

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE  
*AVIS ET RAPPORTS DU*  
CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

*PME ET COMMERCE  
EXTÉRIEUR*

2007  
Avis présenté par  
M. Jean-François Roubaud

Année 2007. - N° 16

NOR : C.E.S. X07000116V

Mercredi 18 juillet 2007

**MANDATURE 2004-2009**

**Séance des 10 et 11 juillet 2007**

**PME ET COMMERCE EXTÉRIEUR**

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

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

## SOMMAIRE

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

**Deuxième partie - Déclarations des groupes..... 37**

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

## INTRODUCTION

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

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

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

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

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

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

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

### A - DES RÉORIENTATIONS STRATÉGIQUES NÉCESSAIRES

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

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

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

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

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

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

#### 2. Une diversification encore trop timide de nos marchés

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

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

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

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

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

#### B - L’INSUFFISANTE CONTRIBUTION DES PME FRANÇAISES AU COMMERCE EXTÉRIEUR

##### 1. Un nombre encore trop limité de PME exportatrices

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

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

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

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

##### 2. Un tropisme vers les marchés européens

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

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

### 3. Trop de PME de petite dimension

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

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

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

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

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

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

## II - ALLER PLUS AVANT DANS LE SOUTIEN AUX PME

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 3. Stimuler l'innovation orientée vers les PME

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

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

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

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

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

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

#### 5. Encourager les groupements d'entreprises

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

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

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

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

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

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

#### 6. Favoriser des synergies profitables aux PME

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

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

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

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

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

#### B - RÉDUIRE LES OBSTACLES À L'INTERNATIONALISATION DES PME

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

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

##### 1. Au niveau de l'entreprise elle-même

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 1.3. Promouvoir plus vigoureusement auprès des PME le dispositif VIE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 2. Au niveau de l'environnement réglementaire des échanges

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

### 2.1. Parfaire le marché intérieur

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

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

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

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

### 2.2. Poursuivre le démantèlement des barrières non tarifaires aux échanges

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### 2.4. Alléger les procédures trop contraignantes du commerce extérieur

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 1. Des aménagements incontournables

#### 1.1. L'achèvement de la réforme d'Ubifrance

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

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

#### 1.2. La clarification des missions entre les différents acteurs

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

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

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

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

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

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

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

### *1.3. Un recentrage des activités des missions économiques*

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

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

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

## **2. Une politique d'accompagnement des PME plus ciblée**

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

### *2.1. Une facturation de l'information adaptée aux PME*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## CONCLUSION

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

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

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

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

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

## Document 2 : liste des références bibliographiques

Patrick Artus, Lionel Fontaine  
*Évolution récente du commerce extérieur français*  
Rapport du Conseil d'analyse économique  
La documentation Française, 2006

Flora Bellone, Patrick Russo, Lionel Nesta, Michel Quéré  
*Caractéristiques et performances des firmes exportatrices françaises*  
Revue de l'OFCE, juillet 2006

Jean Bizet, Robert Bret, Hubert Haenel, Roland Ries  
*Rapport d'information sur les instruments de défense commerciale de l'Europe*  
Délégation du Sénat pour l'Union européenne, 2 mars 2007

Coe-Rexcode  
*La compétitivité française en 2006*  
2006

Anne Dumas  
*Pourquoi nos PME ne grandissent pas*  
Institut Montaigne, juillet 2006

Jean Gaubert, Alain Cousin  
*Commerce extérieur : le défi des PME*  
Rapport d'information de l'Assemblée nationale n° 3703, février 2007

Hervé Gaymard  
*Un nouvel usage du monde*  
Rapport du gouvernement pour une France plus active dans les pays émergents,  
novembre 2006

Ministère de l'Économie et des finances, Direction générale des douanes et des  
droits indirects, Département des statistiques et des études économiques  
*Commerce extérieur 2006*  
2007

Manfred Shmiemann  
*Les PME et l'esprit d'entreprise dans l'UE*  
Statistiques en bref, Eurostat, 24.2006

Éric Woerth, Jérôme Chartier  
*Rapport d'information en conclusion des travaux de la mission d'évaluation et  
de contrôle sur les services de l'État à l'étranger*  
Commission des finances, de l'économie générale et du plan, Assemblée  
nationale, 5 juillet 2006