

Pusillanimité culturelle

Il n'y a plus de fatalité à voir les PME française rester les lanternes rouges de l'exportation.



Les PME recourent peu aux aides institutionnelles qui leur sont pourtant spécifiquement destinées, car elles ont du mal à les identifier et sont confrontées à un foisonnement d'interlocuteurs.

Le constat est sans appel : le mot "PME" ne rime pas avec "International", malgré les multiples incitations, si ce n'est incantations, des gouvernements successifs. L'export, l'implantation à l'étranger, l'expatriation, autant de démarches qui sont loin d'être naturelles pour

beaucoup d'entreprises familiales de taille moyenne, alors que les économies émergentes sont autant de débouchés qui ne demandent qu'à être explorés. A condition de vouloir, mais aussi de savoir s'appuyer sur les multiples organismes publics et conseils en la matière.

Par Camille Foucard

« Dans une période de crise historique, le déficit est historique », commentait la secrétaire d'Etat au Commerce extérieur, Anne-Marie Idrac, alors qu'étaient publiés les chiffres de la balance commerciale française pour l'année 2008. La France a effectivement beaucoup plus importé de produits qu'elle n'en a vendu à l'étranger, et ce pour la cinquième année consécutive. Elle affiche donc un déficit commercial record de 55,7 Mds d'euros en 2008. Pour enrayer la chute des exportations, Anne Marie Idrac annonçait dans la foulée des mesures pour soutenir les exportations des PME. L'objectif : augmenter de 10 000 le nombre d'entreprises exportatrices d'ici 2012. La France ne représente que 4,5 % du marché mondial, 95 % des débouchés potentiels d'un produit ou d'un service se situent donc à l'extérieur des frontières, et en particulier dans les nouveaux pays émergents d'Asie. « La Chine reste, vue de la France, un pays fermé, politisé et compliqué alors que c'est un relais de croissance important pour une entreprise qui veut se développer. C'est aujourd'hui la 3^e économie mondiale, son plan de relance est colossal. Il existe aussi une certaine liberté d'entreprise : c'est le Far West, comme les Etats-Unis au début du XIX^e siècle », témoigne Pascal Benveniste, président-fondateur d'Enéovia, société implantée notamment à Shanghai et qui réalise plus du tiers de son chiffre d'affaires à l'export. « Nous utilisons des matières premières chinoises, moins chères, et notre entreprise apporte son savoir-faire français pour la maîtrise d'œuvre... » Enéovia, dédiée au conseil

et à l'ingénierie technique sur le marché de l'efficacité énergétique, est présente en Chine où elle achète des modules produits localement, et étend son activité commerciale. Pascal Benveniste, dont la société est engagée dans la construction du pavillon français de l'Exposition universelle de Shanghai, un atout reconnu comme un gage de confiance des autorités, ne regrette pas : « Nous avons de nombreux concurrents en France mais ils vont peu à l'international. Et c'est maintenant qu'il faut aller en Chine. Contrairement à ce que l'on pense il existe encore très peu d'acteurs sur ce nouveau marché, qui d'ici quelques années sera structuré ; le coût d'entrée y sera beaucoup plus élevé... » Le passage à l'inter-

Un état des lieux plutôt critique : 5 % des PME françaises exportent, contre 10 % en Allemagne

national est effectivement reconnu comme le facteur de croissance essentiel au développement des PME, génératrices d'emplois durables en France. Au regard de la situation de l'économie française, limitée par nature, il devient de plus en plus nécessaire, pour une entreprise qui veut grandir, de se développer au-delà de ses frontières. Elle y gagnera un plus grand dynamisme managérial et une plus grande ouverture d'esprit propice à l'innovation. Un belle aventure entrepreneuriale, qui n'est pas néanmoins sans risque.

Un manque d'audace internationale avant tout culturel

Tirer parti du dynamisme des autres, c'est ce qu'ont bien compris les entreprises allemandes. Plus grand exportateur mondial de biens - les exportations ont franchi le cap des 1 000 Mds d'€ en 2008 ! -, l'Allemagne a une balance commerciale largement excédentaire. Pourtant soumise aux mêmes contraintes énergétiques et monétaires que la France, elle s'en tire donc beaucoup mieux, avec un excédent de plus de 170 Mds de \$. La France ne profiterait pas assez de la croissance internationale. Nos entreprises exportent essentiellement vers nos partenaires européens dont la croissance ralentit, comme la nôtre, et pas

plexes et peu flexibles et éprouvent des difficultés à obtenir des financements auprès des banques. Enfin, elles recourent peu aux aides institutionnelles qui leur sont pourtant spécifiquement destinées, car elles ont du mal à les identifier et sont confrontées à un foisonnement d'interlocuteurs... « Avec 40 groupes dans les 500 premiers mondiaux, la France est championne des grands groupes. En revanche, dans la catégorie PME, nous sommes en dessous de tout », rappelle Christophe Lecourtier, directeur général d'Ubifrance, rappelant que seulement 100 000 entreprises françaises exportent contre le double en Italie, et 350 000 en Allemagne. Pour lui, le problème est avant tout culturel : « Depuis Marco Polo, les Ita-



« La Chine reste, vue de la France, un pays fermé, politisé et compliqué alors que c'est un relais de croissance important pour une entreprise qui veut se développer », Pascal Benveniste d'Enéovia.



"Avec 40 groupes dans les 500 premiers mondiaux, la France est championne des grands groupes. En revanche, dans la catégorie PME, nous sommes en dessous de tout", Christophe Lecourtier, directeur général d'Ubifrance.

liens voyagent et font du commerce, alors que les Français sont plus terriens. Le commerce a longtemps eu une mauvaise image dans l'Hexagone. Et il y a un problème de langue. Nous avons été habitués à ce que le français soit beaucoup parlé à l'époque où c'était la langue des élites et où les colonies étaient d'actualité. Les Français ont finalement des complexes, d'infériorité ou de supériorité, vis-à-vis de l'international..." Les entreprises françaises se tournent donc moins spontanément vers l'extérieur. Enfin, c'est aussi parce qu'elles n'ont souvent pas la taille suffisante pour se lancer, comme le souligne Christophe Lecourtier : "Le problème est de faire naître et grandir les PME françaises. Nous, nous sommes là pour les aider lors-

"Les Français ne savent pas exporter, il y a un problème de maîtrise de l'anglais et ils ne voyagent pas. Les Allemands, eux, ont des incubateurs et sont solidaires : ils chassent en meute"

qu'elles sont matures." Dans le contexte de la conjoncture actuelle, il est plus que jamais nécessaire de lever les handicaps structurels qui pèsent sur le développement international des PME pour, une fois la reprise venue, consolider voire renforcer la place de la France sur la scène mondiale. Depuis de nombreuses années, les pouvoirs publics tentent de relever ce défi sans atteindre les résultats escomptés. Pourtant, les

opportunités d'action demeurent importantes puisqu'il existe un potentiel non négligeable de nouveaux exportateurs parmi les PME. Il est donc nécessaire de créer un environnement renforçant la capacité de ces entreprises à se développer à l'international. "Les Français ne savent pas exporter, il y a un problème de maîtrise de l'anglais et ils ne voyagent pas. Les Allemands, eux, ont des incubateurs et sont solidaires : ils chassent en

Ajouter au portage "à la française" - mise à disposition de moyens de locaux - une nouvelle dimension de portage "à l'allemande" par lequel les grands groupes entraînent leurs fournisseurs et partenaires sur leurs marchés étrangers

meute", constate François Berry, PDG de la PME familiale Top Clean Packaging qui a aujourd'hui 20 salariés en Chine et a accompagné Nicolas Sarkozy en Inde lors de son dernier voyage présidentiel.

Une esquisse de jeu collectif qui émerge

Les coopérations interentreprises et le renforcement des liens entre les PME et les grands groupes peuvent effectivement apparaître comme un élément de réponse pour dynamiser l'internationalisation des entreprises les plus petites. Ainsi a été lancé, en mars 2009, le "Pacte PME International" : une nouvelle initiative tripartite associant grands groupes, PME et pouvoirs publics. L'objectif est de réussir des opérations de portage par des grands groupes, de PME françaises à l'international. Il s'agit d'ajouter au portage "à la française" - mise à disposition de moyens ou de locaux - une nouvelle dimension de portage "à l'allemande" par lequel les grands groupes entraînent leurs fournisseurs et partenaires sur leurs marchés étrangers. Les grandes entreprises françaises, qui sont la force de notre économie, ont un intérêt objec-

tif à contribuer à faire grandir nos PME et ainsi renforcer le tissu économique national. Elles ont la possibilité de compenser, par des opérations de portage, cette insuffisance de taille et d'expérience des PME. "Dans la tradition française, c'est chacun pour soi, alors que "travailler en meute", comme les Allemands et les Japonais le font déjà, facilite le démarrage pour une PME. C'est un formidable accélérateur !", explique Joseph Puzo,

président-fondateur d'Axon'Cable qui réalise les 2/3 de son chiffre d'affaires à l'export. Le leader du câblage haute technologie a bénéficié de la garantie internationale Fasep pour son développement en Chine. "Nous y sommes depuis 2000. Il est très difficile d'emprunter en Chine comme d'emprunter en France pour un investissement en Chine. Or, nous voulions nous développer sur le marché des ordinateurs portables équipés de communi-

cation sans fil haut débit. Axon'Cable a obtenu 1,5 M d'€ grâce à la garantie Fasep, ce qui nous a permis d'acheter des machines pour produire des câbles miniaturisés, et nous employons aujourd'hui une centaine de personnes en Chine. C'est intéressant pour nous car le développement de la mini-informatique continue même dans le ralentissement économique général." Cette garantie contre le risque économique des investissements des PME à l'étranger, proposée par Oséo, peut s'avérer très précieuse, comme beaucoup d'autres ai-

Les PME qui participent à une foire ou à un salon professionnel peuvent bénéficier d'un soutien financier à hauteur de 50 % du coût de leur participation

des qui existent aujourd'hui et se multiplient en faveur des PME.

Des aides publiques qui pullulent

Bien choisir son marché, trouver les bons partene-



François Berry a bénéficié de l'assurance prospection de Coface. 100 000€ avaient ainsi été avancés. Si le projet n'avait pu aboutir, l'entreprise aurait été libérée de ses dettes.

naires, surmonter les barrières linguistiques et culturelles, maîtriser les règles juridiques, fiscales, sociales et commerciales du pays... Des problématiques auxquelles les entreprises ne sont pas toujours bien préparées. Les PME ne disposent pas des mêmes ressources que les

Trois organismes ont pour mission de conseiller, de financer et d'accompagner les chefs d'entreprise : Ubifrance en tête, allié d'Oséo et Coface

grands groupes pour un tel projet, c'est pourquoi il est fondamental pour les pouvoirs publics de les accompagner pour aborder ces marchés lointains géographiquement et culturellement. Face à la conjoncture actuelle, les aides et politiques publiques en faveur des PME se multiplient, notamment pour les guider vers des marchés plus porteurs. Trois organismes ont pour mission de conseiller, de financer et d'accompagner les chefs d'entreprise : Ubifrance en tête, allié d'Oséo et Coface. Avec la simplification des procédures et l'augmentation des subventions, "l'équipe de France de l'export" ambitionne d'aider les PME à conquérir de nouvelles parts de marché à l'étranger. L'objectif visé : 10 000 nouveaux exportateurs d'ici 2012 (cf. encadré). Pour



"L'assurance prospection de Coface est sécurisante, elle me permet d'aller à la conquête de l'extérieur, sans vraiment prendre de risque", Alban Gruson, PDG de Conex.

les primo-exportateurs, se lancer à l'internatio-

nal est une activité à risque, une aventure en terrain inconnu. Ubifrance, l'agence pour le développement international des entreprises, apparaît donc comme un partenaire incontournable. D'autant qu'une réforme en profondeur du dispositif a été engagée pour centrer tous les moyens sur les PME. La secrétaire d'État chargée du commerce extérieur, Anne-Marie Idrac, a fait passer les crédits d'intervention d'Ubifrance de 14 M€ en 2008 à 19 M€ en 2009. Les PME qui participent à une foire ou à un salon professionnel peuvent bénéficier d'un soutien financier à hauteur de 50 % du coût de leur participation. Et la présence à un salon est reconnue comme étant un excellent moyen pour démarrer. On y trouve ses premiers distributeurs et fournisseurs, de futurs clients ou partenaires... En réduisant les dépenses de prospection, le but est de pousser les PME à voyager, à aller voir la concurrence, le marché... Et l'agence a mis en place une nouvelle organisation par secteur pour mieux orienter l'entreprise vers le marché le plus porteur. "On espère, d'ici 2011, passer de 10 000 à 20 000 PME à accompagner à la prospection", ambitionne le DG d'Ubifrance qui mobilise désormais un millier de personnes, dans les missions économiques (ME) de différents pays, au service des PME. Des missions collectives sont organisées par l'agence dont le prix moyen de trois jours est de 1 100 €. Elle offre également un programme individuel de rendez-vous avec la ME. "Des services qui permettent d'économiser du temps, de l'énergie et qui peuvent éviter aux PME de tomber dans les pièges des marchés compliqués, comme l'Inde et la Chine.

La distance, les différences culturelles, le dispositif légal rendent ces pays difficiles à aborder, mais il faut y aller car il y a une forte croissance. Cependant, il mieux vaut y aller accompagnés". En France, sur les 100 000 entreprises exportatrices, moins de 20 000 auraient utilisé en 2006 les réseaux de l'Etat. Quelques centaines seulement auraient eu recours au "crédit d'impôt export".

Une force d'intelligence économique qui s'affirme

François Berry a bénéficié de l'assurance prospection de Coface - qui a financé environ 60 % de ses frais de voyages de prospection et plaquettes commerciales - avant de choisir en 2005 d'implanter un site de production à Suzhou,

Mobilisation politique

"L'équipe de France" pour développer les PME à l'international

Dans le cadre de son plan de relance, l'accompagnement à l'international des PME est devenu une priorité du gouvernement. Un nouveau dispositif du Commerce extérieur français a été scellé avec pour objectif de simplifier l'appui aux entreprises pour plus d'efficacité. Ubifrance, les Missions économiques, les CCI en France et à l'étranger, les conseillers du commerce extérieur, Oséo et la Coface se sont donc unis pour lancer "l'équipe de France de l'export" dans le but de faciliter l'accès au

des ressources humaines de 64 Missions économiques dans 44 pays, soit 1 000 personnes au service des PME ! D'autres mesures sont mises en place comme la création d'un prêt pour l'export (PPE) développé par Oséo pour les entreprises innovantes, ou l'assouplissement des règles de garantie des cautions pour les contrats à l'export via la Coface. Pour Alain Cousin, président d'Ubifrance, "notre tissu de PME peut profiter davantage des opportunités offertes. Ces importan-

Objectifs : mobiliser 10 000 nouveaux exportateurs, assurer 20 000 missions d'accompagnement des entreprises à l'international, porter à 10 000 le nombre de postes de V.I.E

développement à l'international des PME. Cette nouvelle équipe veut "placer les entreprises au cœur de ses actions pour faire de 2009 l'Année de l'Export". La réforme s'inscrit dans la volonté de souder l'ensemble des acteurs opérationnels dédiés à l'internationalisation des entreprises. Plus proches interlocutrices des entreprises, les CCI assurent un service de proximité mais sont aussi chargées de détecter les entreprises disposant d'un véritable potentiel. Ubifrance est placé en pivot et fédérateur de l'équipe. L'agence, réorganisée par secteur d'activité afin d'offrir un interlocuteur unique à chaque entreprise, bénéficie du transfert

tes mesures prises par le gouvernement visent à favoriser leurs capacités d'innovation et à mieux les accompagner à l'international". Les pouvoirs publics veulent offrir en 2009 aux PME françaises un dispositif "nouveau, simple, efficace, et compétitif", pour aider les entreprises à "aller chercher les marchés à l'étranger". Les objectifs chiffrés de "l'équipe de France" d'ici 2011 en témoignent : mobiliser 10 000 nouveaux exportateurs, assurer 20 000 missions d'accompagnement des entreprises à l'international, porter à 10 000 le nombre de postes de V.I.E.

C.F.

Manque de place ?

**VOUS DÉMÉNAGEZ, CERTAINS MEUBLES OU ARCHIVES
VOUS ENCOMBRENT, LE PLUS GRAND GARDE-MEUBLES DE FRANCE
VOUS OUVRE SES PORTES TOUTE L'ANNÉE SANS INTERRUPTION.**

Vous gagnez de la place sans rien jeter !

**GARDE
MEUBLES
de 30.000m³**

- Stockage en conteneurs plombés
- Archivage
- Stockage grandes longueurs
- Gardiennage : Surveillance 24H/24
- Sécurité Incendie : Installation de sprinklers
- Assurance : Déclaration de valeur garantie dommages

PRIX COMPÉTITIFS

Garde Meubles Bedel Nortier

www.garde-meubles-nortier.com

1 rue Gay Lussac - 95500 GONESSE à 15km de Paris - Téléphone : 01 39 85 19 18
info@garde-meubles-nortier.com



Et si votre Sécurité sociale vous accompagnait tout au long de votre expatriation ?

Communiqué

La Caisse des Français de l'Étranger est une Caisse de Sécurité sociale qui couvre ses adhérents à travers le monde et leur assure la même protection sociale que s'ils étaient en France. Entretien avec son Président, le Sénateur Jean-Pierre Cantegrit.

Pouvez-vous résumer, en quelques mots, le rôle et l'action de la Caisse des Français de l'Étranger ?

Sénateur Jean-Pierre Cantegrit : La CFE permet aux Français qui vivent à l'étranger de bénéficier de la même Sécurité sociale qu'en France. C'est à dire d'être couverts pour leurs frais de santé dans les mêmes conditions qu'en métropole et pour les salariés, de continuer à cotiser pour leur retraite française ou encore de bénéficier d'une assurance contre les accidents du travail.

Ceci en fait un organisme très original, qui permet d'accompagner l'expatriation. Tous les Français, quel que soit leur statut professionnel, leur âge et leur état de santé peuvent ainsi choisir "d'exporter" à l'étranger leur protection sociale française, en adhérant volontairement à notre Caisse de Sécurité sociale.



M. le Sénateur
Jean-Pierre Cantegrit

L'atout majeur de la CFE c'est aussi sa coordination avec le régime général. Pouvez-vous nous préciser ce que signifie cette coordination ?

Sénateur J.-P. Cantegrit : Pour dire les choses simplement, lorsqu'une personne quitte la France puis y revient plus tard, elle peut perdre des droits. La coordination permet d'éviter ces pertes de droits. C'est un avantage très recherché de la part des entreprises, eu égard à leur responsabilité sociale pour leurs salariés, futurs expatriés.

La CFE apparaît aussi aux côtés de partenaires tels que des assureurs privés et des mutuelles. Quels sont les objectifs de ces partenariats vis à vis de vos adhérents et futurs adhérents ?

Sénateur J.-P. Cantegrit : Effectivement, dans l'objectif de simplifier la vie à nos assurés, nous avons développé, depuis environ trois ans, des partenariats privilégiés et renforcés avec des mutuelles, des institutions de prévoyance et des assurances privées. Leur objectif principal est la mise en place d'un " guichet unique ". Autrement dit, pour adhérer à la CFE ainsi qu'à un assureur complémentaire : une formalité et un seul interlocuteur. Je peux vous assurer que ces partenariats sont très

appréciés car l'adhésion et le remboursement de soins sont facilités.

La Caisse n'a pas cessé d'innover pour s'adapter aux besoins de ses adhérents ; la carte sociale d'assuré CFE, les feuilles de soins dédiées, le nouveau site Internet... Aujourd'hui, quels sont les chantiers en cours ?

Sénateur J.-P. Cantegrit : La CFE a connu une croissance rapide de ses adhérents au cours des dernières années. Ce succès prouve son attractivité grandissante mais suscite dans le même temps les difficultés que connaissent toutes les entreprises en croissance rapide.

La Caisse doit donc gérer cette croissance en veillant à maintenir la qualité du service qu'elle rend. C'est un premier objectif.

Un autre objectif sera de renforcer son attractivité à l'égard des jeunes expatriés. En effet, aujourd'hui, beaucoup de seniors souhaitent passer leur retraite à l'étranger, au Maroc par exemple, pour des raisons de pouvoir d'achat. Ils se tournent assez spontanément vers la CFE pour leur couverture sociale. Ce qui a pour effet de déséquilibrer la structure démographique de ses adhérents. Pour compenser cela, la Caisse doit concentrer ses efforts vers les jeunes expatriés.

CFE (Caisse des Français de l'Étranger)

Centre d'activité Saint Nicolas - 160 rue des Meuniers - BP 100 - 77950 Rubelles

Tel: +33 (0)1 64 71 70 00 - www.cfe.fr - courrier@cfe.fr



"Le VIE a l'avantage d'être placé sous la tutelle de l'Ambassade de France. Mais l'entreprise est nécessairement confrontée aux dispositions du droit local", maître Guy Martinet du cabinet LMT Avocats.

une ville de l'est de la Chine. 100 000 € avaient ainsi été avancés au départ à Top Clean Packaging. L'entreprise familiale, qui emploie aujourd'hui 20 salariés en Chine, reverse 7 % de son chiffre d'affaires annuel jusqu'à remboursement du prêt. Si le projet n'avait pu aboutir, l'entreprise aurait été libérée de ses dettes. "C'est sécurisant, ça me permet d'aller à la conquête de l'extérieur, sans vraiment prendre de risque", témoigne Alban Gruson, PDG de Conex spécialisée en douane et informatique, qui prospecte dans plusieurs pays. Coface offre ainsi quatre outils pour externaliser en tout ou partie la gestion, le financement et la protection de leur poste clients

: l'assurance-crédit, l'affacturage, la notation et l'information d'entreprise et la gestion de créances. La notation pays @rating est une des expertises majeures de Coface, qui permet aux acteurs du commerce international de renforcer la sé-

entreprises au choc de croissance dans un contexte de surcapacités, de très forte concurrence et donc de compression des marges. Cependant, la mobilisation des politiques économiques de relance et les signaux positifs

Détachement et expatriation n'ont pas le même coût, selon la destination et la durée du séjour

curisation de leurs transactions. Cette notation indique le niveau de risque moyen présenté par les entreprises d'un pays dans le cadre de leurs transactions commerciales à court terme. Elle mesure plus précisément comment ces engagements financiers sont influencés par les perspectives économiques, financières et politiques du pays ainsi que par l'environnement des affaires. Cette notation @rating traduit la capacité d'une entreprise à honorer ses engagements commerciaux vis-à-vis de ses clients ou fournisseurs : un outil qui peut être précieux avant de choisir le pays où se lancer et signer des transactions commerciales... et qui est également un bon indicateur des marchés à fort potentiel. La note A3 de l'Inde, par exemple, demeure inchangée depuis décembre 2004. En effet, le pays reste porté par sa demande interne et est peu touché par la crise via le canal du commerce international. Les entreprises indiennes font face au ralentissement le plus modéré des Bric's (5 % de

du premier trimestre - augmentation du crédit, hausse de la production manufacturière - conduisent Coface à ne pas déclasser ce pays.

Le "volontaire international en entreprise" (VIE) connaît un franc succès

La Chine se classe comme deuxième terre d'accueil des Volontaires internationaux en entreprise (VIE) dans le monde juste derrière les Etats-Unis et est le premier pays pour le nombre d'entreprises utilisatrices. Géré par Ubifrance, le VIE connaît un franc succès auprès des sociétés françaises, et 65 % des entreprises qui y ont recours sont des PME. Cette formule permet une présence active des entreprises françaises pour un coût minimal et une gestion administrative simplifiée. La formule offre la possibilité d'envoyer à l'étranger, pour une durée de 6 à 24 mois, des jeunes Européens de moins de 28 ans qui bénéficient d'un statut de droit public protecteur. Pour l'entreprise française, le VIE est une for-

Le Volontariat international en entreprises offre donc une solution RH simple, flexible et attractive financièrement pour gérer cette ressource à l'étranger sans contraintes contractuelles et administratives

croissance en 2009 soit 4 points de moins par rapport à 2007). Coface conserve la surveillance négative annoncée en janvier dernier sur la note A3 de la Chine, en raison de la vulnérabilité des

mule extrêmement souple : ce n'est pas un recrutement, il n'y a ni contrat ni charges sociales en France ni impact sur l'effectif et la masse salariale. Le coût du VIE est très inférieur à celui d'un jeune cadre expatrié. Par exemple, l'indemnité mensuelle forfaitaire nette versée au VIE en Chine s'élève à environ 1 600 €. Les frais de gestion et de protection sociale qui sont facturés en sus par Ubifrance à l'entreprise sont en rapport avec le chiffre d'affaires de l'entreprise, afin de soutenir les PME. Les entreprises utilisatrices peuvent bénéficier d'autres aides publiques. Dans le cadre de l'opération Cap Export notamment : pour les PME de moins de 250 salariés, missionner un VIE hors Union européenne permet de bénéficier d'un crédit d'impôt export leur permettant de déduire 40 000 € sur 80 000 € de dépenses de prospection commerciale enga-

rière de droit social international. "Prévoir le plus de chose possible dans le contrat permet, en cas de problème d'être mieux préparé" explique-t-il. Il faut anticiper tout problème auquel le salarié pourrait être confronté, de l'interruption éventuelle de séjour à la catastrophe naturelle... Car l'entreprise est tenue de veiller à la santé et à la sécurité de ses salariés, quel que soit l'endroit où ils se trouvent. En cas de pépin, il est donc préférable d'avoir pris des précautions ou cela peut coûter cher à l'employeur. Il faut en premier lieu se soucier de savoir si le collaborateur est bien couvert, or le choix du statut est crucial : détachement et expatriation n'ont pas le même coût, selon la destination et la durée du séjour. "La PME n'est pas trop aguerrie à ce type de problématique, il faut expliquer et diagnostiquer pour elles ses besoins", constate Philippe Rivallan, PDG d'April Mobilité. La société de courtage adapte ses pro-



"Les PME se rendent compte souvent tardivement qu'il faut se soucier des questions de protection du salarié expatrié.", Philippe Rivallan d'April Mobilité.

duits aux PME en proposant une offre collective souple et modulable : "l'entreprise peut choisir son niveau de prestation notamment selon le pays d'accueil", précise-t-il. Pour la Chine et l'Inde, par exemple, il n'existe pas d'accord de détachement, l'expatriation est donc la seule possibilité. "Les PME se rendent compte souvent très tardivement qu'il faut se soucier des questions de protection du salarié expatrié. Nous avons donc appris à être très réactifs, il nous faut 48h à une semaine pour mettre en place une couverture spécifique selon qu'il s'agisse d'une mission courte ou longue. La vraie dif-

L'entreprise est tenue de veiller à la santé et à la sécurité de ses salariés, quel que soit l'endroit où ils se trouvent

gées pour exporter en dehors de l'espace économique européen. Les conseils régionaux peuvent également proposer des aides de financement. Avec le VIE, l'entreprise optimise son budget Ressources humaines à l'international. Les missions confiées peuvent être diverses : études de marché, prospection commerciale, accompagnement d'un contrat ou d'un chantier, animation d'un réseau de distribution, création d'une structure locale, contrôle de gestion, mission technique... Le Volontariat international en entreprises offre donc une solution RH simple, flexible et attractive financièrement pour gérer cette ressource à l'étranger sans contraintes contractuelles et administratives. Le VIE a effectivement l'avantage d'être placé sous la tutelle de l'Ambassade de France. Mais, selon maître Guy Martinet, du cabinet LMT Avocats, "l'entreprise est nécessairement confrontée aux dispositions du droit local".

Les problématiques de prévoyance et de contrat

Lors de l'envoi de collaborateurs sur place, les questions juridiques qui se posent sont multiples et diverses, il est donc important d'être bien conseillé par un spécialiste, notamment en ma-

difficulté est qu'elles n'ont généralement pas de vision à long terme", ajoute-t-il. Une attitude qui doit changer, si les PME veulent profiter de toutes ces aides à portée de main, en préparant à l'avance les déplacements de salariés. ■

CHIFFRES CLES

Le rendez-vous manqué

La France ne représente que 4,5 % du marché mondial. Plus de 95 % du business se fait à l'extérieur de nos frontières ! Elle est le 15^e fournisseur mondial de l'Inde et le 16^e de la Chine, avec moins de 2 % de parts de marché dans chacun des deux géants asiatiques. 100 000 entreprises françaises exportent alors qu'elles sont 200 000 en Italie et 350 000 en Allemagne. En France, 5 % des PME exportent, contre 10 % en Allemagne. Sur les 100 000 entreprises exportatrices, moins de 20 000 auraient utilisé en 2006 les réseaux de l'Etat.

3 questions à

Alain Renck, directeur de l'international chez Oséo

*"Ecole de patience, à l'encontre
de notre conception "business rapide"™"*

La crise pousse-t-elle les PME au-delà de nos frontières ?

C'est une des voies de la croissance pour les PME. La conjoncture, la raison ou l'intelligence, lequel de ces trois concepts les pousse vers l'international ? Probablement un peu des trois. Il est aujourd'hui évident que les nouveaux marchés se trouvent à l'international mais attention, encore faut-il que ces PME aient un produit, un processus ou un service différencié. Et cela impose l'innovation : il leur faut, en permanence, innover pour rester compétitives et disposer d'avantages concurrentiels ! Si les PME françaises ne

(Contrat de développement international, Prêt pour l'export), des garanties des apports en fonds propres à une filiale étrangère (FASEP) et des financements des investissements réalisés par les filiales à l'étranger ; soutenir les partenariats technologiques transnationaux en assistant la recherche de partenaires et le montage de projets technologiques, et en proposant des aides et financements des projets d'innovation.

Innovation et international : clé du succès ?

Notre positionnement sur les deux principaux seg-

*"La conjoncture, la raison ou l'intelligence,
lequel de ces trois concepts les pousse vers l'international ?
Probablement un peu des trois"*

se lancent pas facilement, c'est aussi pour des raisons culturelles, linguistiques et conceptuelles, mais ce n'est pas vrai du tout pour les PME innovantes qui sont très présentes à l'international. Ecole de patience, l'international rebute parfois notre conception du "business rapide"...

Les services d'Oséo

La stratégie de fond d'Oséo est d'être en mesure de créer de la croissance pour les PME. Nous créons et développons des produits qui visent à garantir les risques liés à l'implantation à l'étranger ou à faciliter la trésorerie des entreprises qui se développent à l'international. Oséo propose donc aujourd'hui une gamme de financements et garanties pour accompagner les PME à l'international qui s'appuie sur trois axes : assurer les exportations avec des financements et garanties pour les investissements dédiés à l'export ainsi que des garanties de cautions bancaires ; protéger les implantations via des financements "mezzanine", des investissements immatériels

ments de croissance que sont l'innovation et l'international est bien une nécessité d'autant que le lien entre les deux est très fort. Je suis convaincu que susciter des partenariats technologiques entre entreprises de différents pays est une véritable source de développement et d'accélération de la croissance pour les PME. Le partenariat technologique a la double vertu d'accélérer une mutation de l'entreprise en même temps qu'elle l'internationalise. Il amène également la PME à une réflexion collective, crée des réseaux et positionne l'entreprise comme acteur international reconnu. Pour accompagner les entreprises, nous avons noué un grand nombre d'accords avec nos homologues dans de nombreux pays et notre réseau sur l'innovation est aujourd'hui mondial. Nous avons déjà créé ou facilité environ 200 accords en 2008. Mais cette facette de la coopération internationale est moins connue des PME, notre mission est donc de les sensibiliser et de faire fructifier d'autres partenariats dans les prochains mois.

C.F.

C.F.