

MONDIALISATION

**RENFORCER LA POSITION
DE LA FRANCE ET DE SES ENTREPRISES
À L'INTERNATIONAL**



« Jamais la mondialisation n'a autant été mise au banc des accusés comme une cause des difficultés identitaires, sociales et économiques que traverse notre pays (désindustrialisation, fuite des cerveaux, chômage de masse...).

La montée des protectionnismes et la contestation de la globalisation nous imposent d'avancer résolument vers un modèle de croissance qui arrime les français, nos entreprises et nos territoires à la mondialisation.

Une mondialisation équilibrée et juste apporte en effet des relais de croissance formidables. La mondialisation est le levier le plus rapide pour créer de la croissance et des emplois.

Et la France a des atouts reconnus dans le monde. Nos savoir-faire et nos talents sont encore appréciés et souvent attendus par nos partenaires internationaux.

Soyons conquérants en Europe et à l'international, favorisons le « jouer collectif » et faisons rayonner les talents français.

La France est attendue dans le monde. Nous avons la capacité de redevenir un influenceur de premier plan sur la scène internationale en plaçant l'entreprise au cœur de notre politique étrangère. Le futur est à inventer. C'est le moment d'agir. »

Pierre Gattaz,
président du MEDEF

SOMMAIRE

I. SYNTHÈSE DES PROPOSITIONS D' ACTIONS	4
II. CONSTAT ET ENJEUX	5
III. AXES DE MOBILISATION	7
1. CONVAINCRE LES FRANÇAIS ET LES ENTREPRISES DES OPPORTUNITÉS DE LA MONDIALISATION	7
2. CRÉER DES RÈGLES DU COMMERCE INTERNATIONAL PLUS JUSTES ET ÉQUILIBRÉES	8
3. VALORISER ET VENDRE LES SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS	9
4. RENFORCER UNE APPROCHE COLLECTIVE À L'INTERNATIONAL	9
5. RENFORCER LA PERFORMANCE DES SOUTIENS À L'INTERNATIONALISATION DES ENTREPRISES	10

I. SYNTHÈSE DES PROPOSITIONS D' ACTIONS

CONVAINCRE LES FRANÇAIS ET LES ENTREPRISES DES OPPORTUNITÉS DE LA MONDIALISATION

- **Faire de la pédagogie sur les opportunités et les défis de la mondialisation auprès des français**, en mettant en place un plan de communication national pour le quinquennat.
- **Expliquer les règles du commerce mondial aux entreprises, et notamment aux PME**, en s'appuyant sur les dispositifs tant nationaux que régionaux.

CRÉER DES RÈGLES DU COMMERCE INTERNATIONAL PLUS JUSTES ET ÉQUILIBRÉES

- **Intensifier la coopération réglementaire** (OMC, OCDE, ONU, Banque Mondiale, instances européennes...) pour améliorer l'accès aux marchés étrangers, faciliter les échanges, mieux protéger nos savoir-faire et les consommateurs et aboutir à des conditions de concurrence équitables.
- **Réduire les contraintes douanières en harmonisant les règles européennes et internationales.**
- **Limitier les effets négatifs sur les entreprises françaises de l'extraterritorialité des lois étrangères** en proposant des solutions au niveau européen.
- **Faire de nos obligations éthiques et environnementales (déontologie, RSE, lutte contre la corruption...) un avantage compétitif à l'export** pour nos entreprises.
- **Renforcer le suivi de l'application des règles européennes et internationales** pour éviter les distorsions de concurrence nuisibles aux entreprises françaises.

VALORISER ET VENDRE LES SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS

- **Élaborer un nouveau plan quinquennal ambitieux de valorisation et de promotion de la France et de ses savoir-faire.**
- **Dupliquer à d'autres secteurs le dispositif de soutien des entreprises de la *French Tech*.**
- **Mettre en place une véritable coopération économique au sein de l'espace francophone.**
- **Accentuer la promotion de la francophonie et de l'apprentissage du français** dans le monde.

RENFORCER UNE APPROCHE COLLECTIVE À L'INTERNATIONAL

- **Renforcer le soutien à la structuration d'entreprises** par filières pour développer des offres globales et clés en main.
- **Favoriser les collaborations entre grands groupes, ETI et PME en multipliant les actions collectives à l'international** copilotées par le réseau public et le secteur privé.
- **Développer les collaborations grands-groupes/sous-traitants français à l'international** par la mise en œuvre de mesures incitatives.
- **Optimiser l'efficacité des « familles à l'export » en les associant à des *taskforces*/comités filières à l'international** animés par les organisations du secteur privé.

RENFORCER LA PERFORMANCE DES SOUTIENS À L'INTERNATIONALISATION DES ENTREPRISES

- **Renforcer l'efficacité du soutien financier public à l'internationalisation des entreprises pour mettre les entreprises françaises sur un pied d'égalité avec leurs concurrentes.**
- **Mobiliser et accompagner plus efficacement les entreprises à l'export** (notamment les PME et les petites entreprises).
- **Poursuivre les efforts de simplification et de développement de complémentarités entre les acteurs publics et privés accompagnant les entreprises à l'international.**
- **Simplifier les dispositifs français publics et privés d'appui à l'export à l'étranger et optimiser l'affectation des ressources publiques.**

II. CONSTAT ET ENJEUX

Avec plus de 7 milliards d'individus à équiper et près de 10 milliards d'ici 2050, la mondialisation offre des perspectives de croissance considérables tant en Europe – première puissance économique du monde – que dans le reste du monde.

Elle est aussi devenue une réalité incontournable pour nos entreprises puisque 90 % de la demande mondiale se fera hors de l'UE d'ici 10 à 15 ans.

Et pour bénéficier de ces relais de croissance, la France dispose de savoir-faire reconnus à l'international et d'atouts à valoriser : des entreprises innovantes et dynamiques, des filières d'excellence, un territoire attractif, une réputation culturelle reconnue.

Pourtant la France n'a pas assez exploité ses nombreuses forces pour profiter de l'ouverture des marchés mondiaux, comme en témoigne notre balance commerciale déficitaire depuis près de 15 ans. La part de la France dans les exportations de biens et services de la zone Euro n'a cessé de se réduire. Elle est passée de 17 % en 2000 à 13,6 % en 2015. Ce recul représente un « manque à produire » de quelque 160 milliards d'euros, équivalent à 0,5 % de PIB par an.

Plusieurs facteurs nous affaiblissent, tels la désindustrialisation de l'économie française (alors que l'industrie assure 74 % de l'export français sur le marché mondial), la perte de compétitivité de nos entreprises, un dispositif public d'appui à l'export trop complexe et une structure du tissu économique français où 97 % du chiffre d'affaires à l'export est réalisé par 20 % des entreprises exportatrices. Il est impératif d'avoir une vision offensive de notre politique industrielle. Il faut permettre à nos industries et à l'ensemble de nos entreprises de restaurer leur compétitivité. La recherche et l'innovation doivent être également soutenues pour préserver nos parts de marché dans le monde.

La dégradation du commerce extérieur français est également liée à la montée des mouvements protectionnistes dans le monde, aux règles complexes (éthiques, sociales, environnementales), et au manque de réciprocité des marchés internationaux. À cela, s'ajoute un contexte européen et international particulièrement sensible qui soulève des incertitudes sur l'avenir de nos entreprises : Brexit, montées populistes, montées protectionnistes, notamment américaines.

Les mutations que la mondialisation engendre suscitent légitimement de nombreuses interrogations, des incompréhensions et parfois un rejet de notre modèle économique.

Mondialisation et patriotisme économique se retrouvent ainsi souvent opposés, et les Français, tout comme les entreprises, manquent parfois de clés de lecture pour comprendre ses différentes facettes et les opportunités qu'elle offre.

Dans ce contexte, il est essentiel de mener un travail de pédagogie sans précédent, et surtout repenser notre vision de la mondialisation. Faute de quoi, nous ne répondrons pas aux tentations protectionnistes, et échouons à créer un environnement propice aux échanges et à la croissance nécessaire de demain.

Cela est possible grâce à la mobilisation internationale et à une gouvernance mondiale qui assureraient la jonction du social et de l'économique dans les décisions prises par les gouvernements.

Les meilleurs économistes et hauts représentants de la planète se sont réunis, en 1944 à Bretton Woods, pour forger les règles d'un nouvel ordre économique et financier mondial. C'est cet ordre qui a aujourd'hui besoin d'être complété, en prenant en compte la dimension sociale.

Il est urgent pour la France, ses dirigeants et ses entreprises, de s'impliquer pour faire en sorte que la mondialisation soit plus inclusive et plus juste, au service d'une croissance durable qui tienne compte des enjeux sociaux et environnementaux, tout en préservant la compétitivité de nos entreprises dans un contexte européen et international de plus en plus complexe.

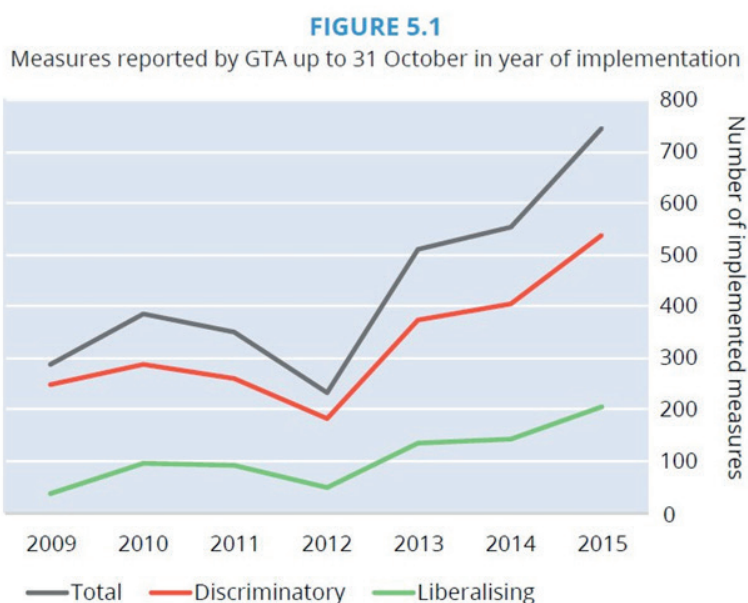
TENDANCES 2017-2018

Prévisions de croissance par pays/grandes zones

Croissance du PIB	2015	2016	2017	2018
Monde	3,2	2,9	3,1	3,2
OCDE	2,3	1,7	1,7	1,8
Etats-Unis	2,6	1,6	2,1	2,3
Japon	1,2	1,0	1,1	0,8
Zone euro	2,0	1,7	1,4	1,3
France	1,2	1,1	1,1	1,0
Allemagne	1,7	1,8	1,5	1,4
Royaume-Uni	2,2	2,1	0,9	1,0
hors OCDE	4,0	4,1	4,4	4,5
Chine	6,9	6,7	6,2	5,5
Inde	6,9	7,0	5,5	6,7
Brésil	-3,8	-3,6	0,5	1,3
Mexique	2,5	1,8	1,5	1,9
Russie	-3,7	-0,5	0,7	1,4
Turquie	4,0	2,0	1,6	2,7
Afrique	3,0	1,7	2,7	3,2
Moyen-Orient	2,4	2,5	2,5	3,0

Source : Prévisions Coe-Rexecode (décembre 2016)

Les mesures de discrimination augmentent plus vite que les mesures de libéralisation



III. AXES DE MOBILISATION

1. CONVAINCRE LES FRANÇAIS ET LES ENTREPRISES DES OPPORTUNITÉS DE LA MONDIALISATION

Les entreprises françaises montrent tous les jours qu'il est possible de réussir et de créer de l'emploi en France en s'internationalisant. Les jeunes restent par ailleurs attirés par un monde qui bouge, comme l'illustre le succès des programmes *Erasmus* et des volontaires internationaux (VIA/VIE).

En contraste avec cette réalité, l'opinion publique perçoit la mondialisation avec défiance et sous un angle décliniste.

Pour inciter davantage d'entreprises à oser l'international, il est impératif d'arrêter de s'auto-dénigrer et de lutter contre les idées reçues et les clichés négatifs. Il est nécessaire d'intensifier le travail de pédagogie sur tout le territoire français, et expliquer les bénéfices concrets de la mondialisation pour nos entreprises et nos concitoyens.

À titre d'exemple, les opportunités de la mondialisation ne sont pas réservées qu'aux multinationales : au sein de l'Union Européenne, 600.000 PME exportent directement des produits hors d'Europe – soit un tiers des exportations européennes. Par ailleurs, 2,5 emplois créés à l'international créent 1 emploi en France. Grâce aux investissements étrangers en France, de nombreux emplois sont par ailleurs créés ou sauvegardés sur notre territoire.

Cette pédagogie commence par l'éducation, par un enseignement secondaire et universitaire valorisant davantage les bienfaits de l'ouverture au monde, de l'expatriation, du commerce international et des bénéfices potentiels d'une meilleure insertion de l'économie française dans les échanges internationaux.

Ce travail de sensibilisation doit également être mené auprès des entreprises. Trop peu de PME françaises exportent leurs savoir-faire à l'international. Il faut rompre avec cette tendance et les inciter à exporter et à s'internationaliser en accentuant les démarches d'information sur l'ensemble des outils et solutions d'accompagnement à leur disposition (exemple : financements export, formations, dispositifs d'appui publics et privés).

Recommandations

- **Faire de la pédagogie sur les opportunités et les défis de la mondialisation auprès des français**, en mettant en place un plan de communication national pour le quinquennat.
- **Introduire une culture de « l'international » auprès des futures générations, dès le plus jeune âge :**
 - valoriser, dans les programmes scolaires et universitaires, l'économie, l'entrepreneuriat, l'innovation et l'international ;
 - mieux former à la maîtrise de langues étrangères, en particulier l'anglais, à l'école et tout au long de la vie professionnelle.
- **Expliquer les règles du commerce mondial aux entreprises, et notamment les PME**, en s'appuyant sur les dispositifs tant nationaux que régionaux.

2. CRÉER DES RÈGLES DU COMMERCE INTERNATIONAL PLUS JUSTES ET ÉQUILIBRÉES

La mondialisation et le commerce international ne peuvent être justes que s'ils obéissent à des règles équitables appliquées par tous de façon homogène.

Or, les conditions pour investir et commercer sont déséquilibrées car on constate :

- **un besoin d'harmonisation des règles** sur de nombreux aspects du commerce international (exemple : éthique, normes sociales et environnementales) ;
- **un besoin de réciprocité dans les échanges**. L'Union européenne a progressivement ouvert ses frontières aux produits et investissements étrangers ces deux dernières décennies, mais la plupart de nos partenaires commerciaux n'ont pas fait de même ;
- **un besoin de prévisibilité** : tout en prônant un principe d'ouverture des marchés et poursuivant la négociation d'accords de libre-échange, les pays du G-20 ont pris depuis 2009, 1583 mesures restrictives pour le commerce ; ce qui génère de l'incertitude pour les entreprises.

En conséquence, l'aventure à l'international et à l'export des entreprises, notamment des PME, est souvent complexe alors que paradoxalement il n'a jamais été aussi facile de toucher un consommateur à l'autre bout du monde grâce aux outils numériques et à la logistique.

Pour faire évoluer ces problématiques, il est indispensable de renforcer notre capacité d'influence sur les règles et les normes à tous les niveaux (français, européen et international) et à toutes les étapes.

Recommandations

- **Aboutir à des accords commerciaux équilibrés et ambitieux**, incluant des domaines prioritaires pour les entreprises françaises : élimination des barrières tarifaires et non-tarifaires, marchés publics, protection de la propriété intellectuelle et de nos indications géographiques, coopération réglementaire, etc...
- **Intensifier la coopération réglementaire** (OMC, OCDE, ONU, Banque Mondiale, instances européennes...) pour améliorer l'accès aux marchés étrangers, faciliter les échanges, mieux protéger nos savoir-faire et les consommateurs et aboutir à des conditions de concurrence équitables.
- **Réduire les contraintes douanières en harmonisant les règles européennes et internationales.**
- **Limiter les effets négatifs sur les entreprises françaises de l'extraterritorialité des lois étrangères** en proposant des solutions au niveau européen.
- **Faire de nos obligations éthiques et environnementales (déontologie, RSE, lutte contre la corruption...) un avantage compétitif à l'export** pour nos entreprises. Cela suppose par exemple de valoriser les comportements responsables des entreprises dans les commandes publiques.

→ **Renforcer le suivi de l'application des règles européennes et internationales** pour éviter les distorsions de concurrence nuisibles aux entreprises françaises (exemple : respect d'accords tels que la Facilitation des échanges de l'OMC, ou les accords bilatéraux de libre-échange négociés par l'Union européenne).

3. VALORISER ET VENDRE LES SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS

Pour positionner nos entreprises à l'international et les soutenir dans leur conquête de marchés, nous devons valoriser la « *French touch* », la France et la francophonie. Ce sont autant d'atouts « hors coûts » qui aident nos entreprises à exporter.

L'excellence française et ses innovations sont, et doivent de plus en plus, devenir un véritable critère de différenciation vis-à-vis du reste du monde. Cela est même une condition pour que nos entreprises soient compétitives et que notre pays reste moteur dans le processus de la mondialisation. C'est également un atout qui contribue à rendre notre territoire plus attractif pour les entreprises étrangères et l'investissement en France.

De nombreux efforts sont à saluer et permettent par exemple, dans le domaine de la *French Tech*, à des start-ups françaises d'attirer de plus en plus de financements. Nous pouvons aller plus loin. Il faut notamment que nos efforts de recherche et développement, de création d'entreprises innovantes qui bénéficient d'un écosystème public ou public/privé favorable, puissent perdurer sur le moyen et le long terme

Recommandations

- **Elaborer un nouveau plan quinquennal ambitieux de valorisation et de promotion de la France et de ses savoir-faire**, incluant la promotion :
 - **des atouts de notre territoire**, pour améliorer le regard porté sur la France et attirer les investisseurs étrangers ;
 - **de l'excellence de nos filières, tant technologiques que traditionnelles**.
- **Dupliquer à d'autres secteurs le dispositif de soutien des entreprises de la *French Tech***, afin d'accroître la visibilité de leur savoir-faire et leur expansion à l'international.
- **Mettre en place une véritable coopération économique au sein de l'espace francophone**.
- **Accentuer la promotion de la francophonie et de l'apprentissage du français** dans le monde, pour faciliter la diffusion de nos produits et services.

4. RENFORCER UNE APPROCHE COLLECTIVE À L'INTERNATIONAL

Si la France dispose d'entreprises pleinement ancrées dans la mondialisation, la situation doit être regardée avec lucidité et objectivité :

- aujourd'hui, moins de 5 % de nos entreprises commercent hors de France, et nos parts de marchés à l'export au sein de l'UE et dans le monde se dégradent depuis 10 ans ;
- nos ETI sont très internationalisées, mais peu nombreuses, et nos PME très nombreuses, mais peu exportatrices. Ainsi, 70 % du CA export de la France est réalisé par 1000 entreprises ;
- et sur le plan régional, des disparités sont également ressenties : 5 régions françaises sont responsables de plus de la moitié des exportations françaises.

Pour rompre avec cette situation, il est important de renforcer les approches collectives à l'international (« chasser en équipe »). Nos entreprises sont plus fortes dans la concurrence internationale quand elles organisent leurs offres, mutualisent leurs actions, partagent leurs expériences et connaissances, et s'organisent en filières, etc.

Il faut multiplier les actions collectives et mesures d'incitation permettant à nos plus grandes entreprises d'entraîner de plus petites et les aider à se positionner sur les marchés étrangers.

Recommandations

- **Renforcer le soutien à la structuration d'entreprises** par filières pour développer des offres globales et clés en main (exemple : filières agroalimentaire, infrastructure, santé, sécurité) :
 - **développer des formules juridiques souples** pour faciliter la structuration de groupements d'entreprises à l'export ;
 - **améliorer l'information et l'accès à de nouveaux modèles de financements adaptés aux « offres clés en main » à l'export** (offres spontanées, Partenariats Publics Privés, appels à propositions...), **hors Aide Publique au Développement** ;
 - **faciliter le recours à des ressources humaines partagées à l'export** (ex : V.I.E. à temps partagé) ;
 - **développer une boîte à outils de solutions et bonnes pratiques d'animation et de suivi d'initiatives collectives à l'export pour les pérenniser**, en partenariat avec les fédérations, les collectivités locales et les dispositifs d'appui publics et privés à l'export.
- **Favoriser les collaborations entre grands groupes, ETI et PME en multipliant les actions collectives à l'international copilotées par le réseau public et le secteur privé.**
- **Développer les collaborations grands-groupes/sous-traitants français à l'international par la mise en œuvre de mesures incitatives.**
- **Optimiser l'efficacité des « familles à l'export » en les associant à des taskforces/comités filières à l'international animés par les organisations du secteur privé** (exemple : Task force Ville durable de MEDEF International).

5. RENFORCER LA PERFORMANCE DES SOUTIENS À L'INTERNATIONALISATION DES ENTREPRISES

Malgré les nombreuses initiatives qui ont été prises ces dernières années pour simplifier et rationaliser le dispositif d'appui à l'export et l'accès à l'information (portail www.france-international.fr, création d'un parcours simplifié à l'export), les entreprises et particulièrement les PME peinent encore à trouver le bon interlocuteur et les informations pertinentes. Une majorité d'entre elles n'osent pas se lancer ou continuer les démarches d'exportation.

La part des PME françaises reste ainsi très insuffisante dans les exportations françaises : 15,5 % du chiffre d'affaires à l'export alors que les PME représentent 99 % des exportateurs. Le nombre d'entreprises françaises exportatrices est deux fois inférieur à nos voisins italiens, et trois fois inférieur au nombre d'entreprises exportatrices allemandes.

La réduction des budgets publics et l'évolution du modèle économique de certains dispositifs publics d'appui a conduit ces derniers à prioriser l'accompagnement d'entreprises déjà exportatrices, dites à « potentiel », et à proposer des tarifications de plus en plus élevées ; et ce au détriment des primo-exportateurs qui constituent la génération de demain à l'international, au même titre que les start-ups de la *French Tech*. Il est donc impératif de poursuivre les efforts de développement d'outils adaptés aux besoins des petites entreprises et débutants à l'export.

La rationalisation et la coordination des dispositifs publics et privés en France et à l'étranger pour l'accompagnement des entreprises reste prioritaire. Il est par ailleurs important d'optimiser les dépenses publiques, tout en améliorant la qualité des services aux entreprises.

Recommandations

- **Renforcer l'efficacité du soutien financier public à l'internationalisation des entreprises pour mettre les entreprises françaises sur un pied d'égalité avec leurs concurrentes :**
 - **améliorer et étendre l'offre de financement export et son adaptation aux besoins des entreprises :**
 - › renforcer l'accessibilité de l'offre de Bpifrance (information accrue des entreprises et dématérialisation de produits), ainsi que la simplification du catalogue de produits d'assurance et de garanties publiques,

- › accroître l'autonomie de Bpifrance pour émettre des lettres d'intérêts,
- › clarifier le guide utilisateur sur le calcul de la part française et la procédure de stabilisation des taux,

- **créer un véhicule financier pour traiter avec des entités sous sanctions ou embargos extérieurs non européens ;**
- **améliorer les retombées du financement public du développement** sur les acteurs économiques français, notamment par la consultation des représentants du secteur privé, en amont de leurs actions, tant à un niveau sectoriel que géographique.

→ **Mobiliser et accompagner plus efficacement les entreprises à l'export :**

- **inciter de nouvelles entreprises à exporter et aider les primo-exportateurs à mieux se structurer en amont de leurs démarches export** (ex : nouveau plan national à décliner dans toutes les régions) ;
- **redonner à Business France et aux CCI de France comme priorité d'action l'accompagnement de nouvelles entreprises à l'export et leur fixer de nouveaux objectifs d'accompagnement de primo-exportateurs ;**
- **encourager les programmes de préparation aux démarches « export » soutenus par les régions** (diagnostics, élaboration de stratégie, formations, accès à des incubateurs/accélérateurs dans les territoires, structuration de ressources export - ressources humaines, financements...).

→ **Poursuivre les efforts de simplification et de complémentarités entre les acteurs publics et privés accompagnant les entreprises à l'international :**

- **favoriser la cohérence des politiques de soutiens** à l'export mises en œuvre par les Régions ;
- **valoriser les services proposés par les réseaux d'entreprises** (parrainage d'entreprises par les Conseillers du Commerce Extérieur, partages d'expériences et de réseaux entre pairs, exportation collaborative...).

→ **Simplifier les dispositifs français publics et privés d'appui à l'export à l'étranger et optimiser l'affectation des ressources publiques :**

- **optimiser la répartition des rôles entre Business France et les CCI Françaises à l'international (CCIFI)** (exemple : Délégations de Services Publics aux CCIFI pour pouvoir notamment réaffecter les ressources publiques dans les pays dans lesquels le dispositif d'appui français est insuffisant) ;
- **renforcer l'affectation des ressources dans les pays porteurs pour l'offre française** (exemple : ASEAN, Afrique, Amérique du Sud...).