiés à l'exportation ; en soutenant une véritable politique de promotion.

Nous pourrions mieux faire, le ministre chargé du commerce extérieur nous l'a dit lors de son audition, en améliorant la gouvernance et le fonctionnement des structures françaises de soutien à l'export. Dans le secteur agro-alimentaire, il faut notamment renforcer les relations entre les différentes organisations pour les rendre plus efficaces et plus compétentes dans toutes les régions du monde. Et cette coordination doit être pensée aux niveaux national et local.

Je terminerai par un exemple qui vous semblera anecdotique et qui est pourtant très significatif. Lorsque vous parcourez les allées des foires et salons internationaux, il est frappant de constater à quel point l'offre française est éparpillée alors que nos concurrents les plus sérieux savent se regrouper sous une seule bannière. C'est très révélateur de notre état d'esprit qu'il nous faut absolument changer.

Le groupe de l'agriculture a voté en faveur de l'avis.

Artisanat

Alors que la question de l'ampleur du déficit de notre pays fait l'actualité quasi-quotidienne, le commerce extérieur peut contribuer à améliorer la croissance. L'enjeu d'une augmentation du nombre de PME françaises exportatrices justifie donc une politique d'accompagnement volontariste et efficace.

Après l'avis rendu par le CES en 2007, des améliorations ont été apportées aux dispositifs d'accompagnement de nos entreprises à l'international. Pour autant, il reste des marges de progrès, car l'internationalisation est toujours ressentie comme complexe par la majorité des PME.

C'est pourquoi, le groupe de l'artisanat approuve les préconisations de l'avis : amélioration de l'accès à l'information à partir d'un portail gouvernemental dédié à l'export ; meilleure organisation de l'action collective à partir d'une logique de filières, construite avec les branches professionnelles et les acteurs à l'export ; renforcement de la coordination entre les divers organismes d'appui, notamment au niveau régional.

Le groupe de l'artisanat salue également la proposition d'associer systématiquement le réseau consulaire de l'artisanat, aux chartres régionales à l'export et de l'intégrer au réseau européen d'appui à l'export. L'alimentaire, les métiers d'art, l'éco-construction, la production représentent en effet un potentiel d'exportations non négligeable qui mérite d'être développé, en s'appuyant sur l'expertise des chambres de métiers et de l'artisanat, pour identifier et accompagner les entreprises dans l'élaboration de leurs stratégies à l'export.

Cette synergie renforcée entre tous les acteurs, qui trouvera sa traduction au sein des futurs guichets régionaux à l'export, devra enfin s'accompagner d'une plus grande lisibilité et simplicité des dispositifs d'aide et d'une meilleure prise en compte des projets, même modestes, dès lors qu'ils s'intègrent dans une stratégie solide.

Au-delà des dispositifs d'accompagnement, le groupe de l'artisanat estime qu'il est impératif de renforcer la compétitivité de notre appareil productif. Cela appelle des politiques publiques visant à améliorer l'environnement des PME et à stimuler l'innovation et l'investissement.

Il importe notamment de renforcer l'accès des entreprises aux financements, à travers le système bancaire comme le Fonds stratégique d'investissement.

Pour favoriser le déploiement des PME à l'international, il faut également miser sur les partenariats entre entreprises, en les encourageant à s'associer ou en facilitant leur intégration aux pôles de compétitivité. De même, les grandes entreprises doivent s'impliquer davantage pour parrainer des PME à l'export.

Enfin, l'amélioration de notre conquête à l'export passera obligatoirement par une offre de produits haut de gamme ou innovants, susceptibles de se distinguer sur les marchés internationaux. Mais il faut aussi mieux promouvoir nos productions françaises et nos savoir-faire spécifiques qui sont souvent la marque d'un territoire, de son patrimoine. À ce titre, les Indications géographiques protégées (IGP), comme le label « Origine France », sont des signes de qualité à valoriser et autant de moyens pour nos PME de gagner des parts de marché à l'international.

Pour « gagner la bataille de l'exportation avec les PME », tous les moyens doivent être mobilisés ; considérant que les propositions de l'avis vont dans ce sens, le groupe de l'artisanat l'a voté.

Associations

En 2007, le Conseil économique et social avait déjà alerté les pouvoirs publics sur le déficit préoccupant de notre balance commerciale. Aujourd'hui force est de constater que si certaines des préconisations de notre Assemblée ont été suivies d'effets, ce déficit a néanmoins plus que triplé en seulement cinq ans. Il s'agit donc de passer à la vitesse supérieure pour accompagner plus et mieux les entreprises françaises dans leurs activités d'export et maintenir notre positionnement de cinquième puissance exportatrice mondiale.

Les associations sont concernées à plusieurs titres par la « bataille de l'export », d'abord par le conseil et l'accompagnement qu'un certain nombre d'entre elles apportent aux entreprises dans la mise au point de leurs stratégies de développement à l'export. Le groupe des associations partage pleinement le souci exprimé dans l'avis sur la nécessité de dépasser les logiques de court terme et d'intégrer au contraire un objectif de présence durable à l'exportation. Des associations, comme l'Entente des générations pour l'emploi et l'entreprise (EGEE), par exemple, mettent au service de créateurs d'entreprises, des TPE et des PME, l'expérience de cadres supérieurs retraités qui veulent continuer à servir l'intérêt général. Leurs missions sont courtes et surtout centrées sur la première phase de diagnostic, c'est-à-dire sur la viabilité du projet d'exportation. Il s'agit là d'initiatives à soutenir dans le cadre de l'élaboration des chartes régionales de l'export mentionnées dans l'avis.

Par ailleurs, le secteur associatif est également présent dans le cadre de ses activités économiques. Le plan d'action « sport à l'export », cité dans l'avis, implique ainsi le Comité national olympique et sportif (CNOSF) aux côtés des pouvoirs publics et des employeurs privés afin de contribuer au développement de la présence française dans l'économie du sport au niveau mondial, notamment l'organisation de grands événements sportifs.

C'est d'ailleurs de ce point de vue qu'il nous semble que la dimension européenne aurait pu être davantage valorisée en intégrant, notamment, la reconnaissance de l'activité économique des associations et fondations dans l'espace du marché unique *via* l'adoption de statuts spécifiques.

Le groupe des associations a voté l'avis.

CFDT

S'interroger sur l'apport modeste, voire le recul des petites et moyennes entreprises dans les échanges de la France ne peut pas se concevoir en dehors du marché unique européen, c'est le cadre commun pour la majorité de nos échanges. Deux défis sont à relever : aider les PME à mieux tirer parti du marché unique, et aider celles qui le souhaitent à viser l'international.

L'avis aurait donc gagné à valoriser le potentiel créé par la Commission européenne pour approfondir le marché intérieur, qui demeure le terrain d'action privilégié des PME et qui peut s'étendre aux accords commerciaux approfondis avec les pays du voisinage oriental et méditerranéen.

Des évolutions récentes dans la mondialisation, comme l'extension de la concurrence, en particulier aux marchés publics, l'implantation des investissements, l'apparition du commerce électronique ou la complexité des chaînes de sous-traitance aboutissant à une explosion du « commerce des tâches », sont autant de phénomènes qui ont des incidences majeures sur les déséquilibres actuels du commerce extérieur français. Pour en mesurer les effets réels, il faudrait revoir les indicateurs d'évaluation des échanges, en les fondant sur la valeur ajoutée à chaque étape et sur un calcul de leur empreinte écologique.

L'avis se borne à développer des propositions sur l'accompagnement des PME, en se focalisant sur l'enchevêtrement des dispositifs actuels d'aide sans évaluation de leurs résultats ni de leur complémentarité. En réalité, les freins dans le développement des PME à l'international relèvent plus de leur taille, de leur insuffisant regroupement et de la gamme trop moyenne de l'offre et au final de la valeur des échanges.

Pour la CFDT, faute d'analyse préalable de cette nouvelle donne internationale, l'avis se limite à des préconisations pointues d'ordre technique, visant à mieux coordonner les instruments jugés performants. C'est utile mais reste insuffisant pour gagner la bataille de l'export. La mise en œuvre de ces recommandations dépendra de la volonté de ces organismes privés, publics ou consulaires d'unir leurs efforts pour plus d'efficacité mais aussi de l'organisation de filières associant les grands groupes et les PME dans une logique partenariale.

Cependant, pour la CFDT, le véritable nœud de la compétitivité pour une solution soutenable repose sur la compétitivité « hors-coût », même si on ne peut esquiver la question de l'impact du coût du travail dans certaines filières.

Une telle logique aboutirait à conforter les entreprises exportatrices et innovantes, comme le souligne le rapport conjoint adopté en juin 2011 par les organisations patronales et des organisations syndicales, dont la CFDT, intitulé *Approche de la compétitivité française* et qui a marqué une évolution des mentalités sans prêter le flanc à un protectionnisme larvé. Relever ce défi suppose une politique industrielle misant sur la recherche et l'innovation, le développement des filières de pointe, la formation des salariés, et le développement d'une culture exportatrice par les chefs d'entreprise. Cela passe aussi par une coopération de tous les acteurs : entreprises, banques, territoires.

Pour la CFDT la responsabilité d'un État stratège devrait viser à repositionner à moyen terme l'offre productive et commerciale pour l'adapter au changement de trajectoire, vers une économie sobre en carbone et en ressources naturelles. C'est ce que préconise le groupe travailleurs du Comité économique et social européen sur la base de l'étude réalisée par Syndex pour une politique industrielle « bas carbone » comme voie de sortie de crise.

Cet avis demeure trop partiel, la réflexion doit cependant le prendre en compte pour le redéploiement des petites et moyennes entreprises dans une croissance durable avec une vision claire et juste des transitions.

La CFDT a voté l'avis.

CFE-CGC

La France accuse encore un déficit croissant de sa balance commerciale et continue de perdre des parts de marché à l'exportation. Une telle situation reflète l'insuffisante compétitivité à l'exportation de la France. Une telle situation est aussi inquiétante pour la relance économique et la création d'emplois en France.

Pour remédier à cette situation, nous devons, tout d'abord, développer une culture entrepreneuriale des jeunes dès le collège et ensuite tout au long de leur parcours scolaire.

Nous devons également inciter les PME à aller encore plus à l'export, ce qui implique de sécuriser et d'accompagner les chefs d'entreprises françaises qui se lancent dans cette aventure, en détectant notamment les marchés porteurs et en facilitant le regroupement d'entreprises pour atteindre la taille critique.

Nous recommandons la poursuite des efforts accomplis pour faciliter l'accès au crédit bancaire, au marché financier et aux fonds de capital risque. Il convient ainsi de soutenir les entreprises exportatrices en renforçant les aides au développement d'activités à l'exportation pour les PME, notamment le crédit d'impôt pour dépenses de prospection commerciale.

La France a beaucoup de PME, mais manque d'entreprises de taille intermédiaire, celles qui exportent, innovent et embauchent le plus et font le dynamisme économique d'un pays.

Les PME apparaissent comme étant le principal moteur du développement économique local. L'État doit afficher une politique volontariste par la promotion et le développement de l'industrie en s'appuyant sur les pôles de compétitivité. Les PME ont toute leur place dans ces pôles, y compris dans des grands projets structurants.

Il convient aussi de développer les réseaux locaux par une politique en faveur des systèmes productifs locaux qui concentrent sur un bassin d'emploi des PME et PMI d'une même filière organisées en réseaux pour mutualiser des fonctions diverses. Car il ne s'agit pas de juxtaposer des acteurs divers mais de les faire coopérer autour de stratégies clairement identifiées, sur un même marché, sur un même produit.

Mais il faut aussi favoriser la formation des dirigeants, tant on ne peut se lancer dans l'aventure de l'exportation sans avoir au moins suivi un cursus de formation à l'international.

Le partenariat d'entreprise doit aussi être plus soutenu. Ce partenariat d'entreprise, tant sur le plan de la participation financière que de la recherche de produits à développer, permet à des entreprises de s'établir sur de nouveaux marchés.

Le réseau des conseillers du commerce extérieur doit être conforté. Le rôle de ces conseillers auprès des entreprises est primordial.

Le volontariat international doit être une expérience professionnelle enrichissante pour les jeunes. De nombreux jeunes sortent chaque année des universités ou de grandes écoles avec des diplômes à l'international. Ils sont capables d'exercer des fonctions d'encadrement.

La transmission de l'entreprise est une occasion de croissance et non un frein au développement. La formation des dirigeants à la transmission doit être assurée, la fiscalité non pénalisante. Il ne faut pas oublier le dialogue social. C'est un levier du développement des entreprises dont la « taille humaine » peut constituer un laboratoire des bonnes pratiques en matière d'innovation sociale.

Enfin, il faut développer l'actionariat salarié et investir dans la formation.

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

CFTC

L'avis commence par un constat inquiétant que le groupe de la CFTC partage : « le nombre de PME exportatrices a baissé de façon préoccupante ».

Or, ce sont bien les PME/TPE, donc les PME françaises exportatrices, qui sont les plus créatrices d'emplois. En effet, entre restructurations et délocalisations, les grandes entreprises sont souvent plus sur des logiques économiques qui les conduisent à réduire la production ou leur recherche en France plutôt que chercher à y créer de nouvelles activités riches en emplois.

À un moment où le chômage atteint un nouveau sommet, la conséquence de cette évolution est dramatique.

Développer les exportations des PME représente donc un défi pour l'emploi, mais aussi une nécessité pour la balance commerciale. Tout ce qui peut favoriser le développement des PME concourt au même objectif.

Pour répondre à ce défi, il faut sortir des approches simplistes, de victimisation, selon lesquels « c'est la faute » aux 35 heures, aux RTT, voire à un coût du travail qui serait « exorbitant » en France et aller sur des vraies interrogations. Le rapporteur et la section ont évité cet écueil pour se poser des vraies questions et proposer des solutions que le groupe de la CFTC approuve.

C'est la raison pour laquelle la CFTC s'est engagée avec des partenaires sociaux dans une démarche concrétisée par le document sur l'« approche de la compétitivité » qu'elle a signé.

Le premier type de solutions réside bien dans une évolution culturelle des chefs d'entreprise, l'envie d'aller vendre dans les autres pays, de conquérir de nouveaux marchés. Cette évolution doit trouver sa traduction dans le monde de la formation, donc également de l'enseignement.

La taille et le développement des PME françaises tendent à plafonner à un niveau beaucoup plus bas que dans d'autres pays d'Europe, particulièrement en Allemagne. Cela peut conduire ces entreprises à ne pas chercher de façon très dynamique de nouveaux marchés, surtout à l'étranger. Il est donc important de traiter cette question du développement même en regard des seuils, y compris peut-être les seuils sociaux.

Les préconisations s'articulent autour d'axes importants comme la meilleure connaissance des secteurs et marchés porteurs, l'accessibilité des informations utiles. L'avis prend en compte la nécessité de l'accompagnement des PME, ne serait-ce que par l'ajustement des outils et la consolidation des réseaux et l'intérêt des partenariats entre grandes et petites entreprises, mais aussi entre PME. Compte tenu de la limite dans les moyens, particulièrement en expertise très pointue, cette mise en commun de moyens représente probablement une clef majeure de développement des PME françaises. Le financement des projets des PME, particulièrement à l'export, représente également un élément déterminant.

Le groupe de la CFTC ne peut qu'approuver les propositions de cet avis et en souligner l'importance, mais quelle que soit la qualité des propositions, c'est bien le dynamisme des chefs d'entreprise et la volonté des PME de dépasser le cadre de l'hexagone qui seront déterminants.

Le groupe de la CFTC a voté l'avis.

CGT

Les principaux dirigeants de l'Europe imposent aux peuples européens des politiques d'austérité dramatiques et inacceptables. Ces politiques entraînent ces pays dans la récession et tirent vers le bas les capacités de débouchés pour les PME.

L'avis a su éviter l'écueil de la comparaison France/Allemagne si prisée dans l'actualité, mais aussi fortement contestée au regard des indicateurs sociaux de ce pays. La compétitivité ne peut pas être une question de coût du travail.

L'avis met en évidence les difficultés des PME françaises à pénétrer les marchés des pays émergents qui tirent le commerce mondial, et rappelle que 62 % de nos exportations se réalisent au niveau européen.

Il souligne timidement le manque de stratégie en matière de politiques industrielles et de services tant au niveau national qu'europpéen.

Le 10 juillet 2007, le groupe CGT, à cette même tribune, dans le cadre de la saisine sur *PME et commerce extérieur*, « regrettait que l'avis ait évité ou négligé la référence essentielle au nécessaire renouveau de nos politiques industrielles, solidement fondée, 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 analyser ni promouvoir la capacité exportatrice des entreprises françaises hors de ce cadre, à la fois stimulant et exigeant ».

Malheureusement, notre intervention de 2007 reste d'actualité au regard des enjeux, du contexte. Les exportations ne peuvent être une fin en soi, un objectif de plus.

La capacité et la volonté d'exportation ne relèvent pas uniquement de la mise en place d'outils, certes nécessaires, mais sont également dépendantes des contextes économiques, des choix politiques et des stratégies financières qu'il aurait été utile de traiter. Ainsi, la préoccupation lancinante des PME, à savoir l'accès au crédit bancaire, est insuffisamment traitée.

L'avis évoque également l'idée d'un guichet unique regroupant l'ensemble des interlocuteurs pour les activités à l'export.

Néanmoins, il semble essentiel à la CGT que ce point d'entrée unique soit envisagé dans un premier temps comme une coordination et une mise en cohérence des compétences et des offres de chacun des acteurs et, surtout pas, comme une fusion.

L'avis aborde également le rôle des pôles de compétitivité en mettant en évidence les difficultés à évaluer leurs résultats, ce que nous partageons. Aux limites de leur gouvernance évoquées, nous ajouterons le fait que les organisations syndicales représentatives soient systématiquement exclues des lieux de décisions de ces pôles.

Enfin, la problématique des relations entre donneurs d'ordre et soustraitants qui impacte forcément les conditions et les capacités d'exportations des PME, aurait dû, à notre sens, faire l'objet d'un développement plus important.

Le groupe CGT s'est abstenu.

CGT-FO

Le sujet de l'avis se concentre sur la question de la performance des PME françaises à l'export. C'est, bien-sûr, un enjeu important parce que c'est un enjeu en termes d'emplois, tant on sait aujourd'hui le rôle déterminant que remplissent les PME en la matière. Or, la mondialisation de l'économie, la déréglementation et le *dumping* social, la financiarisation, mettent l'économie productive et respectueuse des droits sociaux sous extrême tension. L'actualité récente vient encore de le montrer avec son lot de fermetures et de délocalisations d'entreprises.

Le groupe FO ne peut donc que soutenir les préconisations allant dans le sens d'une mobilisation et d'une meilleure efficacité des énergies en faveur du développement et de l'accroissement des positions des PME à l'exportation.

Les relations difficiles entre donneurs d'ordre et sous-traitants - la soustraction étant trop souvent conçue de la part des donneurs d'ordres comme moyen d'externalisation des coûts, notamment du travail -, l'attitude des banques vis-à-vis de l'industrie, les efforts en R&D insuffisants, le positionnement en gamme, ont été pointés du doigt comme autant de facteurs pénalisant les PME. Cette situation appelle d'urgence, comme FO le préconise depuis plusieurs années, une véritable stratégie industrielle organisant les filières et la sous-traitance pour lesquelles la CNI et les comités de filières semblent avoir été mis en place.

S'agissant de la fiscalité, la situation des PME par comparaison avec les grandes entreprises qui échappent à l'impôt en toute légalité, ce que l'on appelle l'optimisation fiscale, est évidemment défavorable. Mais la solution n'est pas le nivellement par le bas. Force-ouvrière milite pour une réforme fiscale d'ensemble garante de la capacité de l'État à remplir son rôle de redistribution pour la population en général mais y compris entre agents économiques. L'avis met d'ailleurs l'accent sur l'action publique. Concernant le financement de l'industrie, dans le cadre d'une stratégie industrielle, l'ensemble des structures qui concourent au financement des actions de façon dispersée (FSI, Oséo...) doivent coordonner leurs interventions sous la responsabilité du ministère de l'Industrie.

Concernant les dispositifs conduisant à des exonérations fiscales et de cotisations sociales, une évaluation précise et systématique doit être assurée pour mettre fin aux effets d'aubaine improductifs et garantir l'emploi et le développement.

Enfin, cet avis fait suite à celui adopté par le CESE le 11 juillet 2007. C'est une démarche dont il faut se féliciter. Évaluer l'audience des travaux du Conseil et l'impact de ses préconisations antérieures contribue à renforcer sa responsabilité et à affiner la qualité de ses travaux.

Le groupe Force-ouvrière a voté l'avis.

Coopération

L'exportation est un enjeu majeur pour dynamiser la croissance. L'exemple des choix stratégiques de l'Allemagne en est la démonstration. Renforcer notre capacité à exporter, c'est contribuer à un solde positif de la balance des paiements. Nos exportations consolident des activités et des emplois notamment dans nos secteurs *leader*, comme le secteur agro-alimentaire, particulièrement porteur pour l'économie française et dont une présentation figure en annexe.

Les entreprises coopératives comptent beaucoup de champions à l'exportation, dont Val d'Orbieu qui a été auditionné par la section, mais, comme l'ensemble des PME françaises, elles souffrent d'un difficile accès au marché mondial et notamment vers les pays émergents.

C'est pourquoi, nous soutenons quatre axes prioritaires d'action bien mis en valeur dans l'avis :

- il faut mieux structurer nos organisations pour un appui plus accessible et plus efficace à nos PME (Ubifrance, Sopexa, Conseillers français du commerce extérieur) ;
- il faut développer le portage à l'international des PME/PMI adossées à des grands groupes et permettre à nos entreprises de « chasser en meute » ;
- il faut structurer et renforcer les filières et ainsi mettre fin à une politique de saupoudrage qui ne produit guère de résultats ;
- il faut créer une véritable agilité marketing et une authentique force de communication, afin de développer des marques qui puissent se faire connaître et donc s'imposer sur les grands marchés internationaux.

Surtout, nous pensons que la nécessaire réorganisation de nos finances publiques doit tenir compte de ces objectifs et soutenir en priorité les entreprises qui créent de l'emploi, de l'activité et de la valeur dans nos territoires.

À l'heure où le monde est ébranlé par un capitalisme financier débridé, les entreprises coopératives, qui sont les actrices quotidiennes du capitalisme coopératif, doivent inspirer les pouvoirs publics pour les aider à relever les défis auxquels notre pays est confronté : un modèle de gouvernance indépendant des diktats boursiers, une implantation régionale forte qui refuse la délocalisation, des emplois créés à tous les échelons sociaux français, une économie qui a foi en l'homme, et une société plus humanisée et moins prédatrice.

Fort de cette ambition, le groupe de la coopération a voté en faveur de l'avis.

Entreprises

Alors que notre économie traverse de nombreuses turbulences et que notre marché domestique est très atone, favoriser le développement des entreprises sur les marchés en croissance devient une nécessité absolue.

Depuis notre premier avis en 2007, la question du développement des PME à l'export demeure ouverte : certes des progrès ont été réalisés et bon nombre des recommandations faites par notre assemblée à l'époque ont été suivies d'effets. Pour autant, notre balance commerciale et nos parts de marché ne cessent de se dégrader, et encore trop de PME hésitent à sauter le pas.

Comme cela est soulevé dès l'introduction, il faut donner envie à l'entrepreneur d'exporter : il s'agit là principalement d'une question culturelle, et même si les évolutions dans ce domaine sont difficiles et longues, il faut résolument s'y attaquer et cela passe notamment par une beaucoup plus grande intégration des questions interculturelles dans l'enseignement et un développement très substantiel de la maîtrise des langues étrangères dès le plus jeune âge. D'une manière générale, notre système éducatif doit s'attacher à développer l'appétence de tous pour l'ouverture à l'international.

Au-delà de la question culturelle, nous sommes handicapés par le faible nombre d'entreprises de taille moyenne ou intermédiaire en France : trop de PME sont limitées dans leur croissance ou rejoignent, pour pouvoir grandir, le giron de plus grands groupes. Ce sont autant d'opportunités de créer les champions de demain qui sont ratées.

À cet égard, nous regrettons que, malgré l'insistance du rapporteur et des représentants des entreprises, la section ne soit pas allée assez loin sur les propositions sur la fiscalité, notamment sur le développement du crédit export ou sur une diminution de l'impôt sur les sociétés pour l'investissement en capital, ou encore sur les droits de successions qui sont, on le sait tous, des facteurs clés de la compétitivité des PME. Avant d'aborder les marchés internationaux, et afin de les aborder avec succès, les entreprises doivent être solides et compétitives sur leur marché national.

Par ailleurs, si la qualité des prestations des réseaux d'accompagnement a sensiblement progressé depuis le premier avis, il n'en demeure pas moins que des améliorations sont à apporter. À ce titre, nous attendons beaucoup de la mise en œuvre des chartes régionales à l'export, qui renforcent la synergie entre tous les acteurs - en particulier entre UBIFRANCE et CCI INTERNATIONAL - et prévoient la mise en place de guichets uniques dans les Chambres de commerce et d'industrie de région.

Les PME doivent également, pour remporter de nouveaux marchés, travailler mieux ensemble par secteur d'activité ou par filière. Les grandes entreprises doivent aussi mieux

accompagner les PME sur les nouveaux marchés, en mettant à leur service, par exemple, leur logistique.

Enfin, le développement des PME à l'export doit être l'affaire de tous les acteurs économiques et nous devons, tous ensemble, participer à l'amélioration de l'image de la France et de ses produits à l'extérieur de nos frontières. À cet égard, la réserve émise par certains sur la notion de patriotisme économique nous a particulièrement surpris.

Le groupe des entreprises, qui considère comme centrale cette question du développement export des PME, soutient les préconisations du rapporteur. Il a voté favorablement cet avis.

Mutualité

Cinq ans après l'avis rendu par le Conseil économique et social sur les PME et le commerce extérieur, la trop faible présence des PME françaises sur les marchés extérieurs se confirme. Déjà en 2007, le CES avait pointé la nécessité d'un meilleur accompagnement des PME par les pouvoirs publics.

Cet accompagnement nécessite une information de qualité et accessible à l'ensemble des PME, une plus grande coordination des organismes d'appui, mais aussi un encouragement soutenu de coopérations et de partenariats des entreprises entre elles.

Sur ce dernier point, le groupe de la mutualité insiste sur l'indispensable coopération entre entreprises et mutualisation, notamment dans le cadre des pôles de compétitivité, comme cela est souligné dans l'avis.

Le groupe de la mutualité rappelle les propositions que le CESE a récemment formulées dans le cadre de son avis sur la compétitivité qui apparaissent essentielles pour améliorer les performances de notre commerce extérieur. Ainsi, une réorientation de l'appareil productif français qui implique une montée en gamme de sa production et des investissements précoces dans des secteurs industriels tournés notamment vers l'économie verte, est une condition préalable au développement de nos exportations. Des efforts d'investissement en recherche et développement sont également indispensables.

Enfin, le groupe de la mutualité insiste sur une vision européenne renforcée qui pourrait permettre de « relever le défi de la concurrence mondiale ». Il rappelle également que dans le cadre de la contribution du CESE *Vers un acte pour le marché unique*, le CESE avait non seulement insisté sur la nécessité d'instituer un environnement juridique et administratif européen propice au développement des PME, mais qu'il avait aussi réaffirmé « son attachement à l'élaboration de statuts européens pour les associations, les fondations et les mutuelles ». En effet, ces dernières, en contribuant à la cohésion sociale et à l'innovation sociale, participent de la compétitivité des entreprises et de leur performance.

Le groupe de la mutualité a voté l'avis.

Outre-mer

Le groupe de l'Outre-mer considère que le CESE a fait œuvre utile en se saisissant de cette question relative à la capacité des PME françaises à développer leur présence sur les marchés extérieurs.

Les différents intervenants entendus en section ont été unanimes : il faut faire évoluer les pratiques pour améliorer les résultats des PME françaises à l'exportation.

À l'issue de ces travaux, vous dégager un certain nombre de préconisations concrètes qui ont le mérite de la clarté.

Faire porter les efforts sur une meilleure information aux entreprises en l'organisant mieux et en optimisant les moyens qui y sont dévolus, est en effet indispensable.

Identifier à la fois les marchés porteurs et les entreprises susceptibles de répondre à la demande de ces marchés, voilà aussi une disposition qui favorisera le développement des exportations.

L'avis préconise également de mieux coordonner l'action des organismes d'appui en la réorganisant, au niveau notamment des régions par l'instauration d'une sorte de guichet unique de l'export, mais aussi en améliorant la lisibilité des outils financiers qui ont été mis en place pour aider les entreprises à exporter. Le groupe souscrit à ces propositions, tout comme il fait siennes deux autres réflexions qui ont été très souvent évoquées par les professionnels reçus en section au cours des travaux : d'une part, la nécessité pour les PME de se regrouper pour être plus compétitives sur un même marché et, d'autre part, l'importance de la motivation *personnelle* du chef d'entreprise, de sa volonté *personnelle* de se lancer dans les activités d'exportation. L'avis le rappelle, ce sont des conditions sine qua non pour que les dispositifs techniques mis en place produisent tous leurs effets.

Le groupe de l'Outre-mer a été particulièrement sensible à l'écoute qui lui a été réservé durant les travaux relative à la situation particulière de l'Outre-mer.

Cette situation est encore plus préoccupante dans les collectivités ultramarines dans la mesure où l'essentiel de l'activité économique repose sur les PME.

L'avis voté a un double mérite : il dresse un constat objectif de la réalité de l'activité de des PME à l'exportation, des difficultés qu'elles rencontrent et des faiblesses qui les caractérisent. Mais dans le même temps, il laisse clairement entendre qu'avec une réelle volonté de l'ensemble des acteurs et une utilisation rationnelle des moyens mis à leur disposition, la tendance peut être renversée.

Cela ne suffira sans doute pas, notamment en Outre-mer, où l'on sait que l'isolement et la sous-capitalisation qui caractérisent les PME ultramarines sont des éléments clés sur lesquels il faudra agir énergiquement.

Soutenant l'essentiel des recommandations, le groupe a voté l'avis.

Professions libérales

Si les professions libérales, dans leur grande majorité, n'exportent guère leurs services, certaines d'entre elles sont néanmoins concernées et revendiquent, au même titre que leurs consœurs, la nature d'entreprise à part entière de leur structure d'exercice libéral. Dans cette perspective, le groupe des professions libérales appuie l'essentiel des recommandations exprimées dans l'avis. Il s'en tiendra, en premier lieu, à des considérations d'ordre général.

Certaines évidences méritent tout d'abord d'être rappelées : la capacité à exporter des PME dépend plus globalement de leurs capacités à se développer, ce qui suppose de créer les conditions d'un environnement propice. On ne redira jamais assez que, plutôt qu'une généralisation des exemptions, il importe d'adapter la législation à leurs spécificités et à leur besoins, en multipliant les analyses d'impact préalables, sur le modèle de l'*office of*

advocacy américain. Le renforcement de l'accompagnement et du conseil, l'accès facilité au financement, et cela à toutes les phases de la vie de l'entreprise, y compris au moment de la transmission et de la reprise, sont essentiels.

En matière de partage et d'aide à l'innovation, enjeu primordial s'il en est, la coopération stratégique interentreprises est tout à fait nécessaire. Il est de la plus haute importance, en effet, que les grands groupes, qui possèdent de nombreux brevets et disposent d'un réseau de distribution important, prennent sous leur aile certaines PME qui, seules, n'ont pas les moyens d'accéder au marché mondial. Les *clusters*, les réseaux d'entreprises et les consortiums d'exportation peuvent leur apporter une aide précieuse, en leur permettant d'accéder plus facilement aux chaînes de valeurs mondiales.

À cet égard, la coopération entre les *clusters* et le réseau Entreprise Europe mériterait d'être renforcée. La volonté exprimée par la Commission européenne d'associer davantage toutes les organisations d'entreprises aux activités du réseau Entreprise Europe doit être saluée.

Un aspect aurait mérité, aux yeux des professions libérales, d'être davantage souligné : la question de la définition des PME au niveau européen. Les aides prévues par l'Union européenne pour les PME continuent de rater systématiquement leurs cibles, faute d'une définition adaptée aux réalités de l'économie européenne. Les micro-entreprises, qui représentent 90 % des entreprises européennes et dont l'ancrage dans les territoires est un gage de stabilité et d'emploi, ne peuvent, en effet, bénéficier de la plupart des instruments financiers mis à la disposition des entreprises, notamment en matière de capital risque, alors que ce sont elles qui en ont le plus besoin. Et cela en dépit du réexamen du *Small Business Act* !

En second lieu, le groupe des professions libérales souhaiterait exprimer une considération spécifique à son secteur, relative à l'exportation des services juridiques. Que les cabinets juridiques français soient mal armés pour exporter leurs services n'est pas une réalité intangible. À l'instar de ce qui existe dans les secteurs économiques importants comme l'aéronautique et les transports, il doit être possible, dans les services juridiques, de créer une capacité d'innovation favorisant la fourniture de nouveaux services et la diffusion de nouvelles techniques. L'exportation de nos services juridiques est non seulement un facteur de croissance de l'activité des professions juridiques, mais aussi un facteur d'influence du droit français et continental.

Certaines évolutions récentes concourent d'ailleurs à cette logique :

- la mise en place d'un droit européen des contrats, qui représente une chance supplémentaire pour les avocats français dans le marché international des contrats d'affaires ;
- la reconnaissance du principe d'interprofessionnalité capitalistique des professions libérales reconnue par la loi du 28 mars 2010, qui leur permettra de bénéficier de fonds propres.

Exprimant le vœu d'être toujours plus nombreuses à pouvoir se mesurer sur le marché mondial, les professions libérales ont voté l'avis qui, elles l'espèrent, y contribuera.

UNAF

Le présent avis invite aujourd'hui les PME françaises à s'engager dans la bataille de l'export, trace des perspectives et approfondit les voies devant permettre aux PME primo-exportatrices de ne pas renoncer à prolonger et pérenniser l'expérience.

Le facteur de réussite pour gagner cette bataille : c'est l'accompagnement des PME bien plus que l'octroi d'aides financières.

Le groupe de l'UNAF rejoint l'avis dans bon nombre de propositions mais regrette que les pistes tracées dans le précédent avis n'aient pas été plus exploitées. Le point visé est la réalisation effective pour les PME d'un grand marché intérieur européen. Le groupe de l'UNAF regrettait en 2007 que les PME rencontrent autant de difficultés dans un projet à l'export vers l'Italie ou l'Allemagne que vers la Thaïlande, l'Inde ou le Brésil. Aujourd'hui, il est encore nécessaire d'enfoncer le clou en insistant sur le fait que « l'Union européenne doit aider les PME à mieux profiter du marché intérieur européen pour qu'il devienne enfin leur véritable marché « domestique » ».

En second lieu, une partie de l'avis est consacrée aux recommandations pour doter les PME des ressources humaines dédiées à l'export. Le groupe de l'UNAF est particulièrement sensible aux modalités de détachement des collaborateurs expatriés et de leur famille. Sur ce point précis, l'attention doit être portée, tout d'abord, sur le repérage des talents et la capacité pour les PME, pour promouvoir leur projet d'export, d'attirer des femmes et des hommes ayant une vraie capacité de penser « l'ailleurs » et « l'autrement ». Au cours des auditions, il a été noté : « Quant au repérage des talents, en Allemagne, il se fait par l'apprentissage, à l'université. Cela se fait naturellement. »

Autre élément qui aurait pu être étoffé dans l'avis : la question de la solitude du commercial en exil, selon le titre d'un récent article du Monde Économie consacré aux PME qui exportent. Le commercial que l'on envoie depuis la France pour défricher les contrées lointaines ne doit pas rester isolé et l'appartenance à une équipe et à un projet doit être entretenue malgré les distances.

La bataille de l'export avec les PME se gagnera aussi par les compétences, la formation et l'accompagnement des salariés qui travaillent dans ces PME prêtes à franchir le pas.

Le groupe de l'UNAF a voté l'avis.

UNSA

Bien que la référence au tissu des PME soit courante, l'échantillon concerné reste assez flou sur beaucoup d'aspects comme la structure et la diversité des places occupées dans les chaînes de production ; le rapport de dépendance avec les grandes entreprises ; ou encore l'accès aux appels d'offre. Plus globalement, la (re)définition d'une politique industrielle, surtout en période crise, est incontournable, ce que l'avis mentionne utilement et même renforce par la référence aux deux rapports du Conseil d'analyse stratégique (CAE) de 2007 et 2011.

L'UNSA, de ce point de vue, regrette que certains aspects en aient été éludés dans l'avis, en particulier : la mise en cohérence des différents niveaux d'intervention - Europe, national et régional ; l'incitation à la cohésion des objectifs par un renforcement des coopérations (notamment européennes), ce qui implique une vision moins rigide de la concurrence.

Plus fondamentalement, les deux rapports sont extrêmement clairs : la politique allemande est ni tenable à moyen-long terme ni généralisable. Et pourtant, ils ne nient pas les faiblesses structurelles françaises et font des propositions qui eussent trouvé opportunément leur place dans l'avis, notamment, le souci d'équilibre entre marchés intérieurs et extérieurs ; entre coûts de la main d'œuvre et préservation d'un pouvoir d'achat conséquent (dont l'utilisation du levier fiscal direct et non la TVA). La nécessité de reprendre le dialogue sur ces questions aurait pu figurer dans les préconisations.

Nonobstant cette remarque, l'UNSA appuie donc l'argumentaire en faveur d'un effort supplémentaire pour identifier à la fois les marchés potentiels et définir des projets d'exportation. Il est notamment souhaitable de fournir aux PME une information stratégique sur des secteurs et des marchés porteurs, mais aussi une information réglementaire. Une politique plus efficace d'identification des entreprises et d'adaptation de leurs offres doit être renforcée notamment en proposant une offre globale plus adaptée aux marchés mondiaux et fondée sur des filières intégrées et structurées.

Par ailleurs, l'UNSA préconise d'installer une plus grande coordination des organismes d'appuis, notamment par un partage des compétences et des initiatives, et de consulter les organisations professionnelles avant toute opération collective de promotion. En outre, l'ajustement des outils aux besoins réels des PME doit se traduire par des appuis individuels. Enfin, l'UNSA partage la volonté de lister les compétences géographiques et sectorielles et d'améliorer leur visibilité.

Concernant les politiques initiées ces dernières années, l'UNSA soutient la politique de groupement en « promouvant, facilitant et sécurisant les projets d'association pour un objectif d'exportation ».

L'UNSA estime qu'une réappropriation des apports des travaux conduits tant dans notre institution que dans le cadre du Conseil d'analyse stratégique, serait particulièrement utile. Néanmoins, jugeant d'ores et déjà constructives les préconisations du présent avis, elle le votera.

Scrutin

Scrutin sur l'ensemble du projet d'avis

Nombre de votants	167
Ont voté pour	150
Se sont abstenus	17

Le CESE a adopté.

Ont voté pour : 150

<i>Agriculture</i>	Mmes Beliard, Bernard, M. Gremillet, Mme Henry, MM. Lefebvre, Lemétayer, Pinta, Roustan, Mmes Serres, Sinay, M. Vasseur.
<i>Artisanat</i>	Mmes Amoros-Schwartz, Foucher, Gaultier, MM. Griset, Lardin, Liébus, Mme Sassano.
<i>Associations</i>	MM. Charhon, Da Costa, Mme Gratacos, MM. Leclercq, Pascal, Mme Prado.
<i>CFDT</i>	Mme Briand, M. Duchemin, Mme Hénon, M. Honoré, Mme Houbairi, MM. Jamme, Le Clézio, Legrain, Malterre, Mmes Nathan, Pichenot, Prévost.
<i>CFE-CGC</i>	M. Artero, Mmes Couturier, Couvert, MM. Delage, Dos Santos, Lamy.
<i>CFTC</i>	M. Coquillion, Mme Courtoux, MM. Ibal, Louis, Mme Parle.
<i>CGT-FO</i>	MM. Bellanca, Chorin, Mmes Fauvel, Medeuf-Andrieu, Millan, Nicoletta, M. Peres, Mme Perrot, M. Veyrier.
<i>Coopération</i>	Mme de L'Estoile, M. Lenancker, Mme Roudil, M. Zehr.
<i>Entreprises</i>	M. Bailly, Mme Bel, M. Bernardin, Mmes Castera, Colloc'h, Ducottet, Duhamel, Duprez, Frisch, Gri, Ingelaere, MM. Lebrun, Marcon, Mariotti, Mongereau, Placet, Mme Prévot-Madère, MM. Ridoret, Roger-Vasselin, Roubaud, Mme Roy, M. Schilansky, Mmes Tissot-Colle, Vilain.
<i>Environnement et nature</i>	MM. Beall, Bougrain Dubourg, Mmes de Bethencourt, Denier-Pasquier, Ducroux, MM. Genest, Genty, Guerin, Mmes de Thiersant, Laplante, M. Louchard, Mmes Mesquida, Vincent-Sweet, M. Virlouvét.
<i>Mutualité</i>	MM. Beaudet, Davant, Mme Vion.
<i>Organisations étudiantes et mouvements de jeunesse</i>	M. Dulin, Mme Guichet, M. Prévost.

<i>Outre-mer</i>	MM. Arnell, Grignon, Janky, Ledee, Omarjee, Osénat, Mme Romouli Zouhair.
<i>Personnalités qualifiées</i>	MM. Baudin, Bernasconi, Mmes Brishoual, Brunet, Chabaud, M. Corne, Mmes El Okki, Flessel-Colovic, MM. Fremont, Gall, Geveaux, Mmes Gibault, Graz, MM. Guirkinge, Hochart, Jouzel, Mme de Kerviler, MM. Kirsch, Lucas, Martin, Mmes Meyer, d'Ormesson, M. Richard, Mme du Roscoät, MM. de Russé, Urieta.
<i>Professions libérales</i>	M. Capdeville, Mmes Gondard-Argenti, Riquier-Sauvage.
<i>UNAF</i>	Mme Basset, MM. Feretti, Fondard, Joyeux, Mmes Koné, L'Hour, M. de Viguerie.
<i>UNSA</i>	Mme Dupuis, MM. Grosset-Brauer, Rougier.

Se sont abstenus : 17

<i>CGT</i>	Mme Crosemarie, M. Delmas, Mme Dumas, M. Durand, Mmes Geng, Hacquemand, Kotlicki, MM. Lepaon, Mansouri-Guilani, Michel, Minder, Prada, Rozet, Mme Vagner.
<i>Personnalités qualifiées</i>	MM. Aschieri, Khalfa, Obadia.

Annexe n° 1 : note d'information du rapporteur sur les conseillers du commerce extérieur de la France

Une nouvelle dynamique pour le réseau des CCEF

Le réseau des Conseillers du commerce extérieur de la France (CCEF) participe pleinement au dispositif d'appui aux PME pour leur développement à l'international. Il a été mis en place par les pouvoirs publics aux côtés d'Ubifrance, des chambres de commerce et d'industrie en France et à l'étranger, d'Oséo et de la Coface.

Ce réseau est composé de 4 300 membres, présents dans 140 pays au sein de 115 sections à l'étranger et 30 comités départementaux et régionaux en France. Deux tiers des conseillers actifs sont en poste à l'étranger, un tiers le sont en France. Les CCEF sont des chefs d'entreprises ou responsables export dans des entreprises déjà engagées dans les démarches internationales. Ils sont nommés par décret du Premier ministre et assurent leurs missions bénévolement. Ils acquittent une cotisation pour assurer le fonctionnement tant du Comité national, que des sections ou des comités régionaux ou départementaux. L'État ne contribue au financement du réseau que par des appuis logistiques aux sections et comités et actuellement, au Comité national, par la mise à disposition du Délégué général.

Depuis plusieurs années, les pouvoirs publics qui apprécient le réseau des CCEF à l'étranger, s'interrogent sur son efficacité sur le territoire français et souhaitent engager une réforme de l'institution pour améliorer sa performance.

Le CESE, qui a entendu le président du CNCCEF, a été invité par le secrétaire d'État au Commerce extérieur lors de son audition dans le cadre de l'avis de suite en cours d'élaboration par la section des affaires européennes et internationales sur *Les PME et le Commerce Extérieur* à proposer de nouvelles pistes d'évolution pour approfondir les réformes déjà intervenues par les décrets n° 2006-672 du 8 juin 2006 et n° 2010-663 du 17 juin 2010.

■ Les missions des CCEF

Les missions des CCEF tant en France qu'à l'étranger doivent être réorientées de façon prioritaire sur le diagnostic, le conseil et l'appui aux PME/ PMI dans leur démarche à l'export.

□ *Mission d'appui aux PME/PMI, ETI en France aux côtés des autres acteurs du dispositif*

Cette priorité vient d'ailleurs d'être affirmée dans la Charte nationale des partenaires de l'export signée le 12 juillet 2011 dans laquelle les CCEF s'engagent à contribuer à l'augmentation du nombre d'entreprises exportatrices. L'article 3.2 de la Charte précise la contribution attendue des partenaires : « *Les signataires partagent l'ambition d'identifier, d'accompagner et de suivre en commun un nombre croissant d'entreprises en vue de favoriser*

leur démarche à l'international et de développer leurs courants d'affaires sur les marchés étrangers. Pour ce faire, ils articulent leurs contributions respectives à l'offre globale de services aux entreprises au regard des compétences spécifiques développées par chacun des réseaux dans un souci de complémentarité ».

Cette Charte est actuellement en cours de déclinaison au niveau de chaque région et doit faire l'objet d'engagements précis en termes d'objectifs quantitatifs pris par chacun des partenaires. Les CCEF doivent y prendre toute leur part. Ils doivent notamment être saisis par la CCIR ou Oséo à chaque fois que leurs compétences à la fois sectorielles et géographiques, préalablement définies et portées à la connaissance des différents acteurs, peuvent apporter une plus-value.

Nombre de CCEF sont issus de grands groupes et y occupent des postes stratégiques. Dans ce cadre, il apparaît opportun qu'ils puissent être un maillon entre leur groupe et les PME, en liaison avec Pacte PME, pour favoriser les actions de portage au profit des PME.

Mission de Conseil

S'agissant de la mission de conseil aux pouvoirs publics, elle a tout son sens à l'étranger où l'analyse des conseillers sur la situation économique des pays et la détection des opportunités est très appréciée. Mais en France, en revanche, le réseau des CCEF est insuffisamment consulté, notamment par les pouvoirs publics.

Il semblerait opportun de rendre obligatoire une rencontre institutionnelle, régulière, des CCEF en région tant avec le Préfet de région qu'avec le président du Conseil régional sur la base de la remise d'un rapport circonstancié - et ce au moins annuellement - afin que les conseillers puissent donner leur point de vue de chefs d'entreprises pratiquant l'international à la fois sur les difficultés qu'ils rencontrent ou que les entreprises qu'ils coachent rencontrent, et sur les pistes de développement qu'ils pourraient proposer.

Il est par ailleurs à noter que de nombreux rapports, élaborés au sein de commissions géographiques rassemblant les CCEF de grandes zones géographiques du monde et portant sur des points stratégiques des positions françaises, sont souvent très appréciés des pouvoirs publics en France. Un meilleur dialogue devrait être instauré entre les représentants de l'État et les CCEF afin que ces derniers puissent être informés du suivi qui est fait de leurs préconisations.

Cette mission de conseil des pouvoirs publics par un réseau de dirigeants d'entreprises quotidiennement confrontés aux réalités du commerce international est à conserver. Elle pourrait être renforcée en privilégiant un meilleur dialogue avec les DIRRECTE. À cet effet, un responsable export de haut niveau, faisant le lien notamment avec les CCEF, devrait être identifié et actif au sein de chacune de ces directions.

Mission de Formation

Les CCEF sont des acteurs importants de la formation des jeunes à l'international. Par leur apport d'expériences concrètes, ils peuvent lever des freins et faire naître des vocations. D'autre part, leurs actions pour le développement des VIE ont été très efficaces et sont à poursuivre.

■ Les conditions de nomination et de renouvellement des CCEF

Les CCEF sont nommés pour 3 ans par décret du Premier ministre, sur proposition des ambassadeurs ou des DIRECCTE selon qu'il s'agit de nominations en France ou à l'étranger, en concertation avec les sections et les comités. Certaines modifications dans les nominations et les renouvellements sont à apporter si l'on veut rendre plus efficaces les actions des CCEF, moderniser l'institution notamment par son rajeunissement et sa féminisation et la rendre plus opérationnelle par la nomination d'acteurs de terrain au fait des réalités

- Les proportions de nominations à l'étranger doivent rester au moins dans la proportion des deux-tiers par rapport aux nominations en France.
- Les nominations à l'étranger concernent actuellement principalement les représentants des grands groupes. Une proportion plus importante de représentants des PME/PMI doit être recherchée pour être autant de références pour les nouveaux venus.
- Les nominations en France devraient respecter une proportion d'au moins les deux tiers de représentants des PME/PMI des secteurs industriel, de commerce, de service et de transport, un quart de représentants des grands groupes et seulement un pourcentage faible dans les secteurs financiers, juridiques et de consulting, et ce notamment en raison des interférences préjudiciables entre l'action bénévole des conseillers et l'exercice de leur profession.
- Lors de leur nomination, les conseillers devraient s'engager à réaliser les objectifs qui leur sont assignés notamment dans les chartes régionales.
- Les renouvellements devraient être effectués sur la base d'un rapport d'activité évaluant les résultats atteints par chaque CCEF eu égard aux objectifs quantitatifs et qualitatifs préalablement fixés en se fondant sur un questionnaire type établi par le Comité national et remis à chaque entreprise à l'issue de la mission effectuée par le CCEF.
- À l'issue de leur mandat, les conseillers pourraient être renouvelés sur la base des résultats de ce rapport d'activité et pour une période limitée.
- La durée des mandats des postes à responsabilités, tant au niveau national qu'au niveau des sections et des comités régionaux ou départementaux, devrait être limitée dans le temps.
- Les nominations devraient tenir compte de la nécessité d'un rajeunissement et de la féminisation du réseau.

S'agissant de sa féminisation, l'institution des CCEF est très en retard par rapport notamment à la féminisation des dirigeants et cadres d'entreprises (20 % de femmes actuellement dans les équipes de direction des entreprises en France contre 13 % au sein du réseau des CCEF). La volonté des autorités françaises, mise en évidence notamment par la loi du 13 janvier 2001 sur la représentation équilibrée des femmes et des hommes dans les conseils d'administration et de surveillance, doit aussi se traduire dans la nomination des CCEF, même s'il faut être conscient qu'il existe en France des freins à la mobilité internationale, en particulier des femmes, qu'il conviendrait de lever et que certains pays ne favorisent pas l'emploi des femmes.

Cet objectif volontariste de féminisation devra bien sûr s'appliquer de manière progressive afin d'atteindre le niveau souhaité et adapté selon les pays en fonction de la part de femmes à des postes potentiellement dans la cible, et selon les régions (les régions les plus en retard devant aller plus vite que celle qui connaissent des proportions femmes/hommes plus importantes).

■ L'animation du réseau des CCEF

Le réseau des CCEF est un réseau unique au monde, très envié par de nombreux pays et qui participe de manière très importante au rayonnement de la France dans le monde en défendant les intérêts de la France.

Il conviendrait de s'attacher à développer une meilleure synergie entre tous les membres du réseau, capitaliser toutes les informations recueillies et en faire un véritable outil d'intelligence économique.

Par ailleurs, afin de faciliter le recours aux CCEF, il est proposé qu'une liste de leurs compétences par secteur géographique et d'activité soit accessible. Elle devrait être à disposition des membres de la Charte Nationale des partenaires de l'export.

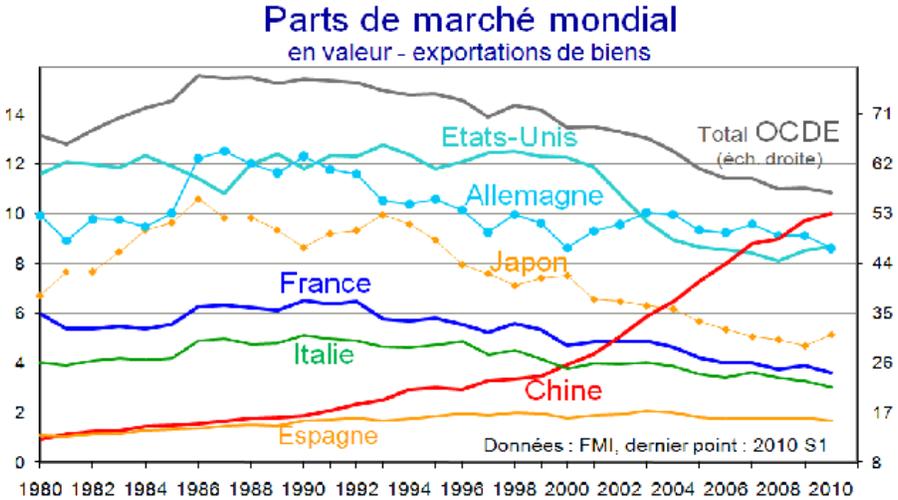
Il est important que l'accès aux organismes accompagnateurs soit aisé et simple pour les PME et que la mobilisation des CCEF par les organismes d'appui puisse être plus systématique.

■ La gouvernance du réseau

Par ailleurs, le Comité National devrait proposer une réforme de sa gouvernance matérialisée par une réforme de ses statuts et de son règlement intérieur en cohérence avec les objectifs fixés ci-dessus. La composition du Conseil d'administration devra notamment être revue pour être plus représentative de la composition de l'Institution en incluant une proportion d'administrateurs issus des sections à l'étranger en relation avec leur poids dans le réseau.

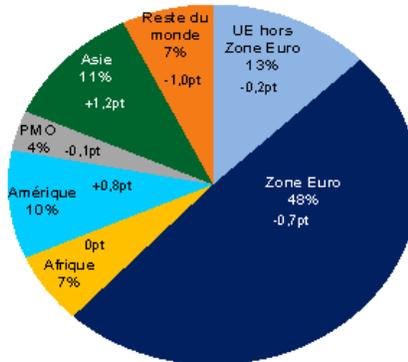
Annexe n° 2 : l'appareil exportateur français¹¹

- Parts de marché mondial de la France



- Spécialisation géographique et sectorielle

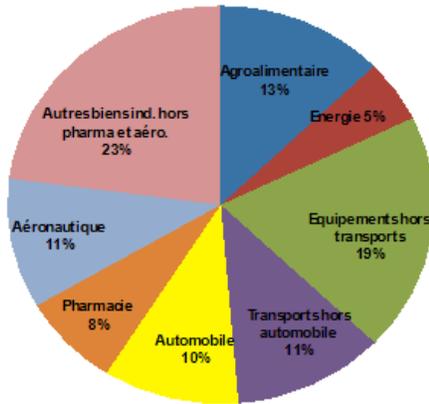
Répartition géographique des exportations de biens en %
au 1^{er} semestre 2010
croissance par rapport au 2nd semestre 2009 en points de pourcentage



Sources : Douanes, DG Trésor

¹¹ Données 2010.

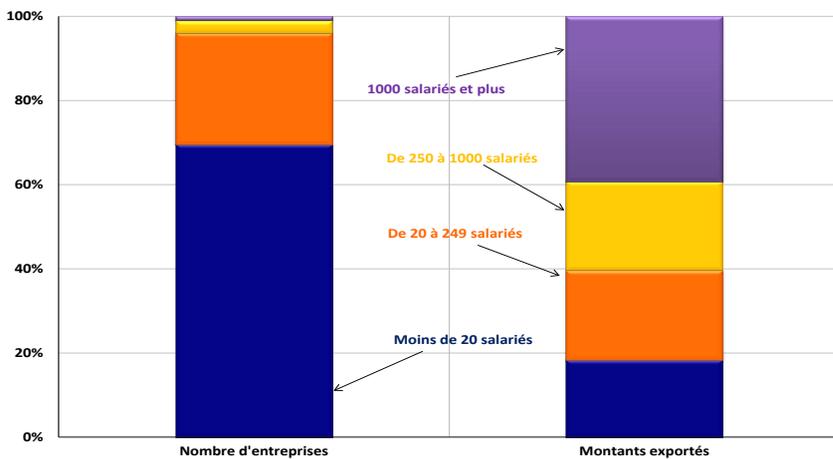
Répartition sectorielle des exportations de biens en %
au 1er semestre 2010



Source : Douanes, DG Trésor

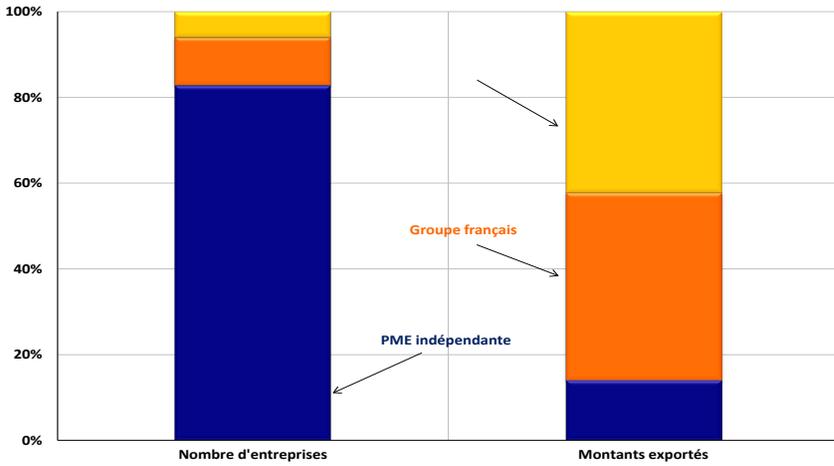
- Structure de l'appareil exportateur par type et taille d'entreprise

Par taille d'entreprise



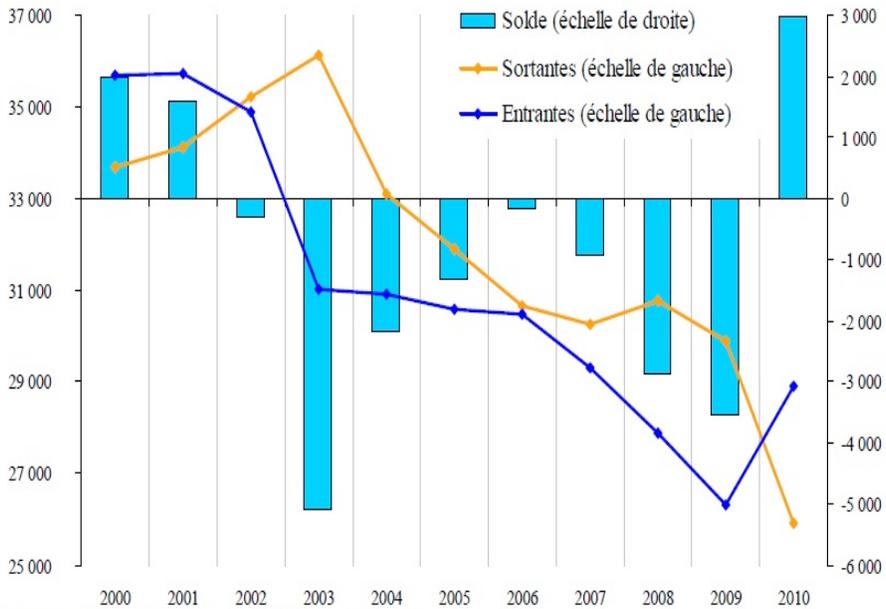
Source : Douanes, Insee, Calculs DG Trésor

Par type d'entreprise



Source : Douanes, Insee, Calculs DG Trésor

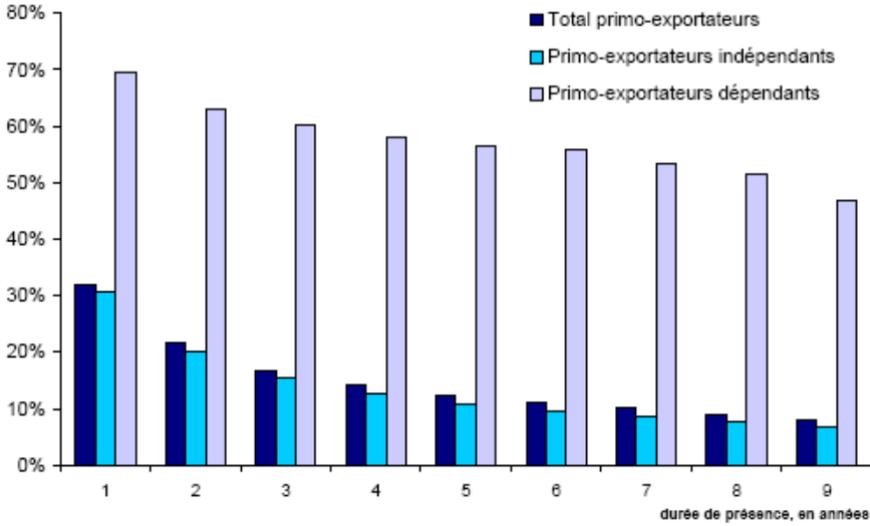
- Évolution du nombre d'exportateurs (entrants/sortants)



Lecture : en 2010, le nombre d'exportateurs entrants est de 28 900, celui des sortants de 26 000, soit un solde positif de 2 900 entreprises.

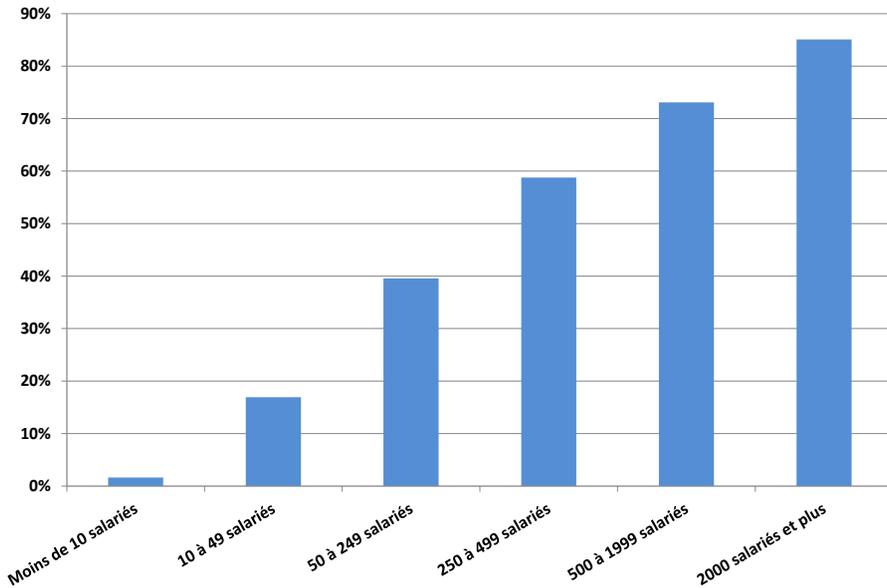
Source : Douanes, chiffres estimés

- Évolution du nombre de primo-exportateurs



Source : Douanes

- Taux d'exportateurs selon la taille de l'entreprise

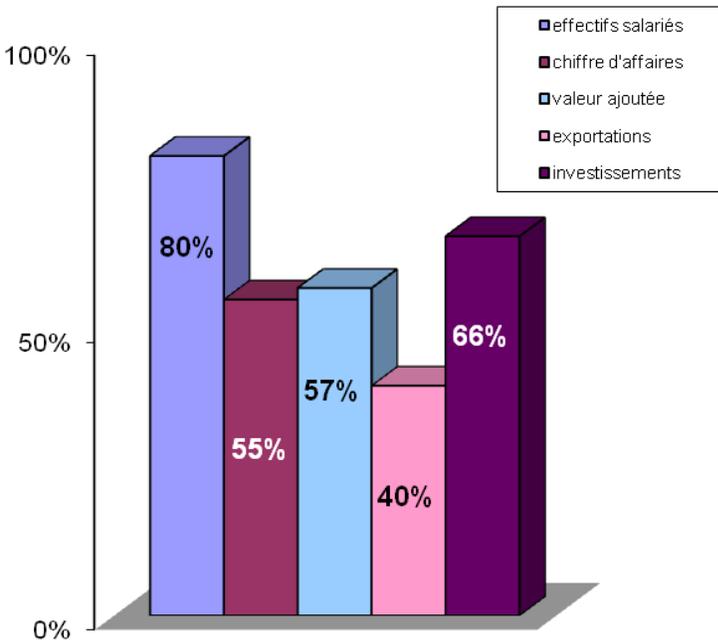


Source : Douanes, Insee, Calculs DG Trésor

Annexe n° 3 : les PME : une place majeure dans l'économie nationale

D'après les chiffres de l'INSEE, au **31 décembre 2009**, les **3 287 000 petites et moyennes entreprises de moins de 250 salariés** des secteurs de l'**Industrie**, du **commerce** et des **services** (secteurs ICS) représentent en France :

Place des PME-PMI des secteurs ICS dans l'économie nationale



80% des salariés des secteurs ICS

55% du chiffre d'affaires

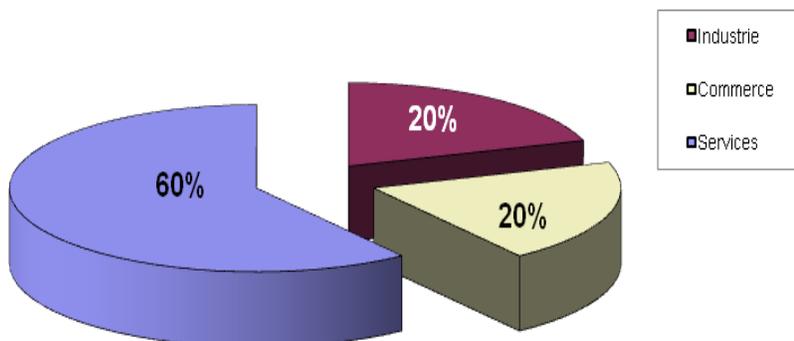
57% de la valeur ajoutée

40% des exportations

66% des investissements.

Ces **entreprises se répartissent** dans les trois principaux secteurs économiques de la façon suivante :

Répartition des PME selon les trois principaux secteurs d'activité



60 % dans le secteur des **services**

20 % dans le secteur des **commerces**

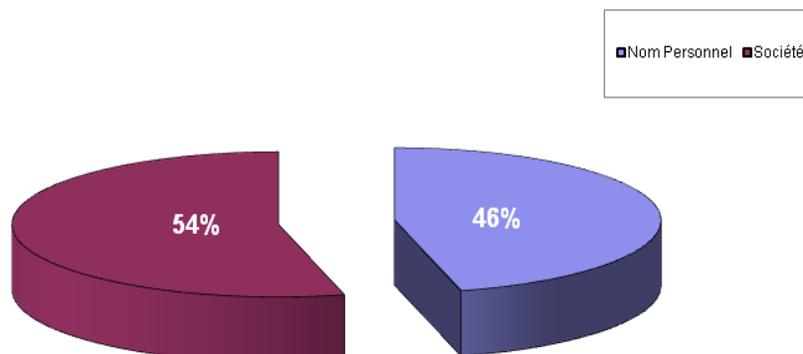
20 % dans le secteur des **l'industrie**

Dans les secteurs de l'Industrie, du Commerce et des Services, la répartition des PME selon leur forme juridique est la suivante :

46% sous forme individuelle,

54% sous forme de société.

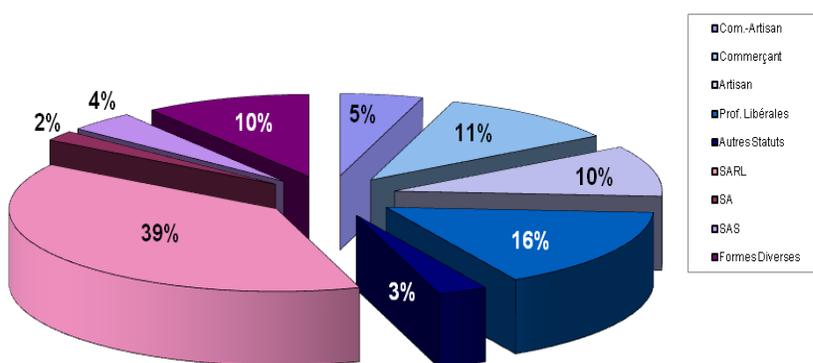
Répartition des PME-PMI selon leur forme individuelle ou sociétale



Par ailleurs, les entrepreneurs individuels se répartissent en fonction de leur statut (commerçant, artisan, profession libérale, ...) et les sociétés en fonction de leur nature (SARL, SA, SAS...) comme ci-dessous indiqué :

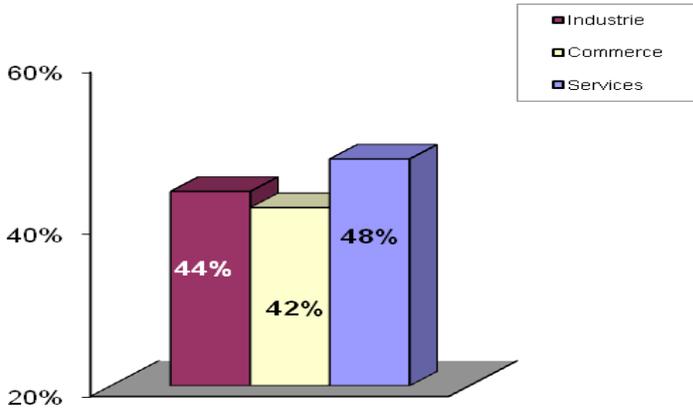
Répartition des PME sous forme individuelle	Répartition des PME sous forme de société
5 % statut de commerçant - artisan	39 % de SARL
11 % statut de commerçant	2 % de SA
10 % statut d'artisan	4 % de SAS
6 % statut de professions libérales	10 % de formes diverses de société
3 % statuts divers	

Répartition des PME-PMI selon les principales formes juridiques



À noter que par rapport à l'ensemble des PME au sein d'un même secteur, la part des PME en nom personnel est plus importante dans celui des Services que dans ceux de l'Industrie et du Commerce.

Proportion des PME en nom personnel dans chaque secteur ICS



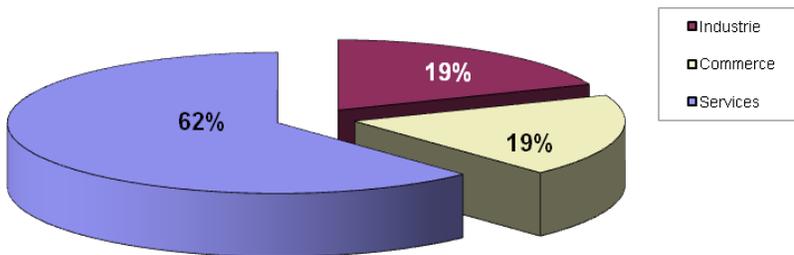
44% des PME du secteur de l'industrie,

42% des PME du secteur du commerce,

48% des PME du secteur des services.

Enfin, la répartition des entreprises en nom personnel au sein des trois principaux secteurs d'activité est la suivante :

Répartition des PME en nom personnel dans les trois principaux secteurs d'activité



19% dans le secteur de l'Industrie,

19% dans le secteur du Commerce,

62% dans le secteur des Services.

Annexe n° 4 : les PME principaux employeurs de la France

En France, il y a **au 31 décembre 2009** dans les secteurs ICS (**Industrie, commerce et services**), **3 297 000 entreprises** dont seulement **10 000** de plus de 250 salariés, à savoir **9 800** Entreprises de taille intermédiaire (**ETI**) de **250 à 5 000 salariés** dont **5 200** de **250 à 500 salariés** et **200** Grandes entreprises (**GE**) de **plus de 5 000 salariés** parmi lesquelles des entreprises des secteurs publics et semi-publics. On dénombre ainsi **3 287 000 PME** (entreprises de **moins de 250 salariés**).

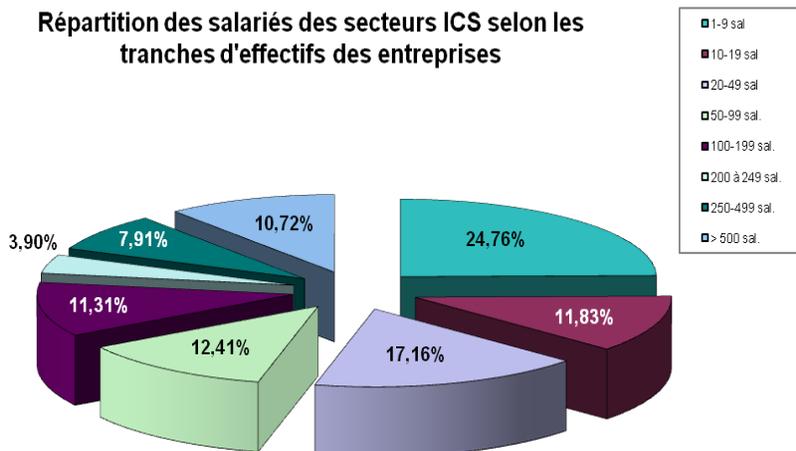
L'ensemble de ces entreprises emploient **16 288 000 salariés** qui se répartissent comme suit :

- les **PME** (Petites et moyennes entreprises) en emploi **13 253 000**, soit plus de **80 %** ;
- les entreprises de **250 à 500 salariés** (environ 0,2 % du nombre des entreprises), en emploi **1 289 000**, soit **près de 8 %** et celle de **plus de 500 salariés** (moins de 0,1 % du nombre des entreprises), en emploi **1 746 000**, soit **plus de 10 %**.

Répartition des salariés des secteurs ICS en fonction des tranches d'effectifs des entreprises

Tranches d'effectifs	Nombre de salariés	% du total	Tranches d'effectifs	Nombre de salariés	% du total
1 à 9 salariés	4 032 456	24,76 %	1 à 9 salariés	4 032 456	24,76 %
10 à 19 salariés	1 927 483	11,83 %	1 à 19 salariés	5 959 939	36,59 %
20 à 49 salariés	2 795 483	17,16 %	1 à 49 salariés	8 755 422	53,75 %
50 à 99 salariés	2 020 995	12,41 %	1 à 99 salariés	10 776 417	66,16 %
100 à 199 salariés	1 841 428	11,31 %	1 à 199 salariés	12 617 845	77,47 %
200 à 249 salariés	635 203	3,90 %	1 à 249 salariés	13 253 048	81,37 %
250 à 499 salariés	1 288 885	7,91 %	1 à 499 salariés	14 541 933	89,28 %
> à 500 salariés	1 746 067	10,72 %	Total	16 288 000	100,00 %

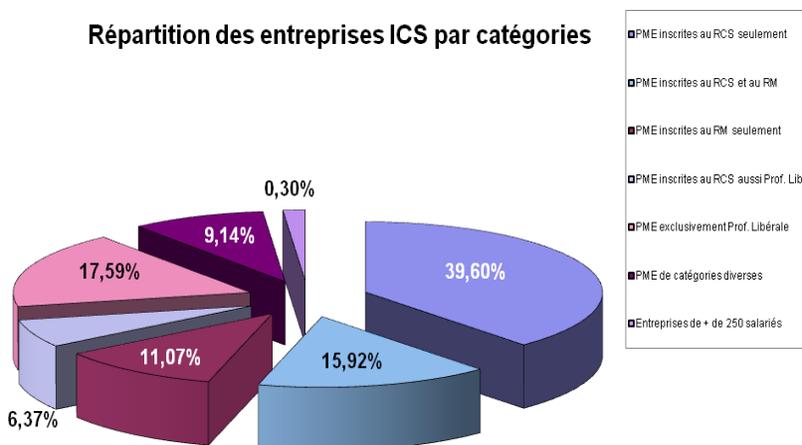
Répartition des salariés des secteurs ICS selon les tranches d'effectifs des entreprises



Par ailleurs, les **3 287 000 PME de moins de 250 salariés** se répartissent, en fonction de leur **nature**, comme suit :

- **2 040 500** entreprises sont inscrites au Registre du commerce et des sociétés (RCS) dont **525 000** sont également inscrites au Répertoire des métiers (RM). Elles ont donc la double appartenance PME et Artisanat, et environ **210 000** appartiennent aussi à la catégorie des professions libérales ;
- **365 000** entreprises artisanales sont inscrites exclusivement au RM ;
- **580 000** entreprises, non inscrites au RCS, appartiennent uniquement à la catégorie des professions libérales et ;
- **301 500** entreprises relèvent de catégories diverses (officiers publics, associations loi 1901, sociétés civiles...).

Répartition des entreprises ICS par catégories

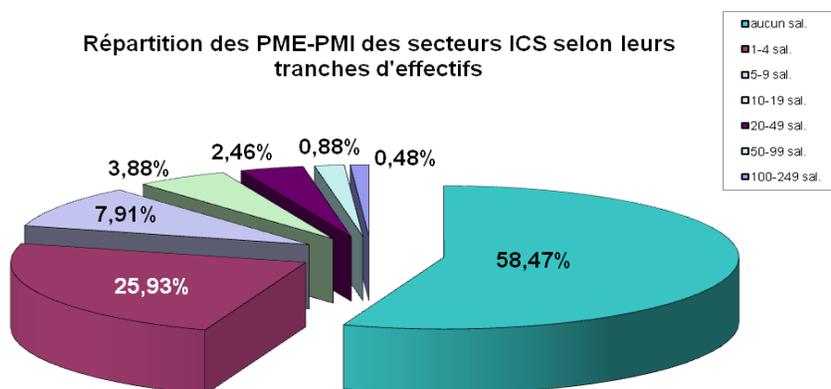


NB : Les 2 040 000 PME inscrites au RCS représentent près de 62 % de l'ensemble des PME des secteurs ICS.

Source : INSEE-UNEDIC

Enfin, les **3 287 000 PME** de **moins de 250 salariés** des secteurs ICS se répartissent, en fonction de **l'importance** de leurs **effectifs**, comme indiqué ci-dessous :

Tranches d'effectifs des PME	Nombre de PME	%	Tranches d'effectifs des PME	Nombre de PME	%
aucun salarié	1 922 000	58,47 %	aucun salarié	1 922 000	58,47 %
1 à 9 salariés	1 112 200	33,84 %	0 à 9 salariés	3 034 200	92,31 %
10 à 19 salariés	127 500	3,88 %	0 à 19 salariés	3 161 700	96,19 %
20 à 49 salariés	80 700	2,46 %	0 à 49 salariés	3 242 400	98,64 %
50 à 99 salariés	29 000	0,88 %	0 à 99 salariés	3 271 400	99,53 %
100 à 199 salariés	13 000	0,40 %	0 à 199 salariés	3 284 400	99,92 %
200 à 249 salariés	2 600	0,08 %	0 à 249 salariés	3 287 000	100,00 %



N.B. : Les TPE se répartissent en 2 774 000 entreprises de 0 à 4 salariés et 3 034 000 de 0 à 9 salariés qui représentent respectivement environ 85 % et 92 % du nombre total des PME.

Annexe n° 5 : l'exemple du secteur agro-alimentaire

- Le chiffre d'affaires : une progression en 2010 mais trop faible

143,6 milliards d'euros

► **soit + 3 % par rapport à 2009**

L'année 2010 aura marqué le retour de la croissance. Mais ce redémarrage reste encore trop faible au regard de la chute vertigineuse de 2009, de l'ordre de 7 %, contre une croissance annuelle moyenne de 5 %.

Par ailleurs, sur cette même période, les volumes de production sont restés stables. Ce n'est donc pas une croissance d'activité qui explique cette augmentation du chiffre d'affaires, mais un début de hausse des prix... Car l'année 2010 a marqué le retour de la hausse des prix des matières premières agricoles, avec une augmentation continue des autres intrants tels que l'électricité, les emballages, le pétrole... Une tension sur les prix qui s'est fait ressentir dès la fin de l'année 2010, avec une accélération en 2011, année qui s'annonce très tendue en termes de résultats. Avec une moyenne pour le secteur de marge nette à peine supérieure à 2 %, l'élasticité est très faible pour les entreprises agroalimentaires.

Évolution du CA 2008-2010

2008	151 Mrds €
2009	139 Mrds €
2010	143,6 Mrds €

Source : INSEE

- Les effectifs

477 000 salariés*

► **soit - 0,6 % par rapport à 2009**

L'effectif salarié de l'industrie agroalimentaire reste relativement stable au regard du reste de l'industrie. Sur cette dernière année, le nombre de salariés dans le reste de l'industrie a en effet diminué de 4,8 %. L'agroalimentaire reste ainsi le deuxième employeur industriel de l'hexagone, derrière les entreprises de la mécanique.

Évolution du nombre de salariés

2008	484 300
2009	479 900
2010	477 000*

* chiffre de l'emploi salarié harmonisé avec l'Observatoire économique des industries agroalimentaires

Source : EAE-Darès

- Le nombre d'entreprises

10 282

**soit - 2,6 %
par rapport à 2006**

► **soit 97 % de PME
de moins de 250 salariés**

Source : Agreste

- Le commerce extérieur

**5,7 milliards d'euros
d'excédent commercial**

► **soit + 52,7 % par rapport à 2009**

2010 aura marqué une réelle reprise des exportations avec une progression de près de 10 %, après une année 2009 atone. Cette relance a été tirée principalement par deux postes, les vins et spiritueux et les produits laitiers qui pèsent respectivement 31 % et 15 % dans les exportations. Les produits français exportés sont encore majoritairement à destination des pays européens. Les 6 premiers (Allemagne, Belgique, Royaume-Uni, Italie, Espagne et Pays-Bas) représentent près de 60 % des exportations de la France. Si le secteur a repris un rythme soutenu sur le plan du commerce international, ses résultats n'auront pas été suffisants pour faire gagner des parts de marché. Après avoir été très longtemps numéro 1 mondial à l'international pour les produits agroalimentaires transformés, la France reste depuis 2009 à la quatrième place derrière, les Pays-Bas, l'Allemagne et les États-Unis.

Quant aux importations, elles augmentent également mais moins vite que les exportations, d'où un solde commercial qui explose. Là encore la provenance est principalement l'Union européenne qui pèse pour 80 % dans les importations.

Évolution des exportations	
2008	35 Mrds €
2009	31,9 Mrds €
2010	36,1 Mrds €

Évolution des importations	
2008	28,4 Mrds €
2009	26,8 Mrds €
2010	30,4 Mrds €

Source : Ubifrance

Liste des personnalités auditionnées

En vue de parfaire son information, la section a successivement entendu :

- ✓ **M. François David**
Président de Coface
- ✓ **M. Christophe Lecourtier**
Directeur général d'Ubifrance
- ✓ **M. Bruno Durieux**
Ancien ministre, président du Comité national des conseillers du commerce extérieur de la France
- ✓ **M. Alain Renck**
Directeur de l'international d'Oséo
- ✓ **M. Pierre Lellouche**
Secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie, des finances et de l'industrie, chargé du commerce extérieur
- ✓ **M. Bertrand Girard**
Directeur général de Val d'Orbieu
- ✓ **M. Pierre-Antoine Gailly et M. Vianney de Chalus**
Respectivement président de l'Union des chambres de commerce et d'industrie françaises à l'étranger et président de l'Association des chambres de commerce et d'industrie françaises pour l'internationalisation des entreprises
- ✓ **Mme Diane Dore et M. Michel Nalet**
Respectivement directrice échanges extérieurs et agriculture à l'Association nationale des industries alimentaires (ANIA) et président de la commission développement des exportations de l'ANIA

Table des sigles

ANIA	Association nationale des industries alimentaires
BRICS	Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud
CCEF	Conseiller du commerce extérieur de la France
CCI	Chambre de commerce et d'industrie
CES	Conseil économique et social
CESE	Conseil économique, social et environnemental
CESR	Conseil économique et social régional
CIE	Crédit impôt export
COFACE	Compagnie française d'assurance pour le commerce extérieur
COP	Contrat d'objectifs et de performance
ECIP	Portail européen d'information douanière
EDEN	<i>European Defense Economic Network</i>
EEN	<i>Enterprise Europe Network</i>
ETI	Entreprise de taille intermédiaire
FSI	Fonds stratégique d'investissement
GIE	Groupement d'intérêt économique
INPI	Institut national de la propriété industrielle
ME	Mission économique
OMC	Organisation mondiale du commerce
PIB	Produit intérieur brut
PME	Petite et moyenne entreprise
PPI	Pacte PME international
R&D	Recherche et développement
SBAE	<i>Small Business Act for Europe</i>
TPE	Très petite entreprise
UE	Union européenne
VIE	Volontaire/Volontariat international en entreprise

Bibliographie

Rémy-Louis Budoc, *Pour un renforcement de la coopération régionale des Outre-mer*, étude du CESE, 13 décembre 2011

Claudio Cappellini, Ulrich Paetzold, *Soutenir les PME dans leur adaptation aux évolutions des marchés mondiaux*, avis du Comité économique et social européen, CCMI/064 - CESE 1942/2009, 16 décembre 2009

Commission européenne, *Small Business, Big World - a new partnership to help SMEs seize global opportunities*, communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, COM(2011)702 final, 9 novembre 2011

Philippe Cochet, *Les faiblesses et défis du commerce extérieur français*, rapport d'information de la commission des affaires étrangères de l'Assemblée nationale, 23 novembre 2011

Benedicte Federspeil, Martin Siecker, Ivan Voles, *L'Acte pour le marché unique - Douze leviers*, avis du Comité économique et social européen sur la communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions : L'Acte pour le marché unique - Douze leviers pour stimuler la croissance et renforcer la confiance - « Ensemble pour une nouvelle croissance », INT/582 - CESE 1583/2011, 27 octobre 2011

Groupe de travail paritaire (CFDT, CFE-CGC, CFTC, CGPME, MEDEF, UPA), *Approche de la compétitivité française*, juin 2011

André-Jean Guérin et Yves Zehr, *Rapport annuel sur l'état de la France en 2011*, avis du CESE, 14 décembre 2011

Isabelle de Kerviler, *La compétitivité : enjeu d'un nouveau modèle de développement*, avis du CESE, 12 octobre 2011

André Marcon, *Les pôles de compétitivité : faire converger performance et dynamique territoriale*, avis du CES, 9 juillet 2008

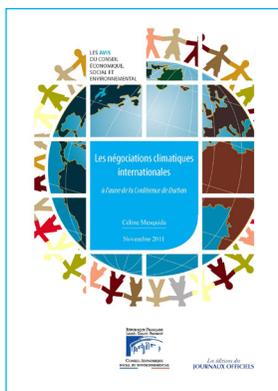
Mario Monti, *Une nouvelle stratégie pour le Marché unique*, rapport au président de la Commission européenne José Manuel Barroso, 9 mai 2010

Evelyne Pichenot, *Commerce, croissance et affaires mondiales - La politique commerciale au cœur de la stratégie Europe 2020*, avis du Comité économique et social européen sur la communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, REX/33 - CESE 1866/2011, 12 décembre 2011

Jean-François Roubaud, *PME et commerce extérieur*, avis du CES, 11 juillet 2007

Georges Rumeau, *Les pôles de compétitivité en région Provence-Alpes-Côte d'Azur*, avis du CESR région PACA, 18 octobre 2005

Françoise Vilain, *Le développement des entreprises de taille intermédiaire*, avis du CES, 8 octobre 2008



Dernière publication de la section

↳ **Les négociations climatiques internationales**
à l'aune de la Conférence de Durban

et dernières publications du CESE

- *Projet de Schéma national des infrastructures de transport (SNIT)*
- *Bilan du Grenelle de l'environnement*
- *Les enjeux de la prévention en matière de santé*
- *La future politique commune des pêches*

**Retrouvez l'intégralité
de nos travaux sur
www.lecese.fr**

Imprimé par la direction de l'information légale et administrative, 26, rue Desaix, Paris (15^e)
d'après les documents fournis par le Conseil économique, social et environnemental

N° de série : 411120006-000312 – Dépôt légal : mars 2012

Crédit photo : Thinkstock\iStock
Direction de la communication du Conseil économique, social et environnemental



LES **AVIS**
DU CONSEIL
ÉCONOMIQUE,
SOCIAL ET
ENVIRONNEMENTAL

Déjà en 2007, le CESE s'inquiétait de la trop faible présence des petites et moyennes entreprises – PME – sur les marchés extérieurs. Depuis, des mesures, dans l'esprit de ses préconisations, ont été prises par les pouvoirs publics. Mais, face aux contre-performances du commerce extérieur français, notre assemblée estime qu'elles demeurent insuffisantes et qu'il faut aller plus loin pour créer ce terreau qui apportera aux dirigeants des PME la confiance et l'envie de se projeter à l'international. À cette fin, il propose d'agir plus volontairement dans quatre directions : une détection plus fine des marchés porteurs et des entreprises potentiellement exportatrices ; un meilleur accompagnement des PME ; un développement des partenariats entre entreprises ; un renforcement de la compétitivité des PME.



CONSEIL ÉCONOMIQUE, SOCIAL
ET ENVIRONNEMENTAL

9, place d'Iéna
75775 Paris Cedex 16
Tél. : 01 44 43 60 00
www.lecese.fr

N° 41112-0006 prix : 11,70 €
ISSN 0767-4538 ISBN 978-2-11-120890-2



**Direction
de l'information légale
et administrative**
accueil commercial :
01 40 15 70 10

commande :
Administration des ventes
23, rue d'Estrées, CS 10733
75345 Paris Cedex 07
télécopie : 01 40 15 68 00
ladocumentationfrancaise.fr



9 782111 208902