

Rubrique :

Page : 13

1 / 1

LE POINT DE VUE DE
PATRICK MATAIX

Internationalisons nos PME

Le gouvernement a annoncé une panoplie de mesures visant à favoriser les exportations des PME françaises, dont la portée, à l'aune du bon sens, peut paraître dérisoire. Le cas du volontariat international en entreprise (VIE) est emblématique. L'idée consiste à permettre à une personne, âgée de 18 à 28 ans, de réaliser une mission à l'étranger d'une durée de six à vingt-quatre mois. L'Etat la dote d'un statut public et l'entreprise, exonérée de charges sociales, s'acquitte d'une indemnité forfaitaire. L'objectif étant d'atteindre 4.000 VIE en 2005. Mais comment des jeunes sans expérience vont-ils obtenir des résultats efficaces et être crédibles dans un processus d'internationalisation dont ils ne pourront appréhender tous les paramètres ? Il semble que le seul intérêt de cette mesure soit de s'assurer que 4.000 jeunes ne seront pas au chômage à court terme.

Pourtant, l'enjeu est de taille : un milliard d'euros d'exportations supplémentaires équivalant à 15.000 emplois créés en France ! Alors que notre pays détient un des taux de chômage les plus élevés d'Europe, la volonté du gouvernement de faire du commerce extérieur un moteur de croissance prioritaire tombe sous le sens. Aujourd'hui, sur les quelque 2,3 millions de PME françaises, seules 110.000 exportent, alors qu'elles représentent le principal vivier d'exportations nouvelles. Le gouvernement s'est fixé pour objectif d'en dénombrier 50.000 de plus d'ici à cinq ans. Ce pari peu

ambitieux n'est pourtant pas gagné d'avance. A l'instar du VIE, les autres mesures proposées par le gouvernement, tel le contrat de projet ou le crédit d'impôt à l'export, ne semblent pas, elles aussi, être suffisamment percutantes pour créer un réel sursaut vers l'exportation. Certes, elles vont dans le bon sens, mais à quelle vitesse ? Comme bien d'autres décisions politiques françaises, ces mesures sont dépourvues d'un pragmatisme que les pays anglo-saxons ont l'art de manier. Et avec des résultats puisque, par exemple, selon l'OMC, en 2003, l'Allemagne a représenté 10 % de part de marché du commerce mondial contre 5,1 % pour la France.

Ces mesures visant à développer le commerce extérieur de notre pays ne sont pas à la mesure des défis à relever. Et cela pour une raison évidente. Dans sa vision franco-française de la problématique, le gouvernement a occulté un aspect crucial du processus d'internationalisation : le recours à des compétences opérationnelles locales. Pour qui s'est frotté à l'internationalisation d'une PME, l'expérience montre que ce n'est pas avec des Français que l'on défriche efficacement et durablement des marchés comme la Chine ou les pays de l'Est. Les spécificités économiques et culturelles de ces pays requièrent un tel niveau de connaissance de leur fonctionnement, que le recours à des ressources non immergées dans le tissu économique local compromet fortement les chances de réussite.

D'autant qu'aujourd'hui, avec

Internet, il existe des solutions qui permettent aux entrepreneurs français d'accéder à ces compétences locales indispensables, en gagnant jusqu'à 75 % des coûts de pénétration d'un pays. Sur six mois, l'investissement pour la PME ne dépasse alors pas 100.000 euros, ce qui est une barrière d'entrée faible rapportée à l'enjeu qu'elle soutient. Dans les dix prochaines années, la France a l'occasion de saisir une chance rare puisque 450.000 entreprises devraient changer de mains. Une opportunité pour les PME d'internationaliser leur direction. C'est le moment idéal pour proposer de véritables incitations fiscales aux reprises qui s'accompagneront d'une ouverture à l'international avec un investissement associé. Cela aurait un double effet. Le premier serait de dynamiser l'internationalisation de nos PME. Si cela ne fonctionne réellement que dans 25 % des 450.000 reprises, cela doublerait le nombre de PME exportatrices, contre un objectif d'une augmentation de 50 % par le gouvernement. Le deuxième effet positif serait que le repreneur aurait une réelle motivation pour accroître la valeur de la société acquise en déployant des relais de croissance à l'international. C'est par ce type de mesures pragmatiques et efficaces à court terme que l'on pourra imaginer voir se développer des champions européens voire internationaux. Car s'il incombe à l'Etat de créer les conditions favorables à l'internationalisation des PME, il doit surtout sensibiliser les chefs d'entreprise sur le fait qu'elles n'ont pas le choix et que la valorisation de leur patrimoine en dépend.

PATRICK MATAIX est fondateur et président de CEO Europe.

**Les mesures
du
gouvernement
ne sont pas
à la hauteur.**