

<http://193.164.12.150/PigeWeb/2008/5/23/41000/40109/HTML/-1241175965.htm>

Source : Les Dernières Nouvelles D'Alsace

Edition : region

REF: ed203200805230510021-DNAL-02070865 - 23/05/2008

Éloge de la compétitivité

Les États généraux du commerce extérieur ont fait le point hier à Paris sur la place de la France dans la mondialisation. Avec un mot d'ordre pour relever les défis de l'avenir : renforcer la compétitivité.

Booster la compétitivité, oser l'ouverture à l'international, valoriser la matière grise et jouer la carte de la souplesse : voilà les clés du succès à l'export selon les conclusions des États généraux du commerce extérieur. Hier à Paris, chefs d'entreprises, responsables politiques européens et conseillers du commerce extérieurs étaient réunis pour une journée de colloque à Paris consacrée au thème « Entreprises françaises : conquérir de nouveaux territoires ». Pascal Lamy, directeur général de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), a appelé les politiques français à mener une révolution des mentalités pour « sortir de la culture de la menace ». « En France, une partie du pacte politique consiste à mettre en valeur la menace de l'extérieur pour ensuite être rétribué par un discours de la protection », a dénoncé le responsable de l'OMC pour qui le discours politique doit changer, en valorisant les évolutions liées à la mondialisation : « l'emploi dépend de la compétitivité », insiste-t-il. Compétitivité et image de l'entreprise étaient au cœur des analyses des tables rondes. « Les pays compétitifs considèrent l'entreprise comme un bienfait, créateur de richesse », a observé Jacques Gravereau, lors des débats sur les modèles gagnants. Pour le président d'HEC Eurasia Institute, les cinq mots-clés de la réussite d'un pays à l'international sont « brain power » (avec une capacité à inventer des technologies associées au service, mais également un effort sur l'éducation dès le secondaire) ; jeu collectif (« États, entreprises et lobbyistes doivent chasser en meute à l'export », insiste-t-il) ; droit à l'expérimentation ; création et valorisation des PME ; et enfin « régénération constante » plutôt que « réforme convulsive ». Capitaliser sur l'innovation. Mais la réforme ne fait pas tout. La question de l'offre est aussi essentielle. « Les allemands ont une offre, souligne Philippe Carli, président exécutif de Siemens France, qui analysait le cas allemand lors de la table ronde sur les modèles gagnants. Dans certains secteurs à l'exportation, la France n'est plus très présente. » Pour le président de la chambre franco-allemande, malgré les contraintes législatives, la France a des capacités d'innovation importantes. Il faut à présent qu'elle capitalise davantage sur l'innovation pour gagner en compétitivité. Florence Lys, responsable export pour la société alsacienne Kimoce, est venue pour assister aux débats afin « d'avoir un état des lieux de nos sujets de préoccupation ». Conseillère pour le commerce extérieur dans les Yvelines, sa mission est triple : conseiller les pouvoirs publics en leur rendant compte de sa vision de terrain des réalités du commerce extérieur, aider les PME en leur racontant son expérience concrète des échanges internationaux et faire des formations dans les écoles en apportant la valeur ajoutée de son expérience à l'export. La France compte 4 000 conseillers du commerce extérieur, hommes et femmes d'entreprise choisis pour leur expérience à l'international, dans 140 pays. Ils sont bénévoles et nommés pour 3 ans par décret du Premier ministre sur conseil du ministre du Commerce extérieur.

E. B.

Copyright © 2008 Pressindex & SPQR - Les Dernières Nouvelles D'Alsace