

LES NOUVEAUX OUTILS DE L'EXPORT



Depuis le début des années 2000, la balance commerciale de la France est déficitaire. Ainsi, en 2018, le solde des biens et services enregistre un déficit de 25,6 Md€ (21,7 en 2017) et le déficit commercial (seul échange de biens) s'élève à 59,9 Md€. Le secteur des services connaît, lui, un excédent de plus de 28 Md€ soutenu par un tourisme toujours dynamique. La part de marché de la France dans les exportations mondiales s'établit à 3,5%, stable depuis 2012, mais bien en deçà du niveau de la fin des années 90 qui flirtait alors avec les 5,7%. Le nombre d'entreprises exportatrices est certes en augmentation en 2018 autour de 125 000 mais reste loin derrière le chiffre de l'Allemagne qui en comptabilise plus de 310 000.

A la suite de l'élection d'Emmanuel Macron, le Ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, Jean-Yves Le Drian s'est fixé comme objectif de redresser la situation du commerce extérieur et de développer de la « culture de l'exportation » afin de porter le nombre des sociétés exportatrices à 200 000 en cinq ans. L'ASFE détaille ici la stratégie du gouvernement en matière de commerce extérieur et les nouveaux outils mis en place.

LE DISPOSITIF À L'EXPORT

Le 23 février 2018, le Premier ministre avait annoncé la stratégie du Gouvernement en matière de commerce extérieur. Il s'agissait de réorganiser le dispositif public d'accompagnement à l'export des entreprises françaises, et notamment des PME. Cette nouvelle organisation, appelée Team France Export, donne un rôle central aux régions en matière d'appui à l'export et s'appuie sur Business France, CCI France et Bpifrance, ainsi que sur des opérateurs privés.

- **Guichet unique**

Dans chaque région française, un guichet unique regroupant Business France et les CCI est chargé d'identifier et de préparer les entreprises, ayant un projet de développement à l'export. 250 conseillers internationaux ont été recensés dans toute la France et 750 conseillers internationaux ont été répartis dans 65 pays A l'étranger, des correspondants uniques, qui pourront être soit Business France, soit un opérateur privé (expérimentation dans huit pays : Singapour, Japon, Philippines, Hong-Kong, Russie, Norvège, Belgique et Espagne), seront désignés et rendront des prestations d'accompagnement aux entreprises qui leur seront adressées par les guichets uniques régionaux. Parallèlement à cela, une

plateforme numérique doit permettre de regrouper l'ensemble des offres d'accompagnement et de financement publics à l'export, pour une meilleure lisibilité des dispositifs pour les entreprises.

Le dispositif de nouvelles plateformes de solutions régionales a été présenté lundi 17 juin par le Premier ministre en présence de Jean-Yves Le Drian, ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, Sébastien Lecornu, ministre auprès de la ministre de la cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales, chargé des collectivités territoriales, Jean-Baptiste Lemoyne, secrétaire d'État auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères et Agnès Pannier-Runacher, secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie et des Finances.

- **Nouveaux instruments et dispositifs**

Les modalités du soutien financier public à l'internationalisation des entreprises doivent également évoluer, selon cette nouvelle stratégie. Par exemple, une nouvelle Assurance Prospection, à la fois plus attractive et plus responsabilisante a été lancée en mai 2018 (les entreprises assurées reçoivent, dès le début de leur contrat avec Bpifrance Assurance Export, une avance de trésorerie à hauteur de 50 % de leur budget prévisionnel de prospection). En octobre 2018, Bpifrance Assurance Export s'est dotée d'un nouvel outil, Cap Franceexport, afin de relancer l'offre d'assurance-crédit de court terme vers certains Etats pour lesquels une « faille de marché » a été constatée. En février 2019, a été lancée la Garantie des Projets Stratégiques, qui doit permettre de couvrir des projets d'entreprises françaises à l'international considérés comme stratégiques pour l'économie française. Enfin, en parallèle, la garantie aux filiales locales doit permettre de couvrir directement des filiales étrangères d'entreprises françaises lorsque le recours à celles-ci constitue un facteur déterminant pour remporter un marché.

Lors de l'audition de la commission des affaires économiques du Sénat sur la refonte du dispositif public d'appui au commerce extérieur réunissant Bpifrance, Business France et CCI France le 15 mai dernier, le Sénateur Renaud-Garabedian a interrogé le représentant de Bpifrance sur l'assurance prospection pour les Français de l'étranger. Ce dispositif, mis en place entre 2005 et 2010 visait à encourager les entreprises françaises installées hors de France à développer les exportations de biens et de services provenant de l'Hexagone. Il a pris fin à la suite de résultats peu encourageants. Elle lui a demandé si la nouvelle stratégie à l'export prévoyait des outils spécifiquement destinés aux Français et aux entreprises françaises résidant à l'étranger.

Le directeur exécutif en charge des activités export de Bpifrance a expliqué que ce dispositif a pris fin car il ne trouvait pas la taille critique pour être amorti et se justifier. Toutefois, il a souligné que la question des entrepreneurs français à l'étranger -qui n'ont pas d'attaches économiques avec la France au sens juridique ou qui ne sont pas à la tête d'une filiale d'une entreprise française- se pose. Il a ainsi déclaré qu'il fallait faire évoluer le modèle d'accompagnement afin de l'adapter à la singularité de ces entrepreneurs.