

Madame La Présidente

un grand merci, j'ai été ravie de travailler avec Bruno Legrain

Chers collègues,

L'année 2019 a marqué une certaine embellie pour notre commerce extérieur. Entre 2018 et 2019, le solde a progressé de 3,9 Mds d'euros grâce à une augmentation des exportations. Le nombre d'exportateurs était également, au premier trimestre 2020, au plus haut depuis presque 20 ans, dépassant les 129 000 entreprises.

L'épidémie de coronavirus, est venue heurter de plein fouet cet élan. Le déficit commercial des biens, pour le premier semestre 2020, s'élève ainsi à -34 milliards d'euros, contre -29 milliards au premier semestre de l'année dernière. Pour l'année entière, le déficit de notre balance commerciale pour les biens devrait atteindre -79 milliards contre - 58,9 milliards l'année dernière.

Il y aurait bien sûr des nuances à faire selon les secteurs. Ceux qui sont les plus ouverts à l'international, et dont le poids est particulièrement important dans nos exportations, comme l'aéronautique et l'automobile, sont les plus touchés. Les industries agroalimentaire et pharmaceutique ont en

revanche relativement mieux résisté à la crise. Dans le domaine des services, le tourisme est particulièrement impacté. Cette contraction de notre commerce extérieur s'inscrit dans un contexte général de repli des échanges mondiaux.

Que peut-on augurer pour 2021 et les années suivantes ? Les économistes font preuve d'un timide optimisme. Le FMI table sur une croissance du PIB mondial de 5,2 % en 2021, et l'OMC anticipe une croissance des échanges mondiaux de 7,2 %. Le Rapport économique, social et financier prévoit, quant à lui, un rebond des exportations françaises de 12,6 %. Le Gouvernement anticipe pour sa part un déficit commercial sur les biens de -68 milliards d'euros en 2021. Il est bien évident que ces anticipations sont très aléatoires ; la reprise de la croissance et des échanges extérieurs dépendra en tout premier lieu de l'évolution de la crise sanitaire et des mesures prises par les autorités publiques dans les différentes régions du monde. Bien d'autres facteurs d'incertitude s'ajoutent à celui-ci : accord ou « no deal » avec le Royaume-Uni, évolution de la politique commerciale américaine dans les prochains mois, ou encore des tensions protectionnistes, à titre d'ex.

Dans ce contexte très mouvant, il me semble qu'on peut néanmoins repérer quelques tendances de fond. Il existe un mouvement vers une certaine régionalisation des échanges. Les aspirations des États européens à

retrouver une certaine souveraineté, au moins pour les produits les plus stratégiques, et à réduire leur dépendance vis-à-vis de pays comme la Chine, poussent à chercher des partenariats économiques avec des pays plus proches, en Europe orientale ou, comme je l'encourage, en Afrique. Ce raccourcissement des chaînes de valeur répond aussi à un souci écologique.

Dans les tendances de fond, je classe aussi certaines faiblesses structurelles qui handicapent le commerce extérieur de la France depuis des années : absence de véritable culture de l'export, maîtrise insuffisante des langues étrangères, nombre trop bas de cadres internationaux dans nos entreprises.

Plus grave encore, la désindustrialisation excessive de notre pays, car un pays comme la France ne saurait vendre que des services: nous devons impérativement poursuivre l'effort de réindustrialisation de notre pays entrepris depuis le début du quinquennat.

Je tiens par ailleurs à apporter non pas des réserves, mais des nuances, sur l'indicateur souvent mis en avant du nombre d'exportateurs à atteindre. Le Premier ministre Édouard Philippe avait fixé un objectif de 200 000 entreprises exportatrices en 2022. Or ce critère seul ne suffit pas, surtout vu le contexte actuel, s'il ne s'accompagne pas d'un objectif en termes de volume d'exportations, de chiffre d'affaires ou surtout d'investissement sur la durée de la démarche export de nos entrepreneurs. Les entreprises qui

feront le commerce extérieur de demain, ce ne sont pas les exportateurs occasionnels qui profitent d'une opportunité, mais celles qui s'implantent durablement sur les marchés étrangers. C'est pourquoi j'invite dans mon avis à réfléchir aux moyens d'apporter un soutien renforcé, comme on le fait déjà pour les entreprises dites du « French Tech 120 », aux TPE-PME qui se révèlent les plus prometteuses à l'export.

J'en viens à présent aux acteurs du soutien à l'export. Je crois les avoir presque tous auditionnés. Je citerai bien sûr en tout premier lieu le ministre délégué chargé du commerce extérieur. Nous avons en effet, depuis le dernier remaniement, un ministre spécifiquement en charge de ce domaine. C'est une excellente chose, qui était réclamée depuis longtemps. Il est simplement à regretter que cette désignation ne s'accompagne pas d'un regroupement des moyens budgétaires consacrés au commerce extérieur et à la diplomatie économique, toujours dispersés entre plusieurs missions et programmes budgétaires mis en œuvre par plusieurs administrations

Il y a ensuite, parmi les acteurs de l'export, les membres de ce qu'on appelle la « Team France Export », la « TFE », qui regroupe l'agence Business France, Bpifrance et les chambres de commerce et d'industrie, auxquelles sont associées les régions (dont vous savez que la compétence de développement économique a été considérablement renforcée par la loi NOTRe). Le rapprochement de ces acteurs a visé à la mise en place, dans

chaque région, d'un « guichet unique de l'export », qui était très attendu par les entreprises. En pratique, les entreprises n'ont plus à contacter trois ou quatre organismes différents mais bénéficient d'un seul interlocuteur, un « conseiller international ». J'attire l'attention sur la nécessité pour la TFE de suivre les entreprises dans la durée, le but encore une fois n'étant pas d'encourager des exportations ponctuelles mais une internationalisation durable. Parmi les acteurs « publics », je range aussi les conseillers du commerce extérieur de la France, qui sont utiles mais dont le rôle, à mon sens, doit être recentré sur l'aide aux TPE-PME.

À côté des acteurs de la « sphère publique », il y a les acteurs « privés » dont le rôle est tout aussi essentiel et qui doivent être, selon moi, être mieux associés à la politique de soutien à l'export. Je pense aux opérateurs spécialistes du commerce international – les OSCI – mais aussi aux chambres de commerce et d'industrie françaises à l'international – les CCIFI qui sont une vitrine essentielle de notre présence économique à l'étranger–. Nous devons impérativement encourager les acteurs publics et privés à conserver la cohésion qui les a rassemblés durant la période de confinement et qui a permis de conseiller avec efficacité le gouvernement dans la préparation de son plan de relance export.

Je pense aussi aux grandes entreprises elles-mêmes qui ont un rôle à jouer pour soutenir les petites et moyennes entreprises françaises. Les

entreprises allemandes ou italiennes sont réputées pour, selon l'expression consacrée, « chasser en meute » et s'appuyer les unes sur les autres, contrairement à leurs homologues français. J'avance dans mon avis plusieurs propositions pour essayer de renforcer cet esprit collaboratif.

Je pense enfin aux entrepreneurs français à l'étranger (EFE), qui sont bien souvent les ambassadeurs de nos produits et dont de nombreux emplois en France dépendent. J'avance là aussi des propositions pour les soutenir dans un contexte où ils sont fortement éprouvés.

Après de premières mesures mises en place dès le début de la crise, le Gouvernement a annoncé en septembre dernier un plan de relance global qui comporte un volet relatif à l'export d'un montant de 247 millions d'euros pour la période 2020-2022. Dans le présent projet de loi de finances pour 2021, ce sont, outre 52 millions d'euros destinés à financer des dépenses d'appel en garantie de l'État, plus de 100 millions d'euros qui sont prévus en autorisations d'engagement pour renforcer les moyens de Business France, de Bpifrance et du FASEP (le Fonds d'étude et d'Aide au Secteur Privé qui permet de financer des études de faisabilité en amont de projets d'investissement dans les pays en développement). Ces crédits, inscrits dans la mission budgétaire « Plan de relance », serviront notamment à financer un certain nombre d'outil de soutien. Je citerai par exemple le « chèque export », qui permet de prendre en charge jusqu'à 50 % d'une prestation

d'accompagnement à l'export, ou le chèque VIE destiné à subventionner des missions de VIE à hauteur de 5 000 euros, ou encore le renforcement de l'assurance prospection. Ces mesures sont positives, compte tenu notamment de leur impact sur la sécurisation de la trésorerie des entreprises concernées. Leur portée à moyen et long terme devra néanmoins être évaluée, compte tenu des incertitudes qui pèsent bien entendu par exemple sur la possibilité de réaliser des missions à l'étranger ou d'y envoyer des VIE.

Les crédits prévus dans la mission budgétaire « Plan de relance » viennent en complément de ceux inscrits notamment dans la mission « Économie ». On trouve dans celle-ci, outre la rémunération de Bpifrance d'un montant de 51,65 M€, la subvention pour charges de service public de Business France, qui s'élève à 87,62 millions d'euros dans le présent projet de loi de finances, contre 90,12 millions d'euros en 2020. Cette évolution est conforme aux engagements inscrits dans le COM de Business France pour la période 2018-2022. Je rappelle que Business France perçoit deux autres subventions, plus résiduelles, en provenance de deux autres missions budgétaires.

Avant de terminer, je dirai un mot du secteur sur lequel j'ai choisi de porter cette année un regard plus précis, celui du numérique. C'est un secteur dynamique.. et résolument tourné vers l'international C'est un secteur qui a montré une certaine résilience dans la crise. Il mérite d'être soutenu

pour au moins deux raisons. Tout d'abord, il y a un potentiel de croissance à l'export et beaucoup de marchés à saisir pour nos entreprises, par exemple dans le domaine de la cybersécurité. Ensuite, nos entreprises en général, et nos exportateurs en particulier, devront de plus en plus, dans le contexte actuel, recourir aux outils digitaux : vente en ligne, salons virtuels, e-vitrines, etc. Tous ces outils ont été cruciaux durant la période de confinement que nous avons connue cette année. des outils numériques très innovants sont actuellement mis en place par les acteurs publics en charge de l'appui à nos exportateurs. Je salue ces innovations qui démontrent toute l'utilité des outils numériques dans nos sociétés et notre économie. À nous de ne pas rater ce tournant de la « digitalisation » des entreprises, et spécialement des exportateurs.

Cela étant rappelé, je vous invite en conclusion à adopter les crédits du commerce extérieur et de la diplomatie économique sur la mission Économie, tels que je les ai rappelés plus haut.