



# ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

## exportations

Question écrite n° 118020

### Texte de la question

M. Pierre Morel-A-L'Huissier attire l'attention de M. le secrétaire d'État auprès du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, chargé du commerce extérieur, sur le lien entre soutien à l'export et création d'emplois. Il lui souhaiterait connaître son avis sur le sujet.

### Texte de la réponse

Les entreprises exportatrices représentent une part importante de l'emploi salarié en France : en 2009, les entreprises ayant réalisé un chiffre d'affaires à l'export, au nombre de 196 000, employaient 6,9 millions de salariés, soit 29 % de l'emploi salarié total :

Entreprises exportatrices de biens et services

	2005	2006	2007	2008	2009
Nombre	194 010	198 293	202 601	202 919	195 929
Effectif salarié (milliers)	6 758	7 128,8	8 111	7 898,3	6 819
Part de l'emploi salarié total (en pourcentage)	29	30	34	33	29
Chiffre d'affaires export (en Meuros)	505 953	553 722	588 569	630 417	545 790
Source : DGFIP, INSEE, calculs DG Trésor.					

À court terme, en période de faible demande, une hausse des exportations de 10 Mdseuros se traduit par un surcroît de 25 000 emplois au bout d'une année et de 35 000 emplois au bout de deux ans. En 2011, on peut estimer que ce sont 120 000 salariés et employés qui ont sauvé leur poste ou qui ont été embauchés grâce à la hausse de 50 Mdseuros de nos ventes en 2010. Des analyses de l'appareil exportateur français montrent que les performances des firmes exportatrices françaises sont supérieures à celles des firmes non exportatrices. Ainsi, dans une étude réalisée en 2008, Crozet, Méjean et Zignago, observent que les entreprises exportatrices ont en moyenne une production supérieure de 11 %, comptent environ 3,6 fois plus de salariés et sont plus rentables que les entreprises non exportatrices. En outre, cet écart entre les deux populations tend à s'accroître avec le nombre de marchés desservis et l'intensité des exportations. Pour une entreprise, le fait d'être plus grande et plus productive représente un atout pour la conquête des marchés étrangers (effet de sélection), le fait de vendre à l'international pour une entreprise peut aussi la pousser à s'agrandir et/ou à améliorer son efficacité (effet d'apprentissage). L'étude réalisée en octobre 2011 par les Douanes, s'appuyant sur l'enquête européenne Innovation CIS 2008, sur les liens entre innovation et exportations (« Les entreprises se déclarant innovantes sont plus performantes à l'exportation », 2011, DGDDDI, Études et éclairages, n° 26) montre par ailleurs que les entreprises innovantes sont en proportion plus nombreuses au sein des entreprises exportatrices de biens ou de

services qu'au sein de la population totale des entreprises. L'innovation constitue donc un plus à l'exportation, sans que l'on puisse préjuger du sens de la causalité entre les deux, et est également liée à la taille des entreprises. L'exportation apparaît donc comme l'une des facettes d'une stratégie de croissance réussie. Les politiques d'offre visant à améliorer la capacité des entreprises à innover et à créer de la valeur ajoutée peuvent donc avoir un impact positif à la fois sur les performances à l'exportation et sur l'emploi. Il existe donc un double enjeu des politiques de soutien à l'exportation : rendre nos entreprises plus compétitives afin de les mettre sur une trajectoire de croissance : c'est l'objectif de mesures transversales, telles que le crédit impôt recherche (CIR) ou les aides aux jeunes entreprises innovantes d'Oséo, mais également de mesures concentrées sur les activités exportatrices comme l'assurance prospection de la COFACE (aux conditions avantageuses pour les entreprises innovantes) ou le dispositif Innovex d'Ubifrance qui soutient les PME innovantes, membres d'un pôle de compétitivité, dans leurs démarches de développement à l'international. Le soutien à la recherche et développement (R&D) des entreprises, moteur de l'innovation technologique, a été une priorité de l'action gouvernementale ces dernières années, via notamment le CIR. Le CIR français, dispositif ancien significativement simplifié et renforcé en 2008, est aujourd'hui l'un des dispositifs de soutien à la R&D privée le plus incitatif au monde, ce qui en fait un élément essentiel de l'attractivité du territoire pour les laboratoires de recherche et les activités d'innovation des entreprises. L'enjeu est désormais de convertir ces efforts d'innovation en production industrielle localisée sur le territoire français. L'effort de structuration de l'écosystème de l'innovation a été engagé en 2005 avec la mise en place des pôles de compétitivité qui offrent aux entreprises un lieu propice aux collaborations et à la diffusion des connaissances et des savoir-faire en dépassant les schémas traditionnels de recherche et de production et en créant de nouveaux partenariats industriels ; face à un déficit d'informations, aider les entreprises souhaitant exporter à améliorer leurs connaissances des marchés étrangers : afin d'accompagner les entreprises dans leur démarche de « conquête » des marchés étrangers, les politiques de soutien à l'exportation, menées par Ubifrance notamment, ont pour objet l'amélioration de la connaissance de la demande mondiale à l'export ainsi que celle des caractéristiques du marché visé. Le périmètre d'Ubifrance a ainsi été consolidé et l'agence sera présente dans cinquante-six pays au 1er janvier 2012, afin de mieux traiter les pays les plus porteurs. En outre, des guichets uniques régionaux à l'export ainsi qu'un nouveau site Internet sont mis à disposition des PME françaises afin de faciliter l'obtention des informations pratiques nécessaires en vue de leur développement à l'international. Par ailleurs, afin de faciliter l'internationalisation des PME, la charte du portage des PME à l'international, engageant treize grands groupes français, prévoit la consultation systématique de leurs sous-traitants français dans le cadre de leurs projets à l'exportation, l'intégration des PME dans leurs stratégies de développement à l'export et la mise en place d'un plan de portage pour les contrats de plus de 300 Meuros, pour inciter les entreprises françaises à développer des stratégies collaboratives de développement à l'export, dans un esprit de partenariat comparable à ce qui peut exister en Allemagne.

## Données clés

**Auteur :** [M. Pierre Morel-A-L'Huissier](#)

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

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 118020

**Rubrique :** Commerce extérieur

**Ministère interrogé :** Commerce extérieur

**Ministère attributaire :** Commerce extérieur

## Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 20 septembre 2011, page 9974

**Réponse publiée le :** 13 décembre 2011, page 13050