

CONSEIL NATIONAL DE L'INDUSTRIE (CNI) INTERNATIONAL, COMPTE-RENDU REUNION PRESIDEE PAR AGNES PANNIER- RUNACHER, SECRETAIRE D'ETAT AUPRES DU MINISTRE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES DU 14 MAI 2019

1 - CONTEXTE

- 94 % des produits exportés sont des produits industriels.
- 453 milliards de produits en valeur ont été exportés en 2018, en hausse de 3,5 %.
- Le nombre d'exportateurs a augmenté en 2018 mais il reste insuffisant (125 000 entreprises)
 - Les exportations restent concentrées sur les grandes entreprises
 - Les entreprises industrielles françaises exportent trois fois moins que les allemandes et 2 fois moins que les italiennes.
- Les parts de marché françaises à l'export continuent à régresser.
Les raisons de ces résultats médiocres :
 - Sous-compétitivité industrielle
 - Déficit de stratégie collective et structurée des filières
 - Manque d'efficacité du dispositif de soutien
 - Déficit de compétences pour l'export.

2 – LES OBJECTIFS DU CNI

Ils sont au nombre de trois :

- Développer les stratégies « filières »
- Accroître le « produire en France »
- Augmenter l'internationalisation des PME.

Moyens mis en œuvre :

- Echange d'expériences
- Partage des bonnes pratiques « filières ».

3 – FOCUS SUR LES FILIERES

- Les filières contribuent de manière inégale au commerce extérieur.
Les plus gros contributeurs sont : l'aéronautique, la chimie, l'agroalimentaire.
Au sein d'une même filière, les contrastes sont importants. Dans l'alimentaire, les vins et spiritueux sont le secteur le plus exportateur.
- Les filières les plus accompagnées par Business France sont l'agroalimentaire, la santé, l'électronique. Ceci s'explique par le nombre important de salons organisés à l'étranger.

- Les filières les plus utilisatrices de VIE (Volontaire International en Entreprise) sont l'automobile, la santé, l'agroalimentaire (les entreprises sont de taille plus restreinte dans ces secteurs ; elles ont des difficultés à recruter et financer des VIE).
- Quelques bonnes pratiques :
 - Santé : projet diabète / Chine
 - Luxe et mode : faire découvrir les marques moins connues situées en dehors du secteur « luxe » / initiative collective vers les pays scandinaves
 - Alimentaire : exportation collaboratrice et mise en place de moyens partagés.

4 – MISE EN PLACE DE LA TEAM FRANCE EXPORT

La réforme annoncée en février 2018 sera finalisée fin 2019. Plusieurs strates :

- Ecole des champions
 - Cible : 70 000 exportateurs réguliers (PME de croissance et ETI)
 - Accélérateur de croissance mis en place
 - 1^{ère} promotion : avril 2019
 - 2^{ème} promotion : septembre 2019
 - En liaison avec Bpifrance.
- Coaching humain et de proximité
 - Cible : 62 000 exportateurs réguliers mais modestes
 - Démarche individuelle auprès des entreprises : analyse forces/faiblesses ; propositions d'actions internationales
 - 235 conseillers et chargés d'affaires et guichet unique dans les territoires.
- Oneteam
 - Base de données unifiée et CRM commun pour instaurer un suivi dynamique de la relation « entreprise »
 - Opérationnel depuis avril sur 4 régions pilotes.
- Plateforme des solutions
 - Objectif : donner envie d'exporter
 - Socle commun national :
 - o Success stories
 - o Outils d'autodiagnostic
 - o Solutions disponibles sur le marché (formations, ressources humaines, financement, etc.)
 - Déclinaison régionale forte :
 - o 13 régions + Outre-mer
 - 17 juin 2019 : lancement de la plateforme dans toutes les régions (2 régions couvertes à titre expérimental pour le moment : Normandie et Auvergne-Rhône-Alpes).
- A l'étranger
 - Création progressive d'un réseau public-privé
 - 64 pays couverts
 - Opérateur : Business France ou opérateurs privés gérés par Business France (concessions ou marchés publics).