



**Commerce extérieur ; enjeux et perspectives,
selon M. Renaud FAVIER, directeur des
Relations internationales de l'ACFCI**

Le commerce extérieur a amputé la croissance de 0,5 % par an depuis 2004 et le déficit record de 55,7 milliards d'euros (+39 %) représente 3 % du PIB en 2008. C'est à partir de ce simple constat chiffré que M. Renaud FAVIER, directeur des Relations internationales de l'ACFCI (Assemblée des chambres de commerce et d'industrie), développe une réflexion sur la compétitivité de notre pays et des voies à suivre pour la renforcer. Un constat sans concession, mais sans catastrophisme non plus, qui pèse les faiblesses et les atouts de la France.

" Les "entreprises championnes" prospèrent à l'international et nos parts de marché mondiales semblent se stabiliser tandis que les grands contrats progressent mais les PME françaises paraissent piégées dans un anti-modèle de non-croissance et de sous-internationalisation. Le gouvernement a engagé la mobilisation pour la compétitivité et le renfort des soutiens publics à l'export pour les PME mais cela suffira-t-il face au ralentissement de la croissance mondiale, à la montée des protectionnismes et aux efforts des concurrents étrangers ?

Le mal français est double : les importations progressent deux fois plus vite que les exportations, elles-mêmes en croissance insuffisante (+2,1 % en 2008, +40 % depuis l'Euro) pour que la France préserve comme l'Allemagne sa part du marché mondial (passée de 6 à 4 % en peu d'années) ou même ses positions en Europe (13,5 %). Nos spécialisations industrielles et géographiques et un déficit de compétitivité aux ingrédients multiples nous ont largement privé des dividendes de la mondialisation. D'autres facteurs handicapent nos exportations parmi lesquels l'innovation insuffisante, les distorsions de concurrence, la médiocre captation des financements multilatéraux. Mais aller chercher des parts de marché hors des sentiers battus est possible comme le prouve, exemple parmi des milliers, l'Occitane en Provence qui prévoyait une introduction en bourse à Hong Kong avant la crise financière et vend jusqu'en Chine de l'huile d'olive mais aussi de l'eau de toilette made in France ... au thé vert ! "Avoir le courage d'oser" recommandait le représentant du Medef, Frédéric SANCHEZ, au colloque sur le commerce extérieur du 6 février en présence d'Anne Marie IDRAC, secrétaire d'Etat au Commerce extérieur, à l'OCDE.

Invoker la facture énergétique (59 Mds euros en 2008) et l'euro pour expliquer cette sous performance est certes un argument légitime, mais l'Allemagne a le même cahier des charges et son excédent commercial est resté considérable. La désindustrialisation et la perte d'attractivité ont fait des dégâts en France au point que quand une entreprise gagne un marché, elle doit souvent importer des composants ou sous-traiter à l'étranger, surtout si les délais sont courts et incompatibles avec notre droit du travail. Le cas de l'industrie automobile, très commenté ces dernières semaines, est édifiant : malgré un marché intérieur sinon protégé, bien "tenu" par les constructeurs dits nationaux, on est passé en peu d'années d'un excédent régulier de plus de 10 Mds euros à un déficit de 3,5 milliards en 2008, avec une tendance très négative dont les causes ne se limitent pas aux effets handicapants de la taxe professionnelle. Hors aspects fiscaux, le surcoût direct de main d'œuvre en France a été évalué par M. Carlos GHOSN à 400 euros lors des états généraux de l'automobile en janvier dernier, soit à peine le prix de l'option peinture métallisée sur une Clio, sans compter la multitude des options qui accompagne l'achat d'un véhicule en France. De quoi s'interroger sur la portée exacte des enjeux des stratégies low cost et de délocalisations compétitives. En entendant M. Pascal LAMY, président de l'OMC, résumait la pensée collective du moment à Davos en affirmant ; "le protectionnisme, c'est se tirer une balle dans le pied". Une telle option serait en effet ennuyeuse pour un pays "unijambiste" qui montre un certain talent pour klaxonner en fonçant dans le mur. A voir si à Londres le 2 avril prochain, le sommet du G20 inspirera un patriotisme économique responsable, sinon une révolution verte ?

En synergie avec les réformes pour la compétitivité, l'attractivité, la formation et l'innovation,

d'assez nombreux ajustements techniques sont engagés pour améliorer notre compétitivité nationale : assouplissement (à double tranchant) des règles de part étrangère pour le financement des grands contrats, prêt pour l'export d'Oséo, améliorations sur l'assurance prospection Coface au bénéfice des PME entre autres. Aussi, une alliance est engagée entre les chambres de commerce et Ubifrance pour un accompagnement plus efficace et durable répondant mieux aux besoins des PME à l'international, particulièrement pour celles en phase à risque de création, d'innovation ou de transmission. Cette alliance est la charnière centrale d'une "Equipe de France de l'Export" dans laquelle les collectivités territoriales, particulièrement les conseils régionaux, Coface, Oséo et des privés ont leur place, avec Ubifrance comme "navire amiral" du dispositif étatique et les chambres de commerce comme "first stop shop", ensemblier sinon guichet unique pour les PME. Ce partenariat public-privé inédit en France est en partie inspiré du système allemand dont les résultats sont convaincants.

Mais les plans gouvernementaux, les initiatives consulaires ou privées et les efforts des entrepreneurs feront face à une crise aux contours encore mal identifiés. Récession sévère dont sortiront gagnants ceux qui auront "aiguisé leurs couteaux à fond de cale pendant la tempête", possiblement les puissances émergentes asiatiques à en croire les attendus du forum financier asiatique de Hong Kong mi-janvier ? Ou dépression qui rebattra les cartes du commerce mondial sur fond d'inflation, d'opacité, d'instabilité et de tentation protectionniste ? A Davos, la seconde hypothèse était répandue parmi ceux qui doutent de la capacité du G20 à dépasser les conflits d'intérêts pour mettre en œuvre un nouvel ordre économique.

M. Lionel FONTAGNE, du Conseil d'Analyse Economique, a préconisé en fin du colloque du 6 février une politique globale de compétitivité et un appui à l'international visant la "tenue des marchés dans la durée". On peut être d'accord tout en se demandant comment transformer en business plan ou en trésorerie de PME ses excellentes recommandations d'une approche offensive s'appuyant sur l'investissement et la formation, et de "plasticité face à un monde qui change où la moitié des biens et services qui seront échangés dans 20 ans n'existent pas encore". Quoi qu'il en soit, la reconquête de la croissance par l'international ne sera vraiment possible pour les entrepreneurs, si talentueux et audacieux soient-ils, avec ou sans montées protectionnistes ou manipulations cambiales, qu'avec trois points d'appui solides : un système de financement de l'économie et une chaîne logistique et de services du commerce international en ordre de marche ; des mécanismes rénovés de partage d'expérience associant formation continue des dirigeants, mentorat, solidarités entre grands groupes et PME et intelligence économique d'état au service des entrepreneurs ; enfin une énergie européenne positive au service des objectifs de Lisbonne soutenue par un small business act de l'international, un pacte PME européen, et peut-être un "Airbus de l'export".

Le Président d'Alstom Transport, M. Philippe MELLIER, a rappelé lors du même colloque qu'il est vital d'avoir toujours un coup d'avance dans une guerre économique de moins en moins froide. Le coup d'après pour que les PME françaises sortent gagnantes de la crise doit être engagé dès maintenant. "Grenelle" à la française, "G20" à la Davos de patronats ou de chambres de commerce ou grande coalition de l'export à l'allemande, peu importe le mode de pilotage, mais il faut mettre le projet sur table à dessin avant que le commerce mondial n'ait re-décollé sans nous.