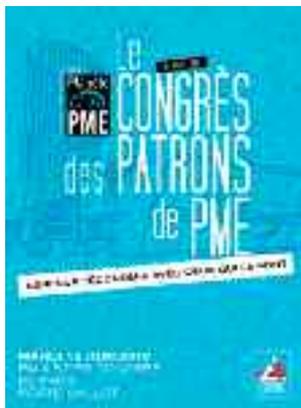




IMAGE SOURCE / HEMIS

LA CROISSANCE DES PME PASSE PAR L'INTERNATIONAL



Le programme de la huitième édition de Planète PME, le 15 juin au Palais des congrès, aborde également le développement international des PME.

L'export, un «brise-crise» que les PME doivent saisir en osant se tourner vers les pays émergents.

La France est largement ouverte sur l'extérieur : avec seulement 1 % de la population mondiale, elle demeure la 5^e puissance commerciale. Une communauté de 2,3 millions de Français vit à l'étranger. «Pourtant, les Français expriment davantage de craintes et de préoccupations quant à la mondialisation et ses conséquences que nombre de leurs voisins européens, constate Jean-François Bernardin, président de

l'ACFCI. Face au décalage entre la réalité de l'insertion de la France dans l'économie mondiale et les réserves de nos concitoyens, il faut offrir une lecture réaliste de la mondialisation, transmettre le gène de la réussite à l'international aux dirigeants de PME et continuer à consolider le jeu collectif d'appui en «Équipe de France de l'export» associant les acteurs publics, les réseaux d'entrepreneurs, les prestataires privés et les forces territoriales.» Sur les quelque deux millions d'entreprises françaises, peu exercent régulièrement leur activité à l'international. Et la grande majorité commerce surtout avec nos voisins européens à la croissance atone, alors que le dynamisme économique est porteur au Brésil, en Russie, en Inde, en Chine, etc. (suite page 2)

LE SOUTIEN DES L'ÉQUIPE DE FRANCE

(suite de la page 1)

ALLER VOIR PLUS LOIN

«Aujourd'hui, tout le monde s'accorde à reconnaître que l'exportation constitue un vecteur de croissance incontournable pour permettre aux PME de sortir du marasme économique provoqué par la crise», ajoute Jean-François Roubaud, président de la CGPME. Lorsque la reprise tarde, quand le carnet de commandes peine à se remplir et que le moral du personnel faiblit, pourquoi ne pas aller voir ailleurs? Les CCI mobilisent l'«Équipe de France de l'export» pour faciliter et sécuriser la réussite de PME sur de nouveaux marchés. Des entrepreneurs ayant franchi le pas témoignent. ■

EN BREF

Des réseaux interconnectés

À la CCI de Versailles Val-d'Oise/Yvelines, le programme «Nouveaux Exportateurs» s'enrichit de l'interconnexion des réseaux d'appui à l'export. Depuis trois ans, quarante PME du Val-d'Oise et cinquante des Yvelines bénéficient d'un suivi mensuel auquel participent les conseillers internationaux des CCI, des conseillers du commerce extérieur, plus des représentants locaux de Coface, de la DRCE (1), d'Ubifrance, d'Oséo... Ce comité de parrainage mensuel suit le parcours de préparation à l'export des PME et chaque partenaire contribue à sa manière au soutien à la PME (apport financier, assurance, réseau, etc.).

(1) Direction régionale du commerce extérieur.

Les CCI en France et à l'étranger, alliées à Ubifrance, aident les PME à préparer leur projet, approcher le marché, le pénétrer et s'installer pour réussir durablement. Chaque étape prépare la suivante. Quatre entrepreneurs témoignent du soutien mobilisé par CCI International.

VIEL PLASTIQUES INTERNATIONAL Le Mexique en équipe

Le plan d'action dans la poche, des produits dans les bagages... Une première approche collective est une bonne option. Daniel Viel, gérant de Viel Plastiques International, spécialisé dans l'injection plastique, est présent depuis l'an 2000 au Mexique avec sa filiale EuroTechPlas. Il connaît bien le pays et le marché de la plasturgie. En 2009, cet entrepreneur rencontre Albert Rodriguez, l'un des vice-présidents de la CCI franco-mexicaine à Mexico. Ce dernier voulait faire participer au Forum d'affaires Mexique 2009 (1) des PME de la Plastics Vallée (autour

de la ville d'Oyonnax). «J'ai trouvé la démarche intéressante», témoigne Daniel Viel. L'export demande beaucoup de temps et d'argent. Le fait d'approcher le Mexique à plusieurs facilite la démarche et l'échange d'expériences.» Quatre plasturgistes français ont participé au Forum à Mexico. Ils commencent maintenant à approcher le marché mexicain. «Je leur ai déjà transmis des demandes d'offres d'entreprises mexicaines», ajoute Daniel Viel. Et pour le moment, je vais assurer le suivi de ces dossiers pour leur compte.»

(1) Un événement co-organisé par la CCIFE du Mexique et Ubifrance.



Viel Plastiques International, spécialisée dans l'injection plastique, est implantée au Mexique depuis une dizaine d'années.

CCI AVEC NCE

SENIDÉCO

Aux couleurs du Brésil

Pour pénétrer durablement un marché, un réseau de professionnels est essentiel. Depuis 1980, Senidéco, spécialiste de la décoration murale, exporte son savoir-faire : 60 % de son chiffre d'affaires est réalisé à l'export. La CCI Marseille Provence a estimé que Senidéco avait un potentiel pour le Brésil. Elle a proposé à Thierry Fabre, son PDG, de participer à une mission collective au Brésil, organisée avec l'Équipe de France de l'export. « *Sur place, j'ai indiqué à la mission économique mes cibles privilégiées : architectes, décorateurs, réseaux professionnels, enseignes de bricolage... Elle les a contactés pour moi. Imaginez l'influence exercée sur des prospects quand ils sont appelés par l'ambassade de France plutôt que par un inconnu !...* » Ainsi, les partenaires ont aidé Senidéco à faire référencer ses produits chez Leroy Merlin à Porto Alegre. « *Cette Équipe de France de l'export est exceptionnelle ! Chacun se bouge pour aider les PME à exporter.* » D'autres acteurs ont en effet soutenu Senidéco. Oséo a partagé le risque financier avec sa banque, lui permettant ainsi d'ouvrir une filiale à São Paulo. La CCI française au Brésil a hébergé Senidéco. Mais le lauréat du prix CCI International Brésil 2009 s'est investi : il passe un tiers de son temps à l'étranger. Il a fait quatorze voyages en trois ans au Brésil...

AIRSTAR

S'implanter en Chine, un risque à maîtriser !

Investir et produire est une autre étape, délicate... Airstar, lauréat du prix CCI International Chine 2010, a pu compter sur la CCI française en Chine et sur un soutien opérationnel de Total, partenaire du prix et membre actif de Pacte PME International. Cette PME iséroise a inventé le ballon éclairant, utilisé dans le cinéma et de la photographie, mais également l'industrie et les



Créatrice du ballon éclairant utilisé dans le cinéma et l'industrie, déjà présente dans 40 pays, Airstar a ouvert des bureaux à Shanghai et à Pékin.

professions des secours et de sécurité. Présente dans 40 pays, l'entreprise est rompue à l'exportation, pour autant s'implanter en Chine pour fournir l'Asie est un défi. « *Hong Kong nous a servis de poste d'observation pour découvrir la Chine*, souligne Stéphane Poudevigne, directeur général. *Au bout de deux années, nous nous sommes décidés à ouvrir un bureau à Shanghai et un autre à Pékin. Nous sommes hébergés par la CCI à Shanghai. Environ vingt PME y sont domiciliées, la synergie est réelle entre nous ainsi qu'avec les membres de la Chambre. Sans ces appuis, cela aurait été plus fastidieux et chronophage...* »

BIO3G

L'agronome pousse hors de l'Hexagone

Pour réussir à l'export, le chef d'entreprise doit d'abord définir ses priorités et sécuriser sa démarche. Bio3G, PME spécialisée dans les stimulants et fertilisants pour sols naturels, s'est appuyée sur le programme

« Nouveaux Exportateurs ». En 2008, stimulée par une croissance à deux chiffres sur le marché français, Bio3G ouvre un département export. Mais comment choisir les pays cibles ? Quelles perspectives ? Stéphane Giraud, responsable export Bio3G, approche la CCI de Saint-Brieuc (CCI International Bretagne) qui lui propose le programme « Nouveaux Exportateurs ». « *La démarche nous a permis d'établir un diagnostic de l'entreprise pour savoir si Bio3G était prête à tenter l'aventure*, relate Stéphane Giraud. *Nous avons ensuite fixé notre stratégie export, puis notre plan d'action. La CCI a validé le choix de nos pays cibles : l'Italie, l'Espagne et l'Allemagne. Dès lors, elle nous a orientés vers ses partenaires, financiers et assureurs (Ubifrance, Coface...), conseillé sur les salons auxquels il fallait participer, et mis en contact avec les CCIFE de ces trois pays. Sans la CCI, nous serions partis à l'aveuglette. Aujourd'hui, nous essayons d'asseoir notre position sur ces marchés.* » ■

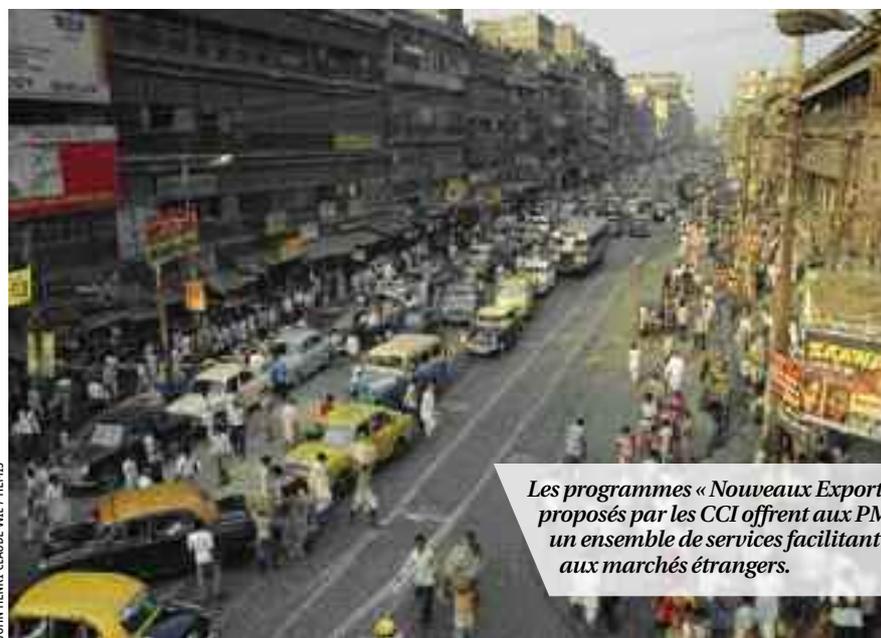
L'EXPORT SE CONJUGUE AU PLURIEL

Le défi de l'export ne se relève pas seul. Réunis sous la bannière « Équipe de France de l'export », les acteurs publics présents à Planète PME coordonnent leurs prestations et s'associent à des prestataires privés.

Non, les entrepreneurs ne sont pas seuls ! « L'Équipe de France de l'export » (voir ci-contre) propose des soutiens de mieux en mieux coordonnés pour l'internationalisation des PME. Parmi les fondamentaux, citons les programmes « Nouveaux Exportateurs » proposés par les CCI, qui jouent le rôle de premier conseil, ensemblier en compétitivité à l'international dans ce jeu d'équipe. Ils offrent aux « primo-exportateurs » un parcours jalonné : sensibilisation à l'exportation, diagnostic de l'entreprise, plan d'action export, puis présentation du projet aux prestataires ad hoc. Parmi ces derniers, Oséo propose en partenariat avec Ubifrance un prêt pour l'export (de 20 000 à 80 000 euros sous conditions) destiné à financer les dépenses immatérielles de développement : études de marché, prospections, foires, salons, opérations de communication, salaires et dépenses liés au VIE,

besoins en fonds de roulement... Autre exemple, l'assurance prospection de Coface a évolué. Les entreprises de taille intermédiaire (CA inférieur à 500 millions d'euros) peuvent désormais en bénéficier. Ce service est aussi moins cher pour les bénéficiaires (de 3 % à 2 % du budget annuel garanti), et les délais de réponse sont réduits à 48 heures pour les demandes inférieures à 50 000 €. Enfin, le « Programme France » présente dans un portail unique (www.programme-france.fr) plus de 1 100 opérations à l'étranger d'Ubifrance, des CCI et d'autres acteurs soutenus par l'État (1). ■

(1) Les opérations collectives en France (information, formation, BtoB) et les actions à l'étranger organisées par les CCI avec un soutien régional sont présentées sur l'agenda CCI International (www.cci.fr/agenda-international).



Les programmes « Nouveaux Exportateurs » proposés par les CCI offrent aux PME un ensemble de services facilitant l'accès aux marchés étrangers.

EN BREF

L'Équipe de France de l'export

Ubifrance, les CCI françaises à l'étranger et les CCI rassemblées sous la bannière « CCI International » agissent de plus en plus en équipe au service des PME. Du point de vue du dirigeant de PME, près de 600 experts de terrain des CCI en France détectent et accompagnent dans la durée l'internationalisation en coordonnant les services d'Ubifrance plutôt centrés sur l'approche des marchés et des CCI plus spécialisés sur l'implantation à l'étranger.

Autour de cette colonne vertébrale avec CCI International comme point d'accès aux réseaux de compétitivité internationale et souvent les collectivités territoriales en appui financier, l'équipe nationale associe les conseillers du commerce extérieur (CCEF), Coface, Oséo, l'INPI, l'OSCI, Pacte PME International et plus souplement d'autres réseaux d'appui...

Le « marqueur » de ce jeu d'équipe est la mobilisation, en bonne voie, de 10 000 nouvelles PME à l'export, mais l'objectif commun est bien la croissance des PME dans la durée et la conquête de clients plus nombreux sur des marchés en plus forte croissance.

Le portail francilien

La direction régionale du commerce extérieur et la CRCI Paris Ile-de-France ont créé un portail dédié aux entreprises franciliennes souhaitant exporter : <http://www.iledefrance-international.fr>

CONTACT

ACFCI – Renaud Favier
Tél. : 01 40 69 37 15
r.favier@acfcf.cci.fr

- ACFCI, 46, avenue de la Grande-Armée, CS 50071, 75858 Paris Cedex 17 • Tél. : 01 40 69 37 62
- Directeur de la publication : Jean-François Bernardin • Rédactrice en chef : Caroline Bréchet
- Conception-réalisation : SEQUOIA • Tél. : 01 53 23 35 00 • Photos : P. Sittler/REA (p. 1), DR
- Impression : Corlet.