



**AIDES A L'EXPORTATION  
POUR LES ENTREPRISES**

**Avis**

## Conclusions et Préconisations

**Présidente** : Madame Stella DMYTRYK

**Rapporteur** : Monsieur Jack GRODARD

Séance Plénière du 26 février 2010

**Avis adopté à l'unanimité**

 **Clarifier et pérenniser les offres en termes d'outils ou dispositifs en créant les conditions de réelles complémentarités entre les actions et les acteurs.**

En effet, le nombre important de structures et d'organismes voués au Commerce Extérieur n'est pas l'assurance d'une réelle efficacité à la mesure des moyens engagés.

Le but est de remédier à l'actuelle dispersion et au manque de concentration. Beaucoup trop d'organismes interviennent en matière de commerce extérieur.

Lors de l'élaboration du Schéma Régional du Développement Economique et de l'Emploi adopté en séance plénière du 13 mars 2006, la Région Champagne-Ardenne et ses partenaires ont affiché la volonté de renforcer la présence des entreprises régionales à l'international.

Un Comité Régional à l'exportation a été constitué. Un bilan des missions que ce Comité s'est assigné est à réaliser.

« L'homme export » dans une PME est souvent le chef d'entreprise. Il a donc besoin d'une bonne visibilité des aides qui s'offrent à lui. Il sollicite de l'information pratique et du conseil opérationnel. Souvent méconnus des

entreprises, les Conseillers du Commerce Extérieur de la France, chefs d'entreprises ou anciens chefs d'entreprises spécialistes export, peuvent les accompagner. Pour convaincre et aider un chef d'entreprise, il n'y a rien de plus efficace que de dialoguer avec un interlocuteur qui possède une expérience à l'exportation.

Rappelons que le Comité Régional des Conseillers du Commerce Extérieur, avec 120 membres, mène en Rhône-Alpes des actions et représente un réseau. Il apporte des expériences vécues, ce qui crédibilise ses préconisations.

 **Renforcer le travail en réseau des entreprises de la région et encourager les groupements d'entreprises (type cluster)**

Lors de sa séance plénière du 23 janvier 2009, le CCSR a présenté un rapport sur les réseaux d'entreprises riche d'enseignements. Les préconisations sont évidemment applicables pour les entreprises qui souhaitent exporter. L'exemple italien montre que cela est possible et surtout incontournable. Les districts italiens ont mis en place un plan visant à créer 1 000 groupements à l'export dans des activités

diverses : biens de consommation durables pour la personne, biens d'équipement durables pour la maison et produits alimentaires...

Les avantages de cette forme d'organisation et de coopération entre PME sont multiples : meilleure répartition des coûts et coordination plus faciles des opérations, meilleure intégration de la filière de la distribution, réalisation d'économie d'échelle par la mise en place de services communs.

Il faut forcer les entreprises à se rencontrer. La Région pourrait être le catalyseur, accompagnée de CCI International Champagne-Ardenne qui connaît le tissu local. Cela suppose, de la part des deux partenaires, une analyse fine des complémentarités sur le plan produits et marchés et une mise en relation des entreprises concernées (qu'elles soient industrielles, de services ou commerciales) sur les quatre départements de la région.

#### **Créer un label « région »**

Les groupements ainsi constitués pourraient être labellisés. Pourquoi pas un label région ? Les exemples de l'association Ardenne de France qui a pour mission la valorisation des produits et des savoir-faire et du département du Nord qui a labellisé des groupements de petites entreprises montrent que cela est possible.

Ce label nécessiterait bien sûr une communication forte de la Région et des différentes entreprises concernées. Nous pourrions nous servir par exemple des axes porteurs définis par CADEV (tous les produits biotechnologies, toute activité et développement durable, la haute technologie, la santé...).

Nous pourrions nous appuyer sur CARINNA pour accompagner ces entreprises à innover sur des produits à haute valeur ajoutée.

Ces deux agences pourraient intégrer, dans leur démarche « quotidienne », le développement export des entreprises régionales et favoriser la construction d'un relationnel export. Il est à

noter que la Région Rhône-Alpes a intégré, dans une même structure ERAI, ERAI Invest (destinée aux investisseurs) et ERAI Export. Il en est de même avec l'AWEX.

Le CESR préconise également la création d'un label certifiant que les produits ont été fabriqués dans le respect des normes de l'Organisation Internationale du Travail.

#### **Renforcer le rôle des PME au sein des pôles de compétitivité**

En matière de partenariat, les pôles de compétitivité sont des outils importants de dynamisation de la politique industrielle et d'innovation. Il paraît primordial que les PME soient pleinement associées à ces projets. Il est évident que l'innovation, facteur de forte valeur ajoutée et de création d'emplois, est un atout indispensable pour une exportation compétitive.

#### **Inciter l'apprentissage des langues et promouvoir les langues auprès des entreprises**

L'obstacle des langues peut inciter le chef d'entreprise à décliner toute possibilité à l'export.

Il faut donc développer l'apprentissage des langues et promouvoir les langues, non seulement auprès du chef d'entreprise, mais également auprès de tous ceux qui sont amenés à communiquer auprès des partenaires étrangers.

#### **Créer une véritable culture export auprès des jeunes entreprises**

Il est nécessaire aujourd'hui de créer une véritable culture export et notamment auprès des jeunes entreprises. Les partenaires qu'elles rencontrent tant au niveau de la région qu'au

niveau des chambres de commerce, chambres de métiers et de l'artisanat pourraient l'intégrer dans leur démarche et les mettre en relation avec les réseaux d'entreprises concernés.

#### **Profiter des coopérations internationales engagées par la Région pour développer les échanges commerciaux**

La politique régionale avec les différents pays de l'Est et d'Afrique (Maroc) engagée depuis de longues années a permis de conforter les relations avec les différentes régions concernées. Il est opportun de passer à une phase plus active vers le secteur économique sachant que certaines régions ont, à court et moyen terme, un potentiel de développement économique.

#### **Inciter à un développement d'une politique export au niveau de l'inter-région Grand-Est**

 **Encourager les PME à se tourner vers l'e-business**, facteur clé de l'expansion commerciale au-delà des frontières nationales.

#### **Accroître la communication sur les organismes de la Région**

La Région s'est dotée de structures au service des entreprises : une cellule export, CADEV, CARINNA. Leur complémentarité est un facteur essentiel de réussite. Il faut certainement intensifier, auprès des entreprises, la connaissance des moyens offerts par la Région. L'exemple de la démarche de CARINNA à Nogent en Bassigny est très intéressant.

#### ***En conclusion***

Il est nécessaire d'aller vers une mutualisation des organismes régionaux dédiés au commerce international débouchant sur une véritable volonté de travailler ensemble. Comme « il n'est de richesses que d'homme », l'initiative de la CCI de Lille Métropole de regrouper en un seul lieu « ESPACE INTERNATIONAL » à la Cité des affaires d'Euralille, tous les organismes régionaux dédiés au commerce international est particulièrement intéressante. Même si le territoire de notre région, beaucoup plus vaste pourrait constituer un frein à ce type d'initiative, le CESR considère qu'un tel regroupement est indispensable et mériterait une réflexion commune à l'ensemble des acteurs concernés de la région.