



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 12ème législature

### exportations

Question écrite n° 6851

#### Texte de la question

M. François Cornut-Gentile attire l'attention de M. le ministre délégué au commerce extérieur sur les difficultés des petites et moyennes entreprises à accéder aux marchés étrangers. Compte tenu de la faiblesse de leurs moyens humains et financiers destinés à l'export, les PME françaises rencontrent des difficultés à percer sur des marchés extra-européens malgré la compétitivité de leurs productions. Aussi, afin de soutenir la croissance de ces entreprises, il lui demande de préciser les mesures adoptées par le Gouvernement pour aider les PME à accéder à des marchés situés en dehors de l'Union européenne.

#### Texte de la réponse

L'Union européenne constitue traditionnellement la zone de prédilection des exportateurs français. Ceux-ci y réalisaient encore près des deux tiers du total des ventes de notre pays jusqu'en 1995, mais 62 % seulement au cours des neuf premiers mois 2002. L'accroissement en cours des ventes françaises à l'extérieur de l'Union européenne, bien qu'accentué par la conjoncture n'en repose pas moins sur les efforts conjoints du dispositif public de notre commerce extérieur et de nos exportateurs en direction des pays tiers, souvent éloignés et difficiles d'accès. Nos petites et moyennes entreprises (PME) participent largement à ce mouvement. En 2000, elles contribuaient à hauteur de 40 % de l'ensemble de nos exportations (tous pays) et 21 % seulement si l'on s'en tenait aux seules PME indépendantes. Elles sont les principales utilisatrices des aides publiques aux exportations, elles-mêmes articulées par la direction des relations économiques extérieures autour de son réseau d'appui et d'incitations financières. Les informations diffusées aux entreprises exportatrices sont de plus en plus ciblées en direction des PME, par leur gratuité et leur mode de circulation électronique à partir des missions économiques à l'étranger avec des relais centraux (Centre français du commerce extérieur et Ubifrance) et les guichets régionaux des directions régionales du commerce extérieur. Les effectifs des missions économiques ont été graduellement transférés à l'extérieur de l'Union européenne où sont désormais déployés des réseaux d'experts et de veille, notamment dans 33 pays émergents d'Amérique Latine, d'Europe centrale, du pourtour méditerranéen, du Proche et Moyen Orient et d'Asie. Aujourd'hui l'Union européenne ne compte plus que pour un cinquième de l'effectif des Missions économiques. Les méthodes de travail ont également été ajustées pour apporter aux PME des informations et appuis plus pratiques, notamment dans le cadre d'une démarche qualité. Celle-ci s'est traduite en faveur des PME par la multiplication des produits d'information gratuits. Pour faciliter la complémentarité entre missions économiques et directions régionales du commerce extérieur, en 2002 la certification Iso 9001 a été élargie à l'ensemble du réseau. Dans le cadre d'enquêtes périodiques auprès des entreprises prometteuses à l'international, les Directions régionales du commerce extérieur mesurent les besoins de changement d'orientation géographique des PME. Elles étaient traditionnellement attachées à l'Union européenne, encore prioritaire pour 45 % des prospects fin 2002, mais s'intéressent de plus en plus à l'Asie (17 %), l'Amérique du Nord (12 %), l'Afrique (10 %) et la Communauté des Etats indépendants (6 %). A côté de ces zones prioritaires, nos PME affichent également un intérêt croissant pour les pays d'Europe centrale et orientale. Un organisme unique de promotion des entreprises à l'international reprendra en 2003 les activités d'Ubifrance et du Centre français du commerce extérieur de façon à rationaliser

les aides aux entreprises exportatrices à l'image des dispositions adoptées par nos principaux pays concurrents. D'ores et déjà les opérations collectives françaises à l'étranger s'éloignent du territoire de l'Union européenne qui ne représentait plus en 2001 que 18 % de l'activité d'Ubifrance. Les crédits budgétaires alloués à l'organisation de salons français à l'étranger devraient être en 2003 multipliés par trois pour atteindre le montant de 12 millions d'euros. Ce concours financier sans précédent depuis plusieurs décennies marque la volonté du Gouvernement d'engager de gros efforts pour aider nos entreprises et notamment les PME à s'internationaliser. Après la disparition du service national en 2001 a été mis en place le Volontariat international en entreprise, selon des modalités souples, particulièrement accessibles aux PME. Celles-ci y trouvent un moyen de former à bon compte de futurs cadres export, notamment pour s'implanter durablement sur des marchés lointains où les coûts de prospection et les risques sont élevés. L'accessibilité directe et immédiate des exportateurs aux informations utiles n'est désormais plus le privilège des grandes entreprises. Toutes les instances publiques de notre commerce extérieur sont désormais dotées de sites Internet « dynamiques ». Des aides spécifiques sont proposées aux PME pour se doter de sites commerciaux y compris en anglais (programme d'utilisation collective d'Internet), pour figurer sur des registres électroniques d'exportateurs à caractère général (Firmafrance.com) ou spécialisé (createdinfrance.com pour les artisans). Qu'elles soient nationales ou régionales, ces aides financières ont fait l'objet de simplifications et sont désormais plus accessibles par des guichets régionaux et des sites Internet. L'assurance prospection offre aux PME françaises, à la fois une garantie contre l'échec de leurs démarches à l'étranger et un allègement temporaire de trésorerie. La garantie couvre des dépenses de plus en plus nombreuses au moyen d'une procédure simplifiée au profit des PME, et tout particulièrement des « primo exportateurs ». Les aides financières régionales, principalement destinées aux PME exportatrices, reposent sur les contrats de plan Etat-Région et sur les Ateliers techniques régionaux : la part de l'Etat dans les contrats de plan Etat-Région 2000-2006 a augmenté de près de 75 % au titre du commerce extérieur. Les critères d'éligibilité à ces aides ont été élargis en faveur des PME et les procédures de traitement des dossiers simplifiées pour financer une large gamme d'aides : conseil, implantation, création de service export (recrutement d'un cadre spécialisé), participation à des foires et salons, formation au commerce international, voire recours à un Volontariat international en entreprise ; conçus pour améliorer la cohérence de l'ensemble des initiatives locales de soutien à l'exportation, les ateliers techniques régionaux ont contribué à l'identification du potentiel d'exportations à développer. Plus de trente programmes d'actions régionales pour le développement international des PME ont ainsi vu le jour dans une quinzaine de régions. Dans le cadre de la décentralisation, les actions locales de soutien aux petites et moyennes entreprises seront transférées aux régions.

## Données clés

**Auteur :** [M. François Cornut-Gentille](#)

**Circonscription :** Haute-Marne (2<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 6851

**Rubrique :** Commerce extérieur

**Ministère interrogé :** commerce extérieur

**Ministère attributaire :** commerce extérieur

## Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 18 novembre 2002, page 4224

**Réponse publiée le :** 10 février 2003, page 1019