

## Voir plus loin, plus grand !

Dossier réalisé par Corinne Chesne

En 2012, le rapport sur le mécanisme d'alerte faisait état des risques de déséquilibre qui pèsent sur la France en raison de la perte des parts de marchés exportatrices, l'une des chutes les plus importantes de l'Union européenne. Une chute imputée à la spécialisation des produits, l'orientation géographique des exportations, la hausse des salaires nominaux et surtout la non-compétitivité liée à l'insuffisance de l'innovation. Face à ces constats, des mesures ont été mises en œuvre pour maîtriser les coûts salariaux et aider les entreprises exportatrices. Aujourd'hui, l'export est devenu une priorité du gouvernement, qui a pris un certain nombre de décisions : les régions deviennent les pilotes de l'exportation, un département international est créé à la nouvelle Banque Publique d'Investissement (BPI), des aides à l'export à long terme sont mises en place, un accompagnement personnalisé à l'international des ETI et PME est pris en charge par Ubifrance... Loin d'être une championne de l'export, l'Auvergne connaît pourtant une évolution constante de ses performances à ce niveau, reflétant le dynamisme de certaines filières et entreprises, ainsi qu'un bon positionnement en termes de spécificités et d'innovation. Conscients de l'enjeu de la réussite à l'export pour le territoire et son écosystème, les acteurs locaux ont élevé au rang de priorité l'investissement, l'innovation et la structuration à l'international.

L'ouverture économique de l'Auvergne est en marche...



ÉTAT  
DES LIEUXCONTEXTE  
NATIONAL

En 2012, les exportations françaises marquent à nouveau le pas (+ 3,2 % contre + 8,4 % en 2011), mais le nombre d'exportateurs est en hausse (+ 2,7 %) pour atteindre 119 000. Cette hausse s'explique surtout par un surcroît de petits exportateurs, qui plus est tournés vers les pays tiers. S'y ajoutent des sociétés étrangères qui exportent depuis la France de faibles montants. Les nouveaux exportateurs sont plus nombreux (+ 3 500 entreprises entrantes), 70 % étant des primo-exportateurs. En revanche, le nombre d'exportateurs sortants baisse à nouveau (- 2 171). Ces sortants ont souvent peu d'expérience à l'international et quittent le marché très vite. Selon les zones géographiques, les situations sont très contrastées : - 2,4 % pour le nombre d'exportateurs vers l'UE, + 4,7 % pour l'Asie, + 2,4 % pour l'Amérique. On remarque une forte hausse des exportateurs dans l'aéronautique, un repli dans la pharmacie et l'industrie agro-alimentaire (IAA), une forte baisse dans les produits agricoles mais une hausse pour les petites entreprises du secteur de l'automobile, malgré un recul général des exportations dans le domaine.



X Centre Spécialités Pharmaceutiques.

EN AUVERGNE  
UNE ÉVOLUTION EN DEMI-TEINTE

L'Auvergne évolue constamment dans ses performances à l'export, même si, en 2012, elle a reculé au 18<sup>e</sup> rang des 22 régions exportatrices françaises, après un 17<sup>e</sup> rang acquis en 2011. Et si le solde commercial continue de s'inscrire en excédent (+ 12,9 %), c'est plus grâce à une atonie des importations. Car les exportations, elles, sont loin de connaître une envolée (+ 1,8 %). Elles montrent même un dynamisme inférieur à la moyenne nationale (+ 3,1 %). Ce qui n'empêche pas la région de conserver sa part du gâteau (1,6 % des exportations nationales).

## ► Une région industrielle

**Les exportations auvergnates représentent 6,9 milliards d'euros** (contre 6,8 milliards en 2011). Structurellement, on constate un dynamisme de l'agriculture (4,3 % des exportations contre 3,8 % au niveau national) et une très belle performance de l'industrie dans de nombreux domaines, notamment au niveau des produits manufacturés divers (72 % des exportations contre 39,6 % pour la France).

## ► Le Puy-de-Dôme moteur de l'exportation

**L'Allier (1,45 milliards d'euros) et surtout le Puy-de-Dôme (4 milliards d'euros) affichent une évolution positive** avec pour l'Allier + 0,8 % et pour le Puy-de-Dôme + 7,8 %. À l'inverse, la Haute-Loire, avec 1,2 milliards d'euros, enregistre un repli de 8,2 %, après une année 2011 très performante (+ 40 %). Le Cantal, avec 215 millions d'euros, est en net recul (- 23,8 %). Des résultats qui pourraient s'expliquer par la disparition d'entreprises en difficulté dans des zones rurales à faible concentration industrielle.

## ► Des entreprises peu tournées vers l'export

Les entreprises locales sont loin d'être toutes exportatrices (4 616 ont été recensées). Et quand elles le sont, les flux sont souvent irréguliers. De plus, elles se positionnent souvent sur trois pays maximum et, pour la moitié d'entre elles, enregistrent des montants à l'export en deçà de 50 000 euros. Certes, des progrès sont constatés en termes de pérennisation de la présence à l'étranger, mais cette dernière n'est pas encore suffisante. En revanche, le taux de maintien des primo-exportateurs s'améliore d'année en année. Il était passé à 14,1 % en 2012, soit à un niveau supérieur à la moyenne nationale (12,9 %).



## ► L'UE, principal client

Les exportations auvergnates sont toujours tirées vers l'Union européenne (51,8 % des exportations), mais sa part continue à s'effriter (54,4 % en 2011) et atteint un niveau inférieur au national (59 %). En Europe, on constate un fléchissement des ventes vers les principaux clients, c'est-à-dire l'Allemagne (767 millions d'euros soit -1,84 %) et l'Italie (559 millions d'euros soit - 14,9 %), alors que les ventes vers l'Espagne se redressent. Le Royaume-Uni est en cinquième position. La part des exportations UE, quant à elle, est toujours en progression et bien plus élevée qu'au niveau national. Les ventes vers les États-Unis ont énormément progressé (+ 45 %), cette zone détenant la quatrième position. Celles vers les zones émergentes sont particulièrement soutenues. Une conséquence d'un marché en reprise et de la baisse de la parité euro-dollar. La deuxième zone d'exportation régionale est l'Asie (+ 14,1 %), notamment grâce au Japon

et à la Chine. Après un repli, les exportations vers l'Afrique ont connu une hausse de 6,4 % et représentent 13,2 % des exportations auvergnates, soit deux fois plus qu'au national.

◊ **Dans l'Allier, les exportations vers l'UE sont prépondérantes**, avec une présence marquée en Allemagne, en Espagne, en Italie. Un renforcement est constaté aux États-Unis, devenu le cinquième poste exportateur, au Brésil, en Russie, en Chine, en Corée du Sud.

◊ **Le Cantal exporte à 67,6 % dans l'UE** avec comme locomotive l'Italie. Les Philippines représentent à elles seules 16,6 % des flux. Suivent l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Espagne. Un renforcement est à noter sur les États-Unis, la Chine, la Pologne et l'Algérie.

◊ **En Haute-Loire, 52,3 % des exportations se réalisent vers l'UE**. On constate une présence marquée sur le Royaume-Uni et sur l'Asie, avec notamment le Japon et la Chine.

◊ **Le Puy-de-Dôme dépend de l'UE à 47,8 %**. Le département rayonne sur l'Afrique – notamment le Nigeria –, l'Amérique du Nord et l'Asie, surtout le Japon et la Chine.

**Cinq catégories de produits représentent à elles seules 78 % des exportations auvergnates** (voir les produits phare). Il s'agit des produits pharmaceutiques, des produits chimiques, du caoutchouc, des parfums et cosmétiques, ainsi que de la culture et de l'élevage. On remarque des hausses significatives dans la coutellerie, les tabacs, les aliments pour animaux. D'autres produits s'affichent à la baisse, tels les appareils de mesure et articles d'horlogerie, les produits sidérurgiques, les équipements automobiles, les éléments en métal pour la construction.

## DES FILIÈRES PORTEUSES

LES EXPORTATIONS DE L'ALLIER SONT PORTÉES PAR LES PARFUMS ET COSMÉTIQUES, SUIVIS PAR LES PRODUITS CHIMIQUES ET LES PRODUITS PHARMACEUTIQUES, PUIS LES APPAREILS DE MESURE ET ARTICLES D'HORLOGERIE, AINSI QUE LES PRODUITS SIDÉRURGIQUES. LES PRODUITS EN CAOUTCHOUC CONNAISSENT UNE FORTE HAUSSE. CELLES DE HAUTE-LOIRE SE CARACTÉRISENT PAR LA PRÉPONDÉRANCE DES PRODUITS CHIMIQUES ET MATIÈRES ÉQUIPEMENTS. ON CONSTATE UNE FORTE HAUSSE DES PRODUITS PHARMACEUTIQUES ET À L'INVERSE, UNE CHUTE DE L'HORLOGERIE, DE LA BIJOUTERIE ET DES INSTRUMENTS DE MUSIQUE. QUANT AUX EXPORTATIONS DU PUY-DE-DÔME, ELLES SONT À 35,6 % LE FAIT DES PRODUITS PHARMACEUTIQUES, SUIVI DES PRODUITS EN CAOUTCHOUC, DES PRODUITS CHIMIQUES ET MATIÈRES PLASTIQUES, PUIS DE LA COUTELLERIE.

## ► Un flux généré par les grandes entreprises

Parmi les 4 616 entreprises exportatrices, ce sont les 233 entreprises de plus de 250 salariés qui tirent globalement les exportations en générant 46 % des flux, les 25 grands groupes recensés y contribuant à hauteur de 14 %. Cette constatation est valable pour tous les départements, excepté le Cantal, dominé par des exportations de plus petites entreprises. Les 20 grands groupes du Puy-de-Dôme représentent à eux seuls 21,8 % des exportations du département.





# LES PRODUITS PHARE

## 1 LES PRODUITS PHARMACEUTIQUES

Identifiée comme l'une des filières d'avenir pour l'industrie française, la santé, dont l'industrie pharmaceutique fait partie, présente des atouts avant tout fondés sur des compétences historiques. La balance commerciale de l'industrie pharmaceutique reste performante, comparée aux autres pays européens et aux autres pays pharmaceutiques. Les flux export résultent d'une primatie sur plusieurs aires avec des sites de production assurant une part significative de la demande nationale (vaccins, insuline, héparine, médicaments dérivés du plasma). Les exportations sont focalisées vers l'Europe de l'Ouest et les États-Unis avec des marchés à croissance limitée. L'exportation vers les marchés émergents, compte tenu de l'accès aux soins, reste faible.

En Auvergne, les produits pharmaceutiques sont le premier poste d'exportation. Ils confirment leur primatie en 2012, après une année 2011 marquée par une sensible baisse. Ils représentent 1,6 milliard d'euros et 23,17 % de l'export. De nombreux pays sont concernés, dont en premier lieu l'Espagne, les États-Unis, l'Italie, le Japon, l'Allemagne, l'Autriche, la Russie, le Brésil, la Chine, Singapour, les Pays-Bas, le Venezuela, la Pologne, l'Égypte, le Royaume-Uni, le Mexique et la Turquie. En contrepartie, les achats à l'étranger sont toujours soutenus et représentent un tiers des importations de la région.



X Greentech ; Sanofi.

### ↑ En tête

#### Centre Spécialités Pharmaceutiques (63)

196° au national

■ Date de création : 1951

■ Activité : dépositaire pharmaceutique

■ CA : 10,5 millions d'euros, totalement à l'export

■ Pays : 100 pays en Afrique (201,6 millions d'euros), en Russie (1 70,1 millions d'euros), en Asie (52,8 millions d'euros), en Europe (12,9 millions d'euros), en Amérique du Nord (695 800 euros), en Océanie (139 540 euros), en Amérique du Sud (9 520 euros).

#### Laboratoires Théa (63)

1165° au national

■ Date de création : 1994

■ Activité : recherche, développement et commercialisation de produits en ophtalmologie

■ CA : 147,4 millions d'euros, dont 57,3 millions à l'export

■ Pays : structure commerciale et marketing en Italie, Espagne, Allemagne, Portugal, Pologne, Belgique, Pays-Bas, Suisse, Grande-Bretagne et Irlande ;

forces de vente en Algérie, Tunisie et Maroc ; distributeurs dans le reste du monde.

#### Probionov (15)

5 742° au national

■ Date de création : 1996

■ Activité : conception de solutions thérapeutiques à base de probiotiques, commercialisation de produits clé en main et de principes actifs à base de probiotiques

■ CA : 10 millions d'euros, dont 60 % à l'export

■ Pays : Amérique latine depuis 40 ans, Canada, États-Unis, Mexique, Chili, Pérou, Bolivie, Équateur, Paraguay,

Algérie, Tunisie, Maroc, Qatar, Afrique du Sud, Russie, Indonésie, Corée, Taiwan, Hong Kong et toute l'Europe, sauf la Grande-Bretagne.

#### Greentech (63)

6 525° au national

■ Date de création : 1992

■ Activité : Extraction végétale, R&D d'actifs novateurs et performants pour l'industrie cosmétique, nutraceutique et pharmaceutique

■ CA : 10 millions d'euros, dont 6 millions à l'export (80 % en direction des marques cosmétiques)

■ Pays : une trentaine (30 distributeurs et deux filiales : Greentech Us et Greentech GmbH en Allemagne), dont les États-Unis, l'Allemagne, puis l'Italie, le Canada et la Corée. À venir, l'Amérique du Sud, grâce à l'installation d'une nouvelle filiale.

## 2 LE CAOUTCHOUC

En France, la filière caoutchouc représente 7,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires, l'Auvergne étant la première région caoutchoutière nationale en termes de valeur et d'effectif. Sachant que la société Michelin figure dans le top 5 mondial des fabricants de pneumatiques européens avec Continental et Pirelli. En 2012, la France a exporté 45 millions de pneumatiques (3,3 milliards d'euros). L'industrie du caoutchouc est de plus en plus ouverte vers l'extérieur, 60 % de la production étant exportés. Les premiers partenaires commerciaux sont l'Europe et notamment l'Allemagne.

En Auvergne, on s'en doute, le caoutchouc occupe une grande place. Les produits caoutchoutiers auvergnats représentent 16,3 % des exportations françaises du secteur et 1,15 milliard d'euros. Une hausse de 9,76 % a été observée en 2012.



X Michelin ; Trelleborg Industrie (ci-dessus).



### ↑ En tête

#### Manufacture française des pneumatiques Michelin (63)

19° au national

■ Date de création : 1832

■ Activité : fabrication de pneumatiques

■ CA : 5,5 Milliards d'euros, dont 2,9 à l'export

■ Pays : le monde entier (69 sites de production dans 18 pays).

#### Transityre France (63)

81° au national

■ Date de création : 1992

■ Activité : filiale du groupe Michelin

■ CA : 1,6 milliards d'euros totalement à l'export

■ Pays : le monde entier.

#### Trelleborg Industrie (03)

178° au national

■ Date de création : 1993

■ Activité : Elaboration de solutions haute performance pour tuyaux industriels à basse et moyenne pression (industrie, chimie, pétrochimie, pharmacie, agroalimentaire, BTP et énergie), tuyaux à usage maritime et pétrolier, feuilles et tapis de sol en caoutchouc, joints d'expansion

■ CA : 130,5 millions d'euros, dont 87 millions à l'export

■ Pays : Europe, Afrique, Amérique du Sud, Chine-Asie-Australie, États-Unis et Moyen-Orient.

#### Interep (43)

2 863° au national

■ Date de création : 1994

■ Activité : fabrication et exportation de caoutchoucs cellulaires étanches à cellules fermées en blocs et en feuilles

■ CA : 16,3 millions d'euros, dont 14,5 millions à l'export

■ Pays : le monde entier

#### Société caoutchoutière de Montaigut (63)

8 067° au national

■ Date de création : 1985

■ Activité : fabrication de mélanges de caoutchoucs à destination industrielle et de granulés pour les sols intérieurs et extérieurs

■ CA : 12,1 millions d'euros, dont 3,2 millions à l'export

■ Pays : le monde entier.



## 3 LES PRODUITS CHIMIQUES, AZOTÉS, LES MATIÈRES PLASTIQUES ET LE CAOUTCHOUC SYNTHÉTIQUE

Avec 88,9 milliards d'euros de chiffre d'affaires, dont 55 milliards à l'export (62 %), l'industrie chimique est un acteur majeur de l'économie en France. Les exportations ont augmenté de 1,9 % en valeur par rapport à 2011. La chimie organique est le secteur prédominant. L'exportation s'est contractée vers l'Union européenne, une hausse soutenue est observée vers les États-Unis, tandis qu'un ralentissement apparaît dans les échanges avec le Japon. Les destinations à potentiel croissant sont l'Amérique Centrale et l'Amérique du Sud.

En Auvergne, les produits chimiques confirment leur excédent de 2011 avec 659 millions d'euros de chiffre d'affaires à l'export (11 % des exportations).



X Ci-dessus. Auriplast : bouteille de parfum Jimmy Choo et palette couture YSL. Ci-dessous. Britton Flexibles France.

### ↑ En tête

#### Société d'extrusion du polyéthylène A. Barbier (43)

1 083° au national

■ Date de création : 1960

■ Activité : production de films et de gaines par extrusion soufflage ou cast pour le secteur agricole, le bâtiment, l'industrie et la grande distribution.

■ CA : 172 millions d'euros

■ Pays : le monde entier.

#### Auriplast (43)

2 360° au national

■ Date de création : 1984

■ Activité : galvanoplastie, injection et assemblage technique, injection de parois épaisses (emballages et bouchons plastiques) pour les secteurs du maquillage, des soins et du parfum

■ CA : 75,4 millions d'euros, dont 34 millions à l'export

■ Pays : Europe occidentale, Amérique du Nord.

#### Britton Flexibles France (43)

2 366° au national

■ Date de création : 1956

■ Activité : Transformation des matières plastiques. Extrusion, impression flexo de film polyéthylène et de sacherie industrielle. Films rétractables et étirables ; gaines étirables ; films zippés complexage sac FSB enveloppe et sac housses rétractables imprimées, films, gaines plastiques pour emballages, sachets, enveloppes. Fardelage, suremballage.

■ CA : 84,6 millions d'euros, dont 25,7 millions à l'export

■ Pays : le monde entier.

#### CTL Packaging (03)

3 212° au national

■ Date de création : 1989

■ Activité : fabrication de tubes flexibles en plastique et laminé et de bouchons pour la cosmétique et la pharmacie

■ CA : 45,9 millions d'euros, dont 14 millions à l'export

■ Pays : l'Europe.

#### Ribeyron SAS (43)

3 226° au national

■ Date de création : 1955

■ Activité : fabrication de sacs industriels, coiffes, housses et films techniques

■ CA : 32,5 millions d'euros, dont 13,9 millions à l'export

■ Pays : l'Europe.



## 4 LES PARFUMS, COSMÉTIQUES ET PRODUITS D'ENTRETIEN

En France, les parfums et cosmétiques figurent parmi les premiers excédents commerciaux sectoriels. Les ventes ont augmenté à un rythme moins élevé qu'en 2011 (+ 2,2 % contre + 9,1 %), mais permettent de consolider l'excédent à 8,5 milliards d'euros. La filière se tourne vers l'Allemagne (14 %), le Royaume-Uni (9,8 %), l'Italie (7,6 %), l'Espagne (7,3 %), les États-Unis (6,8 %), la Belgique (5 %), la Russie (3,6 %), Singapour (3,4 %), la Suisse (3,2 %) et les Emirats Arabes Unis (2,4 %). En Auvergne, les ventes de parfums et cosmétiques à l'export affichent un fort dynamisme et restent bien orientées.



### ↑ En tête

#### Cosmétique Active International (03)

178° au national

■ Date de création : 1989

■ Activité : Cosmétique Active est une division du groupe L'Oréal qui regroupe les marques de soins dermo-cosmétiques Vichy, La Roche-Posay, Sanoflore, Roger & Gallet...

■ CA : 147,4 millions d'euros, dont 57,3 millions à l'export (pour toute la division Cosmétique Active)

■ Pays : Europe de l'Ouest, Amérique du Nord et Amérique du Sud (pour toute la division).

#### Cosmétique Active France (03)

12 944° au national

■ Date de création : 1982

• Cosmétique Active Production (03)

16 304° au national

■ Date de création : 1956

■ CA : 207,5 millions d'euros, dont 104 600 millions à l'export.

#### Naturveda (63)

22 714° au national

■ Date de création : 1998

■ Activité : développement de formules cosmétiques et de compléments alimentaires sur les bases de la médecine ayurvédique et des connaissances scientifiques actuelles

■ CA : 523 000 euros, dont 197 000 à l'export

■ Pays : Europe occidentale, Grèce et Japon.

#### Inter Beauté (63)

43 072° au national

■ Date de création : 1994

■ Activité : conception et production de nouvelles technologies pour les professionnels de l'esthétique, principalement en amincissement, volume du buste et rejuvenissement.

■ CA : 355 000 euros, dont 114 500 euros à l'export

■ Pays : le monde entier.

## 5 LA CULTURE ET L'ÉLEVAGE

Tous produits confondus, le solde du commerce extérieur de produits agricoles s'élève en France à 11,6 milliards d'euros en 2012, l'excédent des échanges en produits bruts s'élevant à 3,7 milliards d'euros. En recul, les exportations s'élèvent à 15,1 milliards d'euros. La baisse des volumes est marquée, notamment vers l'Algérie, le Maroc, la Tunisie, l'Italie et l'Allemagne. Les ventes de blé connaissent une chute de 32 %, la demande algérienne, très forte, ayant fortement décliné.

En Auvergne, la culture et l'élevage restent une filière phare au niveau de l'exportation, bien que celle-ci affiche une forte dégradation des échanges avec un taux de couverture à 170 %, du fait d'importations en forte croissance.

### En tête

• Charolais Auvergne Limousin Export (15)

836° au national

■ Date de création : 1987

■ Activité : exportation de bovins d'engraissement (animaux vivants)

■ CA : 76,3 millions d'euros, dont 76 millions d'euros à l'export

■ Pays : Espagne, Italie et Grèce.

• Limousin Charolais Acor (03)

1 137° au national

■ Date de création : 1986

■ Activité : commerce de bovins vivants

■ CA : 56,2 millions d'euros, dont 51 millions à l'export

■ Pays : Espagne, Grèce, Italie, Liban, Pologne et Russie.

• Limagrain Central Europe (63)

3 231° au national

■ Date de création : 2001

■ Activité : Commercialisation de semences de grandes cultures

■ CA : 59,4 millions d'euros, dont 58,7 millions à l'export

■ Pays : Bulgarie, République tchèque, Hongrie, Pologne, Roumanie et Slovaquie.

• Val'Limagne Coop (03)

3 505° au national

■ Date de création : 2009

■ Activité : commercialisation de céréales, notamment blé et maïs

■ CA : 60,6 millions d'euros, dont 9,5 millions à l'export

■ Pays : le monde entier.



**LE TOP  
30****PALMARÈS RÉGIONAL DE L'EXPORTATION**

• Source : Douanes (classement selon l'importance du flux en valeur, statistiques élaborées en fonction du département de départ de marchandises, sociétés étrangères non-présentes) + societe.com (chiffres d'affaires 2011, sauf exception)

Entreprise	Activité	Localisation	CA en euros	dont export
<b>1 MANUFACTURE FRANÇAISE DES PNEUMATIQUES MICHELIN</b>	Pneumatiques	Clermont-Ferrand	5,5 milliards	<b>2,9 milliards</b>
<b>2 TRANSITYRE FRANCE</b> d'équipements automobiles	Commerce de gros	Clermont-Ferrand	1,6 milliards	<b>totalment</b>
<b>3 COSMÉTIQUE ACTIVE INTERNATIONAL</b>	Parfumerie et produits de beauté	Vichy	147,4 millions	<b>57,3 millions</b>
<b>4 CENTRE SPÉCIALITÉS PHARMACEUTIQUES</b>	Dépositaire pharmaceutique	Cournon-d'Auvergne	449 millions (2010)	nc
<b>5 TRELLEBORG INDUSTRIE</b>	Tuyaux, feuilles et tapis de sol en caoutchouc	Clermont-Ferrand	134,6 millions	<b>110,4 millions</b>
<b>6 CHAROLAIS AUVERGNE LIMOUSIN EXPORT</b>	Commerce de gros d'animaux vivants	Aurillac	76,3 millions	<b>76 millions</b>
<b>7 MICHELIN AIRCRAFT TYRE</b>		Clermont-Ferrand	65,5 millions	<b>53,6 millions</b>
<b>8 SOCIÉTÉ D'EXTRUSION DU POLYÉTHYLÈNE A.BARBIER</b>	Plaques, feuilles, tubes, profilés en plastique	Sainte-Sigolène	172 millions	nc
<b>9 CHAROLAIS ACOR</b>	Commerce d'animaux vivants	Villefranche-d'Allier	56,2 millions	<b>51 millions</b>
<b>10 LABORATOIRES THÉA</b>	Produits ophtalmologiques	Clermont-Ferrand	147,4 millions	<b>57,3 millions</b>
<b>11 OMERIN</b>	Fils, câbles et gaines électriques	Ambert	7,3 millions	<b>1,2 millions</b>
<b>12 LIMAGRAIN CÉRÉALES INGRÉDIENTS</b>		Saint-Ignat	79,3 millions (2012)	<b>43,5 millions</b>
<b>13 ATELIERS MÉCANIQUES INDUSTRIE SPÉCIALISÉE</b>	Outils de précision, outillage et machines	Montluçon	67,5 millions	<b>37,1 millions</b>
<b>14 PRECIFORGE</b>	Forge à chaud et à froid	Thiers	34,4 millions	<b>30,9 millions</b>
<b>15 WATTS ELECTRONICS</b>	Produits électroniques	Rosières	26,4 millions (2010)	<b>17,3 millions</b>
<b>16 PRAXICENTRE</b>	Récupération, traitement, valorisation, et négoce de ferrailles et métaux	Issoire	55,9 millions	<b>21 millions</b>
<b>17 AURIPLAST</b>	Galvanoplastie, injection et assemblage technique, injection de parois épaisses,	Aurillac	75,4 millions	<b>34 millions</b>
<b>18 BRITTON FLEXIBLES FRANCE</b>	Transformation des matières plastiques	Monfaucon-en-Velay	64,6 millions	<b>25,7 millions</b>
<b>19 QUANTEL MEDICAL</b>	Matériel médicochirurgical et dentaire	Cournon-d'Auvergne	23,4 millions	<b>19 millions</b>
<b>20 MS</b>	Machines pour l'extraction ou la construction,	Veyre-Monton	24,3 millions	<b>17,9 millions</b>
<b>21 DIETAL</b>	Appareils d'éclairage électrique	Saint-Georges-de-Mons	37,7 millions	<b>18,7 millions</b>
<b>22 INTEREP</b>	Caoutchoucs cellulaires étanches en feuilles et en blocs,	Aurec-sur-Loire	16,3 millions (2010)	<b>14,5 millions</b>
<b>23 LUXFER GAS CYLINDERS</b>	Réservoirs, citernes et conteneurs mécaniques	Gerzat	21,9 millions	<b>16 millions</b>
<b>24 AUTOMOBILES LIGIER</b>		Abrest	39,2 millions	<b>14,6 millions</b>
<b>25 CTL PACKAGING</b>	Tubes flexibles en plastique et laminé et de bouchons	Charmeil	45,9 millions	<b>14 millions</b>
<b>26 RIBEYRON</b>	Sacs industriels, coiffes, housses et films techniques,	Sainte-Sigolène	32,5 millions	<b>3,9 millions</b>
<b>27 LIMAGRAIN CENTRAL EUROPE</b>	Commercialisation de semences de grandes cultures,	Saint-Beauzire	59,4 millions	<b>58,7 millions</b>
<b>28 LEYGATECH</b>	Plaques, feuilles, tubes et profilés en matière plastique	Saint-Romain-Lachalm	47,7 millions	<b>12,8 millions</b>
<b>29 WAVIN FRANCE</b>	Plaques, feuilles, tubes et profilés en matière plastique,	Varennes-sur-Allier	28,7 millions	<b>18,9 millions</b>
<b>30 SETFORGE GAUVIN SOCIÉTÉ NOUVELLE</b>	Forge, estampage et métallurgie	La Monnerie-le-Montel	17,5 millions	<b>9,8 millions</b>



## UN RÔLE MAJEUR

En novembre 2012, le gouvernement et les régions prenaient deux engagements : faire augmenter de 10 000 le nombre de PME et ETI exportatrices en trois ans et œuvrer à l'accroissement du chiffre d'affaires export des entreprises déjà présentes à l'international ; installer l'export dans la durée avec l'adoption d'un Plan régional d'internationalisation des entreprises (PRIE). Presque une année plus tard, le PRIE se met peu à peu en place en Auvergne. Retour sur les actions présentes et à venir en compagnie d'Hamid Berkani, vice-président chargé du développement économique et de l'emploi.



X Hamid Berkani, vice-président du Conseil Régional, chargé du développement économique et de l'emploi.

travers ce dispositif, le volet international a été développé en direction des sociétés en phase de structuration de leur développement à l'export. Des opérations collectives sont également financées, avec comme dessein de sensibiliser à un enjeu, puis de mettre en place une stratégie. La structuration en fonds propres est également un volet important dévolu au Conseil régional, qui a développé des outils de capital-risque et en préfinancement, mis sur pied notamment avec la Coface et SOFIMAC.

### Une présence forte à l'international

En 2011, un guichet unique – le premier en France – a été créé en collaboration avec la CCI (porte d'entrée), l'ARDE, BPI France, Ubifrance, Coface, le Comité Auvergne des Conseillers du Commerce Extérieur de la France. Un numéro unique (0811.90.22.22) permet d'accéder à toutes les informations relatives à l'international. « Ce guichet

Depuis plusieurs années, la Région Auvergne a mis en place une nouvelle stratégie en direction des entreprises, notamment axée sur l'international. « Notre rôle en tant que Conseil régional est d'animer et de fédérer sur des thèmes et des priorités lisibles qui sont le financement des entreprises, l'innovation et l'international. C'est un travail collectif que nous réalisons avec tous les acteurs, avec, derrière tout ça, une réelle volonté d'agir. La question de l'export est devenue une priorité et nous avons là un rôle majeur à jouer, ce à plusieurs niveaux. » En effet, la Région intervient au niveau du financement des entreprises, via notamment le Fonds d'investissement Auvergne durable (FIAD) qui permet à toutes les entreprises de bénéficier de subventions axées sur l'emploi, d'aides directes sur l'investissement immatériel, de prêts à taux zéro, ainsi que d'un bouquet de services adapté selon les besoins. À



En 2011, un guichet unique – le premier en France – a été créé en collaboration avec la CCI (porte d'entrée), l'ARDE, BPI France, Ubifrance, Coface, le Comité Auvergne des Conseillers du Commerce Extérieur de la France.

unique est avant tout un projet global où chacun a sa place, selon ses compétences. Et c'est important, ce travail d'équipe débouche sur des réalisations concrètes, dont l'édition d'un guide de l'export et l'organisation des Rencontres internationales, précise Hamid Berkani. Par la suite Nicole Bricq nous a incité à franchir une étape plus stratégique avec le PRIE. Nous avons alors décidé de nous fixer un cap. » Un constat chiffré a permis de faire le point sur l'export et de se poser les bonnes questions par rapport au rôle à jouer en tant que partenaire de l'entreprise à l'international. Les acteurs ont validé une réelle stratégie régionale d'accompagnement à l'international : les entreprises ont été identifiées selon quatre typologies ; de même, les pays ont été ciblés. « Selon notre projet, chaque acteur a son rôle à jouer, mais nous restons complémentaires. La Région va probablement axer ses actions sur les actifs débutants à l'export, par le biais d'actions plutôt individuelles, type FIAD. Nous accompagnons des actions avec France Business School (FBS) en direction des entreprises, et nous réfléchissons à une nouvelle structuration du VIE. » Pour l'heure, le dispositif, validé au mois de juillet, est en passe d'être mis en place. ☺

### ► Le rôle de la Région

Selon Nicole Bricq, « la Région est le meilleur échelon pour organiser ce dispositif d'appui au développement international des entreprises, en lien avec les autres opérateurs et la BPI en région. Le projet de loi de mobilisation des régions pour la croissance et l'emploi et de promotion de l'égalité des territoires confirme ce rôle de pilote en complétant le schéma régional de développement économique par un volet relatif à l'internationalisation des entreprises » (mai 2013).



## PLAN EXPORT Les priorités nationales

Dans l'objectif de résorber en 2017 le déficit des échanges extérieurs, diverses mesures ont été décidées :

- ◆ Attribution aux Régions du pilotage de l'exportation dans leur territoire, dans le cadre de la Loi de décentralisation 2013
- ◆ Introduction au sein de la nouvelle BPI, d'un département « international » capable de remettre à niveau les financements export des entreprises
- ◆ Encouragement des exportations sur la base du couplage « offre française-demande des pays clients », en mixant 47 pays prioritaires avec quatre filières prioritaires. Ces filières sont ainsi définies :

- « Mieux se nourrir » : qualité et diversité des produits, sécurité et traçabilité alimentaire, diététique, mais aussi équipements agricoles ou destinés à l'industrie agroalimentaire
- « Mieux se soigner » : pharmacie, dispositifs et équipements médicaux, parapharmacie et cosmétique, services de santé
- « Mieux communiquer » : logiciels, numérique embarqué, composants et produits électroniques à haute valeur ajoutée, sécurité, e-services
- « Mieux vivre en ville » : ingénierie urbaine, architecture, construction et efficacité énergétique, matériels et services environnementaux, transports urbains

- ◆ Orientation des aides export dans un processus d'appuis à long terme (et non plus seulement ponctuels). Un accompagnement personnalisé à l'international de 1 000 ETI (entreprises de taille intermédiaire) et PME performantes sera mis en place par l'agence Ubifrance
- ◆ Actions diverses : promotion des VIE, du portage, implication des pôles de compétitivité, mobilisation de l'AFII pour valoriser les investissements étrangers en France, etc.



## AGENCE RÉGIONALE DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE (ARDE)

# UN PHARE À L'EXPORT

Active auprès des entreprises et intervenant pour leur développement à l'international sur plusieurs aspects, l'Agence régionale de développement économique (ARDE) multiplie les actions diversifiées pour s'adapter à la demande des entreprises et leur procurer les conditions de leur croissance. Rencontre avec Cécile Cubizolle, responsable du pôle export.

**X** Cécile Cubizolle, responsable du pôle export à l'ARDE.



**S**ensibilisation, conseils et expertises, accompagnement, structuration RH sont les points sur lesquels l'Agence régionale de développement économique (ARDE) intervient pour ouvrir les entreprises régionales à l'international. Chaque année, quelque 150 entreprises ont recours à l'agence, une cinquantaine étant suivies tout au long du parcours. Les entreprises qui veulent démarrer leur activité à l'exportation bénéficient de conseils, en relation avec la CCI International, porte d'entrée incontournable. « Nous effectuons un travail de fond qui consiste à trouver de nouvelles entreprises ayant des besoins et qui peuvent bénéficier de nos services et à aider les autres à se professionnaliser, à se structurer selon leur niveau », explique Cécile Cubizolle. Ce travail est rendu possible grâce au réseau des partenaires régionaux, et celui présent à l'étranger. « Ces deux interfaces sont primordiales. On peut donner le premier vernis, après quoi on s'appuie sur ceux qui ont l'expertise sur le terrain. » L'ARDE propose ainsi les premiers conseils, les premières orientations de marchés, avec un aiguillage vers les compétences, les outils et les financements du réseau Auvergne International. L'accompagnement, quant à lui, se réalise sur des salons internationaux en France et à l'étranger, des conventions d'affaire d'envergure, des rencontres acheteurs...



L'ARDE propose les premiers conseils, les premières orientations de marchés, avec un aiguillage vers les compétences, les outils et les financements du réseau Auvergne International.

### Des actions ciblées

En 2012, l'ARDE était présente sur des salons au Maroc, en Allemagne et aux États-Unis ; sur une mission Inde (à Chennai, ex-Madras), des missions bois au Canada, une mission Biotech aux États-Unis et au Canada, une mission aéronautique en Grande-Bretagne. Un bureau de coopération a été mis en place au Liaoning, des VIE (lire encadré) ayant été envoyés à Montréal, Mexico et Londres. Renforcée dernièrement, l'une des actions emblématiques s'est faite en faveur de l'aéronautique, suivie avec Ubifrance depuis cinq ans et qui devrait être déclinée sur d'autres secteurs, au regard de ses bons résultats. « Il faut savoir, et ce n'est pas toujours su, qu'aller à l'international à moyen et long terme engendre des investissements lourds. Il faut être solide financièrement, car les résultats ne sont pas immédiats, il faut avoir les compétences, il faut avoir une offre compétitive. Tout cela nécessite d'être bien informé et de mettre en place une stratégie. Ceci est valable aussi pour les entreprises qui font de l'innovation et partent tout de suite à l'international. Par exemple, les sensibiliser sur les marques, les brevets ou la propriété intellectuelle est très important. L'ouverture à l'international se prépare ! En France, nous ne sommes pas des exportateurs nés et encore moins en Auvergne ! »

→ [www.auvergne-business.fr](http://www.auvergne-business.fr)

### Le VIE L'EXCEPTION AUVERGNATE



Unique en France, la formule Volontaire International en Entreprise (VIE) à temps et coûts partagés existe depuis 1988. Deux cent

soixante-dix entreprises ont pu en bénéficier pour prospecter à l'étranger, 90 % s'estimant satisfaite de ce soutien régional adapté. Il s'agit de confier à une personne de moins de 28 ans une mission commerciale à l'étranger pour le compte de deux à trois entreprises et pour une période de 6 à 24 mois. En tant qu'organisme fédérateur, l'ARDE détecte les entreprises pouvant intégrer le projet, se charge du recrutement avec l'entreprise, aide à la définition du cahier des charges, s'occupe de l'hébergement et de l'encadrement de la personne recrutée et s'occupe de toutes les démarches administratives et comptables. Sachant que 60 % du coût global (comprenant une indemnité d'entretien, les frais de gestion et de protection sociale, les frais de domiciliation, les frais de voyage, les frais de démarches administratives, les frais de logement) est pris en charge. Avant de partir, le VIE effectue une formation dans les entreprises qui l'engagent ; une fois en poste, il est suivi par l'agence. Une formule clé en main qui a fait ses preuves en termes de dopage du chiffre d'affaires à l'export.



CCI INTERNATIONAL

# DU SUR-MESURE POUR LES ENTREPRISES !

La CCI Auvergne International accompagne les entreprises dans toutes les étapes de leur développement à l'international, s'appuyant sur la compétence d'experts signataires du guichet unique. À sa tête figure Laurence Roquetanière.



X Laurence Roquetanière, responsable du service CCI international.

Les compétences de la CCI International, réelles et larges, sont détenues par dix personnes expertes multiculturelles disséminées sur toute l'Auvergne, en plus de 107 conseillers de terrain généralistes.

### Pour une intégration réelle dans l'international

En 2012, la CCI International a conseillé et accompagné 544 entreprises, ce qui a donné lieu à 1 281 prestations, le taux de fidélisation étant de 47 %. « Nous avons réalisé une étude d'impact sur l'accompagnement 2008-2011 qui a eu un très bon accueil auprès des entreprises, ajoute Laurence Roquetanière. Il faut bien savoir qu'une politique de filière ne peut être mise en place sur la région qui ne dispose pas de masse critique au niveau de l'export. Nous visons le

La CCI Auvergne International dispose de nombreuses ressources pour l'accompagnement des entreprises :

- Informations sur l'environnement réglementaire, les techniques de commerce international ; rendez-vous experts pays individuels (16 en 2012), études de marché ; réunions thématiques ; manifestations diverses ; réunions d'aides financières ; club de l'international

- Organisation et préparation du développement par des pré-diagnostic, des aides au financement, un suivi post-prestation à l'étranger, des conseils juridiques, des conseils à l'internationalisation

- Programme sur la mobilisation des RH comprenant une qualification des besoins, une mise à disposition de stagiaires, un accompagnement sur le VIE, des formations au commerce international et en langues, l'accompagnement de la création et le développement de groupements

- Accompagnement du développement par le biais d'études de marché, de missions de prospection sur mesure, de missions sur les salons internationaux, de conventions d'affaires sectorielles ou multisectorielles, de solutions à l'implantation à l'étranger en collaboration avec les réseaux. « Nous intervenons à différents niveaux, de la sensibilisation à la prestation à l'étranger en passant par l'accompagnement du développement », résume Laurence Roquetanière. Elle et son équipe se chargent de « détecter les besoins et de faire les aiguilleurs du ciel. Il s'agit également d'aller au-delà de l'action au niveau régional. Nous ne sommes pas seulement des acteurs de proximité ».

Réelles et larges, les compétences de la CCI International sont détenues par dix personnes expertes multiculturelles disséminées sur toute l'Auvergne, en plus de 107 conseillers de terrain généralistes.

*multisectoriel.* » Plusieurs actions vont dans ce sens, dont deux programmes : l'un très récent, l'autre à venir. Un programme-pilote innovant d'aide sur les appels d'offres internationaux avec le soutien de la Direccte Auvergne et du Conseil régional. Ouvert à une trentaine de PME et PMI, il comprend trois sessions jusqu'en 2015. Son objectif est de permettre aux entreprises de s'ouvrir aux opportunités offertes par les appels d'offre internationaux. Par ailleurs, le dispositif RH va être accentué avec un schéma sectoriel sur trois ans. « Les entreprises qui fonctionnent à l'export sont soit des start-up, soit des entreprises plus traditionnelles dès lors qu'elles ont une personne dédiée, à moins qu'elles soient particulièrement innovantes », précise Laurence Roquetanière. L'intégration réelle dans l'international se fait par la mise en place de moyens, notamment humains. Des réalités encore loin d'être intégrées par toutes les entreprises et que la CCI International compte bien promouvoir. « Il y a une réelle volonté de la région et de ses acteurs pour faire plus au niveau international. Le rôle Région va être d'autant plus important avec la nouvelle configuration voulue par le gouvernement. Il faut qu'on aille plus loin ! »

→ [www.auvergne.cci.fr](http://www.auvergne.cci.fr)

### ➤ Élargir le champ d'action(s)

La CCI Région Auvergne et la CCI Paris-Île-de-France ont signé une convention de collaboration le 31 mai. L'objectif est de performer l'accompagnement international des entreprises par le biais d'un enrichissement de la palette des services proposés par Auvergne International :

- Un accès privilégié à la base de données réglementaires [lexportateur.com](http://lexportateur.com) proposant des informations pratiques pour exporter dans 175 pays et des analyses de l'environnement international
- Un traitement des demandes techniques réglementaires et juridiques
- La participation aux réceptions de personnalité, séminaires, ateliers, réunions organisées par la CCI Paris-Île-de-France ; le déplacement d'experts en Auvergne
- La participation aux missions et salons à l'étranger organisés par la CCI Paris-Île-de-France
- La participation à des actions communes : missions pour le compte de groupements d'entreprises et de clusters, salons internationaux, missions dans les pays
- Un accès privilégié aux formations sur l'international proposées par la CCI Paris-Île-de-France.



## RÉSULTAT D'ENQUÊTE

Tous les deux ans, l'Observatoire régional de l'international réalise une enquête globale destinée à identifier les comportements des entreprises à l'international et leur évolution, déterminer leurs besoins et adapter la stratégie et les actions de la CCI internationale en fonction. L'enquête 2012 révèle que :

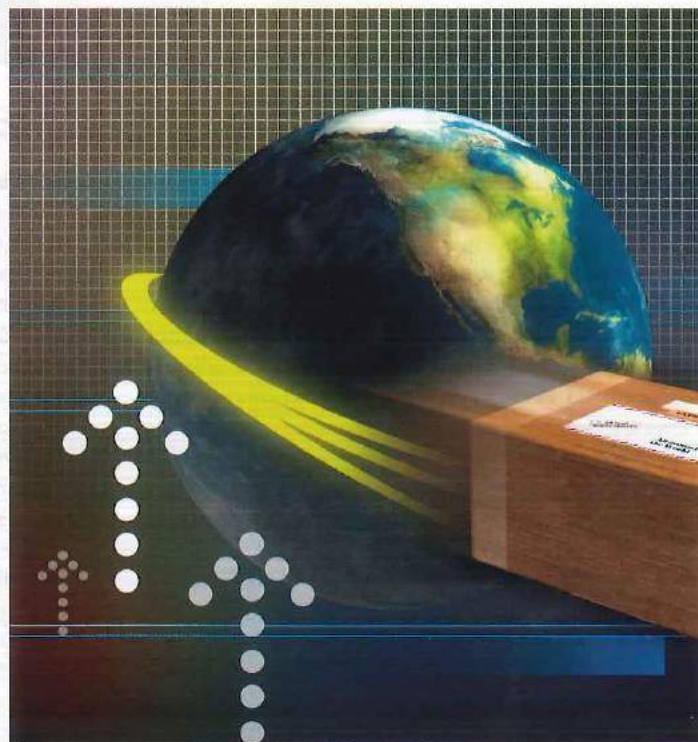
- 83 % des entreprises ont une activité export, seule (28 %) ou couplée à une activité à l'import (38 %), l'export lié à une implantation à l'étranger étant rare (4%)
- Les activités à l'international concernent cinq marchés développés récemment : agroalimentaire, pharmacie-santé, automobile, arts de la table et médical
- 38 % des exportateurs sont dits « passifs » (petites entreprises ayant un chiffre d'affaires export représentant 11 à 50 % du chiffre d'affaires global) ; 34 % sont dits « actifs » (moyennes et grandes entreprises ayant un CAE inférieur à 10 % du CAG ou compris entre 11 et 50 % ou encore toute entreprise ayant un CAE de plus de 50 %) ; 28 % sont dits « confirmés » (entreprises ayant un CAE supérieur à 10 %). Plus une entreprise est importante en taille, plus son activité à l'export est active, les entreprises exportatrices comptant en moyenne 53 salariés
- Les résultats en termes de CAE sont à la hauteur des investissements réalisés : 59 % des confirmés ont connu une hausse de leur CAE annuel qui pour 42 % d'entre elles représente 42 % de leur CA ; les actifs, et surtout les passifs, ont moins de résultats en termes de chiffre d'affaires (la moitié des passifs a un CAE de moins de 6 %)
- 60 % des entreprises exportatrices commercent avec l'Europe, le grand export étant le fait des confirmés à 42 % ; des actifs à 35 % ; des passifs à 30 %. L'exportation vers les BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud) concerne les confirmés en priorité
- Les exportateurs sont totalement innovants pour 71 % d'entre eux, 55 % sont dynamiques en renouvellement de leur offre, 48 % sont innovants sur le plan technologique, 26 % disposent d'un portefeuille de brevets. La proportion d'innovation et le contenu technologique augmentent avec le degré d'implication à l'international
- Pour 59 % d'entre eux, les exportateurs ont besoin d'appuis en termes d'information, le moindre de leur souci étant les appuis en termes de ressources humaines. Être informés des marchés est ce qui les préoccupe le plus, surtout s'ils sont actifs. Leurs besoins en termes de conseil concernent les rendez-vous spécialisés et individuels
- Les exportateurs souhaitent aller prospecter des marchés au Brésil, en Russie et en Chine (exceptés les passifs). Les confirmés veulent aussi se tourner vers l'Inde.



## BANQUE PUBLIQUE D'INVESTISSEMENT (BPI) FRANCE

« POUR FAIRE  
MIEUX  
QU'HIER »

Lancée le 21 février et inaugurée le 2 septembre en Auvergne, la BPI France offre un effet de levier indispensable pour le renouvellement et la croissance du tissu d'entreprises sur l'ensemble du territoire, avec l'appui des Régions. Dans le cadre de cette création ont été lancés de nouveaux programmes à l'international, dont le label BPI France Export. Explications avec Christian Quéré, directeur d'Auvergne BPI France.



La Banque Publique d'Investissement regroupe Oséo, le FSI et CDC Entreprises, chaque région étant dotée d'un guichet unique regroupant le financement, l'investissement et l'accompagnement de l'exportation avec Ubifrance et la Coface. Les Régions ont avant tout un rôle d'assembleur de tous les services proposés en entreprises. La volonté de BPI France est de servir le client de manière simple, rapide, pragmatique, avec des effets de levier. « Pour faire mieux, affirme Christian Quéré passé de la direction régionale d'Oséo à celle d'Auvergne BPI France. À l'appui d'un rapprochement entre les différentes entités, des fonds très importants vont être mis en place pour soutenir nos missions actuelles et nos nouvelles missions, au quotidien et à l'international. » L'export est chez BPI France un thème transversal s'appliquant à tout, et diverses solutions proposées par l'établissement vont dans ce sens. À commencer par un dispositif de garantie pour les crédits de trésorerie, désormais cautionnée jusqu'à 70 % et sur du moyen ou

du long terme, ce qui « permet d'inciter les banques à donner plus de pouvoir de trésorerie à l'entreprise qui connaît une inflexion d'activités et qui a des besoins supplémentaires ». Le préfinancement du Crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE), quant à lui, a été mis en place sur la demande de l'État pour que l'entreprise puisse bénéficier de ce crédit dès sa demande et non en 2014, date effective de lancement du dispositif. « Ce produit est une avance sur trésorerie pouvant être réalisée de manière très rapide et à laquelle toute entreprise a droit. Il va également aider à l'exportation », précise Christian Quéré. Le préfinancement du crédit impôt recherche (CIR) va également dans le sens d'une aide à l'exportation, « innovation et exportation allant de pair aujourd'hui ». Tout juste mis en place, ce produit phare est proposé aux entreprises en phase de recherche et développement, car destiné à aider à financer la recherche en temps réel. Il prend la forme d'un octroi de trésorerie à hauteur de 80 %.

#### ► Les nouveaux instruments financiers en bref

- Un dispositif de garantie publique pour les crédits de trésorerie (500 millions d'euros). La BPI garantie désormais à hauteur de 50 à 70 % les crédits bancaires des PME d'une durée de 2 à 7 ans
- Le préfinancement du crédit d'impôt de recherche (CIR) sous forme d'une avance sur crédit sans obligation d'avoir déjà engagé des dépenses
- La mise en place de prêts à l'innovation (PPI) de 30 000 à 1,5 million d'euros sur 7 ans sans prise de garantie sur le patrimoine
- Le préfinancement du Crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE), sous forme d'une avance de 85 % calculée sur 4% de la masse salariale entre 1 et 2,5 Smic
- La mise en place d'un fonds d'investissements affectés aux PME-ETI exportatrices (150 millions d'euros).



## L'EXPORT selon Christian Quéré

« Quand on regarde les chiffres, il est clair que ce sont les entreprises qui exportent qui continuent à croître (+ 2,4 %), alors que celles qui n'exportent pas connaissent une baisse de leur activité (-2,6 %). De même, ce sont les entreprises exportatrices qui emploient le plus (+ 2 %), les non-exportatrices voyant leur embauche baisser (- 6 %). On retrouve ces mêmes constats au niveau de l'investissement (maintien pour les unes, -18 % pour les autres) et de l'innovation (- 8 % et - 19 %). Innover est aujourd'hui fondamental. Les entreprises voient que l'hexagone ne suffit plus, qu'aller à l'international est la seule voie de secours. À partir du moment où une entreprise aujourd'hui conçoit un produit, un service, c'est en vue de l'exporter. Pour preuve, la R & D se fait en France, nous avons la recherche la plus importante au monde. La seule différenciation que l'on peut avoir est l'innovation. Quelque chose d'innovant n'a pas de prix. Aujourd'hui, des perles technologiques sont présentes en France et notamment en Auvergne. À nous de les détecter. Nous avons notamment les SATT, Innovergne et bientôt le PRIE. Il faut arrêter de travailler chacun de notre côté. On est avant tout au service de l'entreprise et la mutualisation ne peut qu'être bénéfique. Et, cela, nous en avons tous conscience. Nous allons essayer d'agir de manière consensuelle et surtout collégiale sous l'égide de la stratégie de la Région. BPI France est un nouveau nom, mais surtout une nouvelle façon de travailler. Nous collaborons déjà avec tous les acteurs, notamment sur le pan innovation et nous allons faire en sorte de dupliquer la formule avec l'international. »

#### Un arsenal de moyens

Autre nouveauté, initiée avec la création de la BPI, le prêt pour l'Innovation (PPI) a pour objectif de financer le « no man's land » existant entre d'un côté l'entreprise qui innove, qui exporte et qui a trouvé des financements auprès de différents organismes, de l'autre l'entreprise mature qui produit, exporte et embauche... « BPI France est là pour pallier ce manque. Ce prêt s'adapte très bien à ceux qui ont des projets pour des produits adaptés à l'étranger. On est là dans des prémices à l'export. » S'ajoute à cela la garantie pour l'international, « simple, rapide et unique », qui fait que BPI France cautionne l'investissement fait par une entreprise à sa filiale à l'étranger à hauteur de 50 %. À cet arsenal de moyens vient s'ajouter la mise en place de partenariats avec Ubifrance et la Coface. Implantée dans le monde entier, Ubifrance « est une force de frappe extraordinaire pour aider les entreprises que nous connaissons bien et que nous finançons pour qu'elles puissent trouver des contacts en direct à l'étranger. Au-delà de la possibilité offerte d'échanger directement avec un client ou un prospect, Ubifrance va, sur notre demande, faire

toutes les démarches à l'étranger. C'est un partenariat fort et fondamental qui se met en place. À nous de donner les effets de leviers à Ubifrance pour aller au bout du projet. » La Coface et BPI France ayant des objectifs communs, cela paraissait logique de les rapprocher sous une même unité. Reste « à se mettre au diapason par rapport au terrain. »

► [www.bpifrance.fr](http://www.bpifrance.fr)

#### PREMIER BILAN

Publié en juillet, le premier bilan d'activité sur six mois de BPI France fait apparaître :

- Une forte croissance des financements de consolidation de la structuration financière des PME poussée par la dynamique des Contrats de développement participatifs et du préfinancement du Crédit Impôt Compétitivité Emploi
- Une forte croissance de l'activité de mobilisation de créances et une baisse du cofinancement de l'investissement
- Une hausse modérée de l'activité de garantie
- Une forte croissance des souscriptions dans les fonds des partenaires et des investissements directs en capital-risque, compensée par une décroissance des investissements directs généralistes



## UBIFRANCE

# AGENCE DE TERRAIN

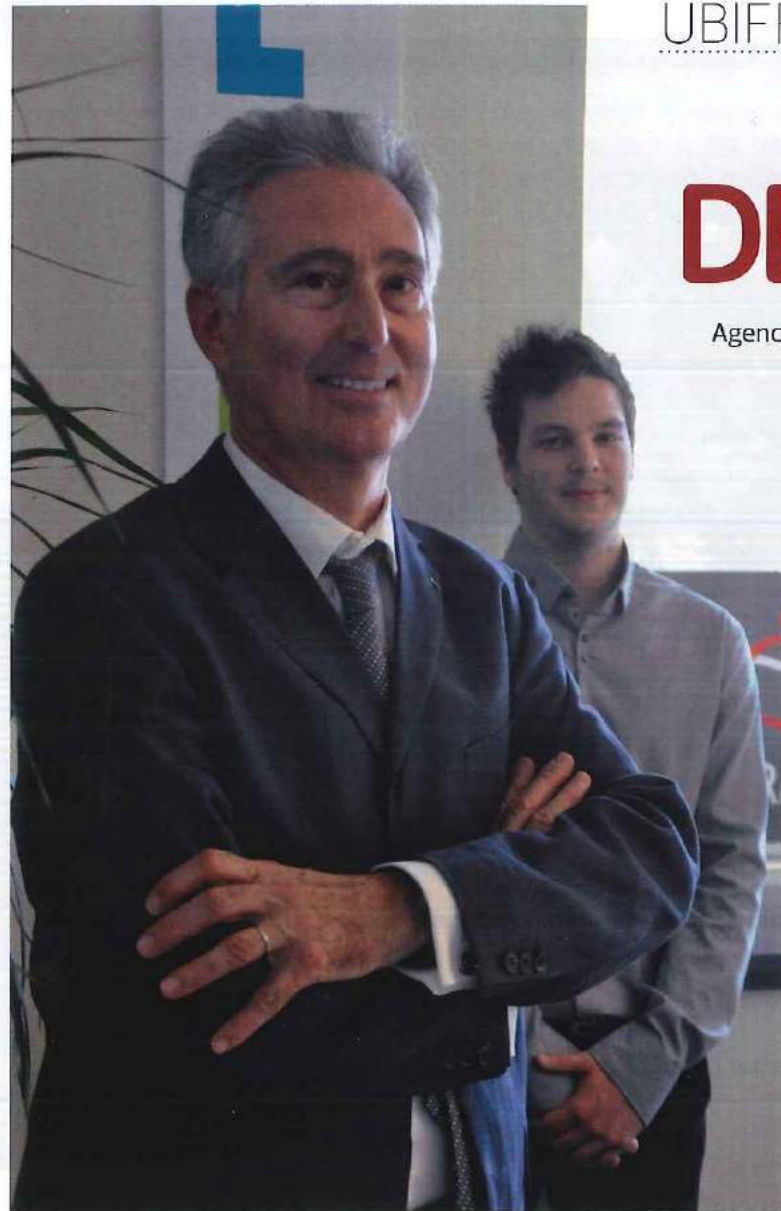
Agence d'état dépendant directement de Bercy, Ubifrance, c'est 70 pays, 80 bureaux, sept partenaires agréés, 1 400 employés, et parmi ces derniers, Pascal Coste, délégué régional Auvergne. Il nous présente les activités de cette agence vouée au développement international des entreprises.

*est notre grande force* », explique Pascal Coste. Ce modèle d'organisation ne date pas d'hier (l'organisation de salons à l'étranger a été lancée en 1918, les accompagnements individuels et la coopération après la Deuxième Guerre mondiale). Ubifrance travaille en réseau mail depuis longtemps, un programme interne a été mis en place en 1986, l'agence ayant été la première administration européenne à avoir développé un site Internet.

### D'ici et d'ailleurs

La clef de voûte d'Ubifrance demeure « la mise en contact avec des interlocuteurs acheteurs potentiels. Il s'agit d'apporter du chiffre d'affaires ». Ceci se traduit par divers services, liés notamment à l'export. Ubifrance propose des informations et conseils pour maîtriser les marchés visés (guide des affaires, analyse de marchés, profils opérateurs, dossiers thématiques, veille, ateliers, entretiens), pour identifier les projets et les appels d'offres internationaux (grâce à la base de données Proao), pour appréhender le droit et la réglementation (synthèses réglementaires, veilles, études, guides pratiques pour l'implantation). Les contacts sur le terrain se réalisent grâce à des participations collectives ou des missions d'affaires, des expositions de produits et de services, une prospection (tests sur l'offre, mission de prospection, suivis de contacts, recrutement d'acheteurs). La communication fait également partie des compétences propres à Ubifrance qui peut mettre en place des campagnes spécifiques ciblées et notamment proposer aux entreprises de rejoindre You Buy France, espace Web personnalisé pour présenter ses produits et son savoir-faire à des partenaires internationaux. Ubifrance gère également le volontariat international en entreprise (VIE) en proposant des missions adaptées aux besoins et selon une base de données de candidats aux profils très variés. Résultat : Ubifrance est passé en 4 ans de 7 500 accompagnements à 20 000. Une preuve, s'il en fallait une, que l'agence fidélise ses clients. ☺

→ [www.ubifrance.fr](http://www.ubifrance.fr)



X Pascal Coste, délégué régional Auvergne Ubifrance.

Ubifrance Auvergne fait partie de l'une des six inter-régions nationales dirigée par Marc Fortier, aux côtés de la Corse, du Languedoc-Roussillon, de PACA et de Rhône-Alpes. À sa tête figure Pascal Coste qui, avant de rejoindre la délégation auvergnate, a passé trente ans à l'étranger (du Portugal au Chili en passant par l'Égypte, le Pakistan, le Canada, les Caraïbes). Son expérience, il la met au service d'entreprises auvergnates dont 500 par an sont conseillées dans leurs premiers pas, la moitié étant accompagnées. « Les entreprises arrivent chez nous sur le conseil de la CCI International, qui, grâce à sa grande connaissance du milieu local, travaille en amont. Nous gérons de notre côté l'aspect terrain à l'étranger où nous disposons d'équipes par secteur et par pays, ce qui

### UBIFRANCE EST À LEURS CÔTÉS

#### Leygatech 1

Fabricant d'emballages en matière plastique à Saint-Romain-Lachalm (43)

- Sélection de contact lors de l'implantation d'une filiale en Pologne, pour gagner du temps dans son redéploiement commercial
- Participation au salon Interpack à Düsseldorf en collaboration avec la CCI International et l'ARDE, ce qui a conforté le potentiel européen de l'entreprise et lui a ouvert des perspectives de développement au grand export (Colombie, Venezuela, Israël, Afrique du Sud).

#### Claude Dozorme 2

Fabricant de couteau à La Monnerie-le-Montel (63)

- Participation à des pavillons collectifs sur de grands salons aux États-Unis et en Allemagne
- Travail en amont des salons : test sur l'offre pour évaluer le potentiel du marché pour ses produits, missions de prospection individuelles pour avoir une base de contact de distributeurs potentiels et un programme de rendez-vous
- Après un salon en Chine : analyse des contacts et relance par la mission économique de Shanghai.

#### Tarrerias Bonjean

Concepteur et fabricant en coutellerie à Celles-sur-Durolle (63)

- Action conjointe sur cinq pays, dont l'Allemagne, pour identifier des partenaires de distribution
- Participation au salon Ambiente de Francfort après une recherche de partenaires actifs dans le domaine des produits utilitaires sur la cuisine ayant permis d'engager des discussions commerciales. D'où une implantation sur une bonne partie de l'Allemagne.

#### Novaxess Technology 3

Concepteur et fabricant de convoyeurs à copeaux et de centrales d'arrosage à Saint-Loup (03)

- Pré-diagnostic
- Participation au programme MovExport de CCI International pour être accompagné dans sa prospection par des prestations Kit Export et test sur l'offre. Ceci a permis à l'entreprise de présenter ses produits aux acteurs des marchés étrangers et d'avoir des contacts intéressants.
- Intégration d'un groupe d'intelligence économique.





## DOUANES D'AUVERGNE

# AU SERVICE DE L'ENTREPRISE

En réponse à la libre circulation des marchandises dans le cadre de la mondialisation, ainsi qu'à la demande accrue de protection des entreprises, des citoyens et des consommateurs, l'administration douanière répond par le défi de la régulation des échanges. Une mission quotidienne prise en charge en Auvergne par Bernard Broyard, directeur régional des Douanes.



« Longtemps, les douanes ont été considérées comme des services de répression. Aujourd'hui, quand elles voient qu'on les aide, les entreprises ont une tout autre opinion. » Un constat qui satisfait Bernard Broyard, directeur régional des douanes d'Auvergne, même s'il y met un bémol. De nombreuses entreprises ne sont pas suffisamment informées sur la réglementation, le rôle des douanes et les services qu'elles proposent. « La méconnaissance peut réduire une opération internationale à rien, et peut entraîner la perte d'un client, déclare-t-il sans ambages. Les entreprises qui trouvent des marchés à l'international sont obligées de passer par des formalités douanières. Il est important que l'administration ne soit pas un frein à ces échanges, en termes de délai et de complexité. » Ainsi, les formalités douanières peuvent-elle être réalisées en direct dans l'entreprise, mais certains en sont encore à faire appel à un transitaire « dont les intérêts ne sont pas toujours les mêmes que ceux de l'entreprise. » Pour remédier à cela, les services douaniers sont au service des opérateurs, afin de les informer des procédures, de présenter les choix existants qui permettent de réduire les frais et d'éviter de payer des coûts qu'ils ne devraient pas supporter.

## Collaborer pour réguler les échanges

« La douane, qui maintenant se définit comme régulatrice des échanges, est là pour faciliter ces derniers tout en étant efficace au niveau de la surveillance. Nous sommes là pour arrêter les

pratiques prohibées, tout en gênant le moins possible les flux logistiques. » Un rôle essentiel, allant dans le sens d'une « protection des intérêts financiers de la communauté et d'un partenariat avec les entreprises ». La douane ne voit pas l'entreprise comme un fraudeur potentiel, mais comme un collaborateur. Encore faut-il y mettre du sien ! « Notre approche est pragmatique. Quand on sait comment une entreprise travaille, si elle a un service dédié, on lève un peu le pied au niveau des contraintes douanières et des ressources à mobiliser. On ira plutôt rendre visite aux entreprises inconnues de nos services, quelle que soit leur taille. Notre surveillance est également basée sur la détection des secteurs et des produits à risques, pour plus d'efficacité. » Et cette efficacité, les ministres eux-mêmes la prônent, compte tenu des contraintes budgétaires. D'où le projet stratégique Douane 2018, actuellement en cours d'élaboration. « Nous avons déjà mis en place un certain nombre d'outils et de procédures allant dans ce sens et qui sont autant de pistes prometteuses, comme l'OEAE et les accords de reconnaissance avec des états tiers, par exemple. Nous avons la possibilité de consacrer moins de moyens à certains opérateurs chez lesquels les notions douanières sont maîtrisées. De l'autre côté, nous consacrons plus de moyens pour chercher la vraie fraude. Faire mieux avec moins nous permet de nous inscrire dans le monde contemporain. »

→ Direction régionale des douanes et des droits indirects d'Auvergne, 8, rue de Rabanasse, 63000 Clermont-Ferrand. Tél. : 04.73.34.79.00. [www.douane.gouv.fr](http://www.douane.gouv.fr)

## ► LA DOUANE ET L'EXPORT

Pour aider à assurer au plus vite et au moindre coût le dédouanement des marchandises, la douane propose conseils et procédures intégrant les contraintes logistiques.

### INFORMATIONS ET OUTIL

- **Le site Internet.** Il permet de s'informer et de trouver de l'aide pour ses démarches (réglementation, publication, actualité et manifestations, annuaire des services)
- **La cellule conseil aux entreprises (CCE).** Faire appel à ce service intégré au sein du pôle action économique de la région permet d'optimiser les procédures douanières en gagnant du temps et en réduisant les coûts de trésorerie.
- **Une meilleure connaissance des statistiques à l'exportation vers un pays cible.** Chaque mois sont diffusés les chiffres du commerce extérieur, ainsi que des données détaillées par pays et par produit, des brochures et des cartes.
- **La réalisation en ligne des démarches douanières et fiscales sur le portail Prodouane.**

### PROCÉDURES

- **Le statut d'opérateur économique agréé (OEA)** Il permet des facilités d'accès aux simplifications douanières, des taux de contrôle adaptés, la reconnaissance en tant que partenaire commercial sûr et fiable par les pays tiers.
- **Les procédures de dédouanement.** Simplifiées, elles sont aussi adaptées aux contraintes d'exportation : dédouanement à domicile, domiciliation unique, déclarations simplifiées, déclarations anticipées.
- **Les régimes douaniers économiques** Ils permettent d'importer, de stocker, d'utiliser et de transformer des biens destinés à l'exportation ou de proposer des biens communautaires à l'utilisation dans les pays étrangers en suspension de droits de douane et TVA.

### STRATÉGIE COMMERCIALE

- **Le renseignement tarifaire contraignant (RTC)** Certifié par l'AFNOR, le RTC permet d'obtenir une décision de classement tarifaire.
- **Le statut d'exportateur agréé.** Différent de l'OEA, il permet la certification de l'origine préférentielle sur les factures ou autres documents commerciaux. Les formalités sont allégées et les marchés à l'exportation sont sécurisés. Ce statut est nécessaire avec la Corée depuis 2011.
- **Le renseignement contraignant sur l'origine (RCO).** Il permet de donner l'avis de la douane sur l'origine du produit à exporter. Il en découle un avantage tarifaire pour l'origine préférentielle et une attestation d'origine quand il n'existe pas de préférence tarifaire pour le produit.
- **La demande d'intervention.** Elle assure une protection des contrefaçons et la préservation des droits de propriété intellectuelle en tant que fabricant.