

14ème législature

Question N° : 34038	De M. Frédéric Lefebvre (Union pour un Mouvement Populaire - Français établis hors de France)	Question écrite
Ministère interrogé > Économie et finances		Ministère attributaire > Commerce extérieur
Rubrique >commerce extérieur	Tête d'analyse >exportations	Analyse > soutien de l'État. rapport. propositions.
Question publiée au JO le : 30/07/2013 Réponse publiée au JO le : 22/10/2013 page : 11046 Date de changement d'attribution : 03/09/2013		

Texte de la question

M. Frédéric Lefebvre attire l'attention de M. le ministre de l'économie et des finances sur les conclusions du rapport présenté par le Comité d'évaluation et de contrôle des politiques publiques le 4 juillet 2013 sur l'évaluation du soutien public aux exportations. Les politiques publiques menées au niveau national, et visant à favoriser les exportations françaises sont encourageantes, mais demeurent néanmoins insuffisantes. En effet, le rapport estime que des actions restent à mener, afin de soutenir les exportations françaises, notamment par des aides aux entreprises, le renforcement de la compétitivité des entreprises françaises, ou encore le renforcement de l'attractivité de la France dans le cadre des investissements directs étrangers. Face à la conjoncture économique et financière actuelle, il s'agit d'un enjeu considérable pour la France. Le rapport suggère de définir clairement les compétences des différents acteurs territoriaux et nationaux, afin d'initier une démarche partenariale entre eux. Il lui demande si le Gouvernement entend donner une suite concrète à cette suggestion.

Texte de la réponse

La ministre du commerce extérieur et les présidents de région se sont réunis le 18 septembre 2012 et ont confirmé leur volonté d'agir ensemble pour atteindre l'objectif national de résorber le déficit du commerce extérieur hors énergie - 26 milliards d'euros - en cinq ans. Conformément aux engagements pris le 12 septembre lors de la réunion entre le Président de la République et les régions, la ministre a souhaité affirmer le rôle de pilote des régions pour l'export, ces dernières connaissant leur tissu industriel, leurs PME et leurs entreprises de taille intermédiaire (ETI). La ministre du commerce extérieur et les présidents de région ont posé les bases de leur futur partenariat : - Dans le prolongement de leur stratégie de développement économique et d'innovation, les régions développeront des plans régionaux pour l'internationalisation des entreprises (PRIE). Ils fixeront des objectifs et des actions associés et organiseront sur leur territoire le dispositif d'appui à l'export, en associant l'ensemble des acteurs concernés (Bpifrance incluant le réseau régional d'Ubfiance, CCI, pôles de compétitivité). 10 PRIE ont été signés à ce jour. Actuellement, dix régions ont conclu leur PRIE : Centre, Ile-de-France, Midi-Pyrénées, Basse-Normandie, Pays-de-la-Loire, Rhône-Alpes, Limousin, Poitou-Charentes, Nord-Pas-de-Calais, Bretagne. Pour parvenir à l'objectif de rétablissement de la balance commerciale hors énergie, l'Etat et les régions s'engagent à faire progresser durablement de 10 000 le nombre de PME/ETI exportatrices à l'horizon de trois ans, en se focalisant notamment sur les entreprises innovantes, et à travailler à l'accroissement du chiffre d'affaires export des entreprises déjà présentes à l'international, au premier rang desquels les ETI. En cohérence avec ces mesures, le projet de loi de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles, actuellement en discussion au Parlement, prévoit dans son article 3 de confier aux régions, le chef de filât en matière d'internationalisation des

entreprises. Les marchés géographiques les plus porteurs pour la France ont été identifiés en mêlant approche quantitative et qualitative. Il s'agit de miser sur les secteurs pour lesquels la demande mondiale sera forte et où la France dispose d'un avantage compétitif. Cette analyse repose sur le constat que la demande mondiale va continuer d'évoluer avec des exigences plus fortes en matière de développement urbain, de transition écologique, de santé, de qualité de vie. Les entreprises françaises ont dans ces domaines des atouts à faire valoir en associant biens d'équipements, produits de consommation et services dans quatre grandes familles : - les produits agricoles et alimentaires, où la France peut mettre en avant la diversité de son offre, son modèle alimentaire, la qualité nutritionnelle et la sécurité sanitaire, mais aussi ses équipements destinés à l'agriculture et à l'industrie agroalimentaire, c'est le « mieux se nourrir » ; - la santé et le bien-être, de la pharmacie aux dispositifs médicaux, aux cosmétiques et aux services de santé, c'est le « mieux se soigner » ; - la ville durable et la mobilité, avec l'offre d'ingénierie urbaine, de transports urbains, d'efficacité énergétique et de services environnementaux, c'est le « mieux vivre en ville » ; - la haute valeur ajoutée numérique, avec la sécurité informatique, le numérique embarqué et les logiciels applicatifs, c'est le « mieux communiquer ». L'augmentation de 7 % de nos parts de marchés dans ces quatre grands secteurs sur les pays cibles identifiés permettrait d'atteindre l'objectif fixé. Aux côtés des grandes filières classiques du commerce extérieur français (luxe, automobile, aéronautique, énergie...), ces nouvelles priorités sont donc au centre de la stratégie française pour l'export. Celle-ci s'inscrit d'abord dans une démarche de structuration de l'offre française et de fédération des acteurs économiques dans la cadre du Pacte national pour la croissance, la compétitivité et de l'emploi. La mobilisation concerne au premier chef les acteurs privés. C'est le sens de l'action des fédérateurs nommés par la ministre dans chacune des quatre familles prioritaires pour proposer une offre coordonnée et adaptée à la demande des pays. C'est également le travail mené dans le cadre des filières, qui comportent maintenant systématiquement un volet international. Cette volonté se traduit également par la concentration là où la croissance attendue est la plus forte des moyens de l'Etat en termes d'appui aux entreprises, de stratégie d'influence, d'assistance technique, de travail sur les normes, la levée des obstacles à l'accès aux marchés étrangers et les partenariats de recherche et technologiques. Le Gouvernement a engagé l'optimisation de son dispositif de soutien financier export afin qu'il puisse apporter des solutions concrètes et simplifiées à chacun des stades du développement international d'une entreprise. L'ensemble des produits financiers publics destinés aux PME et aux ETI sont désormais distribués en région, au plus près de l'entreprise. Ces produits financiers ont été revus et rationalisés ; un label « Bpifrance export » a par ailleurs été mis en place. Il s'agit enfin de soutenir la consolidation en fonds propres des PME et ETI, sans laquelle une pérennisation sur les marchés export n'est pas possible. Le Gouvernement a engagé la réforme du dispositif public d'accompagnement à l'international des entreprises. Elle repose sur une optimisation du déploiement géographique des opérateurs, tant en France qu'à l'étranger, et sur des prestations mieux organisées dans une chaîne logique répondant à l'évolution des besoins de l'entreprise en fonction des étapes de son développement à l'international. Un accompagnement est proposé à 1 000 ETI et PME de croissance afin d'élaborer des parcours sur mesure de développement international dans la durée. Pour optimiser l'insertion de la France dans les chaînes de valeur internationales, l'agence française pour les investissements internationaux (AFII) et Ubifrance sont rapprochées au sein de « France International ». Une coordination renforcée est également engagée avec les opérateurs du secteur agroalimentaire et les chambres de commerce et d'industrie pour assurer une plus grande cohérence et complémentarité des actions. Cela se traduit par l'amélioration immédiate de l'offre de services aux entreprises à travers la mise en place d'un portail regroupant l'ensemble des procédures d'accompagnement à l'international, un réseau social des exportateurs, un annuaire de l'export, un numéro de l'international, une plate-forme de mise en relation entre PME et sociétés de négoce, un point de contact unique pour répondre aux sollicitations des entreprises qui rencontrent des obstacles dans leur développement à l'international dont l'origine est la réglementation française ou européenne ainsi qu'une procédure d'obtention de visas accélérée pour les clients et les salariés.