

Nouvelle année, nouveaux défis pour les exportateurs...

mardi 8 janvier 2013, par [lpe](#)

Le point de vue de Charles Colas, Délégué UBIFRANCE Poitou-Charentes

Le Petit économiste : L'export restera-t-il une priorité en 2013 ?

Charles Colas, Délégué UBIFRANCE Poitou-Charentes : Plus que jamais ! Le redressement de la balance commerciale est au "cœur de la politique de relèvement de la France" pour Nicole Bricq, Ministre du commerce extérieur, avec un objectif ambitieux, fixé par le Premier ministre : l'équilibre de la balance commerciale - hors énergie - en 2017.

Un objectif réaliste, cependant car selon une récente étude de la Direction générale du Trésor, une augmentation de 7 % des parts de marché sur les biens d'équipement, les produits et les services dans quatre grands secteurs (agroalimentaire, santé, développement urbain durable, communication digitale) [1] permettrait d'atteindre cet équilibre en cinq ans, avec, en complément, une répercussion positive sur l'emploi, puisqu'on estime qu'un milliard de plus à l'export se traduit par 10 000 emplois en France.



Dans cette perspective, Nicole Bricq a présenté début décembre un plan pour augmenter le potentiel d'exportations de la France d'ici 2022 et atteindre l'équilibre de la balance commerciale en 2017. Cette stratégie repose sur une offre groupée et ciblée des produits français vers les pays où la demande sera plus forte dans les dix prochaines années.

Selon l'étude du Trésor, la France dispose en effet d'un avantage compétitif en termes de qualité de l'offre et de prix dans les quatre grands secteurs présentés ci-dessus.

Cette offre commerciale française coïncide avec les demandes de 47 pays (pays développés, grands émergents et émergents) [2].

Ces pays représenteraient un montant d'importations mondiales de 10 500 milliards d'euros en 2012, montant qui s'élèverait en 2022 à 15 000 milliards d'euros, soit, à cette période, un potentiel d'importations de quelques 4 milliards d'euros supplémentaires.

Ces nouvelles priorités au centre de la stratégie française pour l'export s'inscrivent dans la démarche du Pacte national pour la croissance, la compétitivité et l'emploi, afin de donner aux entreprises françaises les outils pour s'imposer dans la compétition mondiale : remise à niveau des financements export,

augmentation de 25 % du nombre de volontaires internationaux en entreprise (VIE), accompagnement dans la durée via la Banque publique d'investissement de 1 000 PME et entreprises de taille intermédiaire (ETI) innovantes...

ZOOM sur...

... La stratégie du « Mieux vivre... » Pour développer ses exportations, la stratégie française prend en compte les nouvelles exigences des consommateurs urbains dans le monde autour du "mieux vivre". Cette attente individuelle et collective prend la forme de défis urbains et technologiques associant le développement économique et la qualité de vie : "renforcement des centres urbains avec l'essor de la "ville durable", développement numérique, accompagnement de l'avancée en âge de la population, passage à une économie décarbonée...", précise Nicole Bricq. Pour elle, "La France est bien placée pour répondre à ces attentes qui renvoient aux valeurs et au modèle de société qu'elle cherche à promouvoir, aux compétences et au savoir-faire des entreprises françaises, à l'imagination technologique et à la créativité de ses entrepreneurs. La France est aussi bien placée en matière de qualité et de prix."

□ Un "mieux vivre" qui se traduit par quatre priorités :

- □ "Mieux se nourrir" : qualité et diversité des produits, sécurité et traçabilité alimentaire, diététique, équipements agricoles et de l'agroalimentaire. Parmi les pays cibles : la Chine, les Etats-Unis, le Japon, l'Allemagne, le Royaume-Uni, la Belgique, les Pays-Bas, la Corée du Sud, la Pologne, le Canada, les Emirats Arabes Unis, la Russie, la Tunisie, le Maroc, l'Algérie, le Brésil, Singapour, l'Arabie Saoudite, le Kazakhstan, l'Ukraine et le Mexique.

- □ "Mieux se soigner" : pharmacie, dispositifs et équipements médicaux, parapharmacie et cosmétique, services de santé. Parmi les pays cibles : la Chine, les Etats-Unis, l'Allemagne, le Royaume-Uni, le Japon, la Corée du Sud, la Pologne, la Russie, la Turquie, l'Algérie, le Brésil et l'Inde.

- □ "Mieux communiquer" : logiciels, numérique embarqué, composants et produits électroniques à haute valeur ajoutée, sécurité, e-services. Parmi les pays cibles : la Chine, les Etats-Unis, la Corée du Sud, l'Allemagne, le Royaume-Uni, le Mexique, le Brésil, le Japon, la Russie, l'Inde et le Qatar.

- □ "Mieux vivre en ville" : ingénierie urbaine, architecture, construction et efficacité énergétique, matériels et services environnementaux, transports urbains. Parmi les pays cibles : la Chine, l'Inde, les Etats-Unis, l'Indonésie, le Vietnam, le Brésil, la Russie, l'Allemagne, la Pologne, l'Algérie, l'Arabie Saoudite, le Maroc, la Turquie et les Emirats Arabes Unis.

□ (Source : ministère du Commerce extérieur)

Le Petit économiste : Le réseau UBIFRANCE à l'étranger sera donc en première ligne...

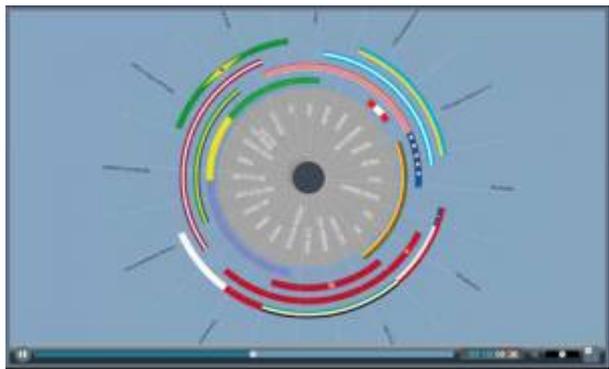
Charles Colas : En effet. 2013 sera une année de consolidation du réseau, avec la mise en place de partenariats locaux là où il n'y a pas de bureau UBIFRANCE. 6 partenariats sont déjà opérationnels, notamment avec des Chambres de commerce franco-étrangères. Cela étant, le réseau reste évolutif, puisque Nicole Bricq a souhaité l'ouverture d'un bureau UBIFRANCE au Kenya début 2013, suite à son récent déplacement dans ce pays. Ce bureau, basé à Nairobi, aura une vocation régionale et couvrira plusieurs pays d'Afrique de l'Est comme l'Ethiopie. Après la Birmanie, il s'agira de la seule ouverture d'un nouveau bureau UBIFRANCE à l'étranger au cours des prochains mois, signe de l'importance accordée par la ministre à l'Afrique subsaharienne (pour en savoir plus sur les implantations d'UBIFRANCE à l'étranger : <http://www.ubifrance.fr/UBIFRANCE-dans-le-monde.html>).

Le Petit économiste : Quelle évolution du dispositif d'accompagnement à l'export au niveau régional ?

Charles Colas : Montée en puissance des Conseils régionaux, mise en place de la Banque Publique d'investissement (BPI)... les chantiers en région ne manquent pas. Il est encore un peu tôt pour présenter le nouveau dispositif dans sa version picto-charentaise, mais il s'inscrit dans la continuité de ce qui a été mis en place depuis plus de trois ans. Et le travail en commun de tous les partenaires en lien avec le développement des entreprises à l'international, Conseil régional, Chambres de commerce et d'industrie, INPI, Conseillers du commerce extérieur de la France, Coface, Oséo..., est plus que jamais d'actualité.

Le Petit économiste : Un mot pour conclure ?

Charles Colas : Je profite de ce début d'année pour présenter à tous les lecteurs du Petit Economiste, déjà exportateurs ou futurs exportateurs, mes vœux les meilleurs.



Notes

[1] Agroalimentaire : qualité et diversité des produits, sécurité et traçabilité alimentaire, diététique, équipements agricoles et de l'agroalimentaire. Santé : pharmacie, dispositifs et équipements médicaux, parapharmacie et cosmétique, services de santé. Développement urbain durable : ingénierie urbaine, architecture, construction et efficacité énergétique, matériels et services environnementaux, transports urbains. Communication digitale : logiciels, numérique embarqué, composants et produits électroniques à haute valeur ajoutée, sécurité, e-services

[2] Pays développés : les pays de l'Union européenne (Allemagne, Italie, Royaume-Uni, Espagne, Pays-Bas, Suède, Finlande, Autriche, Danemark, Pologne, Hongrie, République tchèque). Suisse, Norvège, États-Unis, Canada, Japon, Corée du Sud, Singapour, Taïwan, Australie. Les grands émergents (Bric) : Brésil, Russie, Inde, Chine. Pays émergents de taille intermédiaire : Turquie, Ukraine, Kazakhstan ; Algérie, Égypte, Tunisie, Maroc ; Nigéria, Côte d'Ivoire, Kenya, Afrique du Sud ; Arabie Saoudite, Emirats Arabes Unis ; Mexique, Argentine, Chili, Colombie ; Indonésie, Malaisie, Thaïlande, Vietnam, Philippines.