



RÉUNION DES PRÉSIDENTS DES COMMISSIONS COMPÉTENTES EN MATIÈRE D'AGRICULTURE, DE DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL ET DE PME

Rome, le 27 octobre 2014

Sénat de la République

Session II - L'internationalisation des PME

L'élimination des barrières commerciales et la baisse progressive des coûts de communication, de transport et de logistique ont créé des conditions favorables qui ont permis aux petites et moyennes entreprises (PME) de se présenter sur les marchés internationaux. Le processus d'« internationalisation » afférent est considéré comme une stratégie nécessaire pour développer et accroître la compétitivité des PME elles-mêmes.

En Europe les exportations ont représenté un facteur important d'allègement des effets de la récente crise économique, tant et si bien qu'elles ont induit certains observateurs à affirmer que la demande extérieure a été la seule occasion de croissance pour l'économie. Dans le secteur agricole également, la baisse des consommations agroalimentaires au niveau national et la hausse des coûts de production et de la pression fiscale ont conduit les entreprises à s'ouvrir davantage vers les marchés étrangers.

Si initialement la nécessité de s'adresser à l'étranger était induite par la baisse du marché intérieur, à présent elle se présente de plus en plus – selon les experts du secteur – comme un ingrédient incontournable de survie.

La Commission européenne aussi, dans sa récente Communication « Pour une renaissance industrielle européenne » (COM(2014) 14), a affirmé que, à son avis, l'accès aux marchés des pays tiers restera un « élément clé pour la compétitivité de l'Europe ». Elle en a donc conclu que « les efforts visant à accroître l'internationalisation des PME constituent une priorité particulière ».

Dans cette optique, la Commission européenne a mis en œuvre de nombreuses actions consacrées aux petites et moyennes entreprises européennes. Rappelons, notamment, les initiatives visant à :

- 1) « créer des réseaux » entre les sujets européens ou avec des partenaires potentiels hors-UE (par exemple, le réseau Enterprise Europe Network ou les Missions pour la croissance);
- 2) prévoir des services de soutien, par exemple grâce aux Centres européens d'entreprise en Inde, en Chine, en Thaïlande, en Asie du Sud-Est;
- 3) informer sur la législation ou le milieu de l'entreprise dans les pays tiers, ainsi que sur les centres d'assistance DPI pour la Chine, l'ANASE et le Mercosur, le site www.understandingchina.eu;

- 4) développer le programme Cosme (Programme pour la compétitivité des entreprises et des PME 2014-2020), qui a affecté plus de 61 millions d'euros au soutien de l'internationalisation des PME.

L'affirmation des entreprises dans le domaine international dépend de l'avantage compétitif dont elles sont porteuses vis-à-vis de leurs concurrents. On obtient cet avantage – qu'il s'agisse de coûts, de différenciation, de focalisation ou autre – lorsque les activités stratégiquement importantes sont exercées de manière plus économique, plus efficace ou qualitativement supérieure par rapport à la concurrence.

Un instrument considéré comme fondamental pour comprendre la nature de l'avantage compétitif est le modèle de la chaîne de valorisation, qui désagrège les activités stratégiquement importantes pour comprendre l'évolution des coûts et les sources possibles de différenciation. Les différentes activités qui composent une chaîne de valorisation ne doivent pas nécessairement être exécutées par la même entreprise ou dans le même lieu : lorsqu'elles sont distribuées au-delà des frontières nationales on parle de « chaînes de valorisation mondiales ».

L'importance de l'avantage compétitif acquis a été affirmée par la Commission européenne dans la Communication « Pour une renaissance industrielle européenne » et confirmée par le rapport sur la structure industrielle de 2013, intitulé « Competing in global value chains » (février 2014).

Signalons que, au niveau de l'Union, une réflexion est en cours sur la possibilité d'étendre également aux produits non-agricoles l'appellation utilisée pour les produits agricoles et alimentaires d'origine géographique caractéristique. L'intention annoncée est de protéger des traditions et des habiletés productives particulières, qui maintiennent vif le savoir-faire traditionnel de certaines régions et qui se transmettent de génération en génération. À titre d'exemple la Commission européenne cite le marbre de Carrare ou le cristal de Bohême. On appréhende que, faute d'une protection adéquate, les produits afférents puissent disparaître, en nuisant à « un important élément du patrimoine historique, culturel et social de l'Europe ». Cette réflexion repose au sein d'une exigence plus générale de renforcement des protections pour les produits agricoles d'origine géographique caractéristique, par rapport à ce qui est prévu à ce jour dans le cadre des accords ADPIC. Rappelons à cet égard que, dans le secteur agricole, une part significative des produits portant l'appellation d'origine ou le label de qualité – biologique ou autre – sont mis sur le marché par des entreprises de moyennes ou de petites dimensions.

Pistes de réflexion

- Quelle est l'importance de l'internationalisation dans le processus souhaité de réindustrialisation de l'Europe? Et quelle est son importance pour les PME agricoles?
- Les initiatives existantes au soutien des petites et moyennes entreprises sont-elles utiles et suffisantes? Lesquelles juge-t-on plus efficaces et quelles améliorations peut-on envisager?
- Est-on d'accord sur l'importance des chaînes de valorisation et, si oui, comment estime-t-on pouvoir exploiter leur potentiel?
- Estime-t-on utile l'introduction d'une appellation géographique protégée pour les produits non-agricoles, également en tant qu'élément de défense du patrimoine historique et culturel européen? Estime-t-on nécessaire de renforcer les actions pour la défense des appellations agricoles à caractère géographique, ou des labels de qualité, dans le cadre des négociations bilatérales et multilatérales menées par l'Union européenne?