



LES CONSEILLERS DU COMMERCE  
EXTÉRIEUR DE LA FRANCE

# REVUE DE PRESSE

JUILLET 2017

# COMMERCE EXTERIEUR

## TABLE DES MATIÈRES

.....	1
Juillet 2017 .....	1
Commerce / Présidentielle : les CCEF demandent aux candidats de prendre des positions claires.....	3
Simplicité et efficacité pour le commerce extérieur français .....	4
Se passer d'un ministre du Commerce extérieur, quelle mauvaise idée !.....	6
Commerce extérieur, les handicaps français .....	8

## COMMERCE / PRÉSIDENTIELLE : LES CCEF DEMANDENT AUX CANDIDATS DE PRENDRE DES POSITIONS CLAIRES



LE MOCI | 20.04.2017 | Par François Pargny

Le 18 avril, dans un communiqué de presse, intitulé « le commerce extérieur dans les programmes électoraux », le **Comité national des conseillers du commerce extérieur de la France (CNCCEF)** s'est ému du peu de place accordé au commerce extérieur par les différents candidats à l'élection présidentielle. Cette initiative, assez inhabituelle de la part d'une organisation traditionnellement discrète, composée de responsables d'entreprises bénévoles au service de l'État et de leurs pairs, a bien évidemment suscité l'intérêt de la *Lettre confidentielle*. Interrogé, le 20 avril, le président du CNCCEF, **Alain Bentéjac**, tout récemment reconduit pour un mandat de trois ans, explique qu'avec la montée du protectionnisme « les sujets du commerce extérieur prennent une ampleur politique plus importante qu'avant ».

Par ailleurs, « très peu abordé dans les ambitions des candidats, indique-t-il dans le communiqué, le commerce extérieur n'a malheureusement pas la place qui devrait lui revenir à un moment où les enjeux commerciaux passent au premier plan de l'actualité : montée des tentations protectionnistes aux **États-Unis**, arrêt des négociations de plusieurs grands accords commerciaux comme le **TPP, Brexit...** ».

### **Alain Bentéjac préconise « une initiative franco-allemande »**

Le protectionnisme a occulté les débats sur le commerce extérieur, regrette-t-il. « Nous voulons maintenant que les candidats prennent des positions claires sur le commerce extérieur, nous sommes pour l'ouverture, pas une ouverture tous azimuts, mais une mondialisation régulée et maîtrisée » et, à cet égard, le président du CNCCEF préconise une réflexion « au niveau européen » et surtout « une initiative franco-allemande » pour « une politique commerciale extérieure de l'**Union européenne** » qui soit « ouverte », mais aussi « plus réaliste que par le passé » et « plus équilibrée avec les différents partenaires de l'UE ».

« Je pense que des clarifications sont nécessaires », a-t-il encore affirmé à la *LC*. Et c'est ainsi que les conseillers du commerce extérieur de la France (CCEF) ont pris « contact avec les équipes de campagne de plusieurs candidats ouverts sur le sujet ». Des rendez-vous auraient « déjà eu lieu et des documents plus complets que le communiqué distribués ». Entre les deux tours, Alain Bentéjac n'exclut pas d'interpeller les deux candidats restant en lice. Et « si les deux candidats sont contre l'ouverture, nous n'hésiterons pas à dire que c'est une erreur », promet-t-il. A suivre...



## SIMPLIFICITÉ ET EFFICACITÉ POUR LE COMMERCE EXTÉRIEUR FRANÇAIS

CLASSE-EXPORT | 26.06.2017

*Plaidant pour une rationalisation du commerce extérieur, Alain Bentejac, élu pour la 2e fois Président des Conseillers du Commerce extérieur de la France, s'efforce de faire évoluer une institution centenaire sans doute unique au monde, forte de 4000 dirigeants dans 120 pays, qui est une véritable richesse pour le développement de la culture de l'international dans la société française, même si elle est sous-exploitée.*

Alain Bentejac est un chef d'entreprise, il préside aux destinées d'Artelia une grosse ETI Française dans le domaine de l'ingénierie qui exporte sur tous les continents. Il a fait l'ENA, avec un parcours entre public et privé et il vient d'être renouvelé comme Président des CCE, un mandat bénévole pour aider la France et les entreprises françaises à se développer à l'international. Homme de consensus, il aime sans l'avouer le changement. En 3 ans il a fait évoluer le statut des CCE, redynamisé la gouvernance de l'association, renoué un nouveau dialogue avec les politiques français, réalisé les réorganisations régionales des CCE en France, noué des partenariats avec l'ensemble des acteurs du commerce extérieur ...

« Les résultats de notre commerce extérieur sont très décevants, dans un contexte qui est globalement favorable. » affirme Alain Bentejac, qui avait déjà été l'auteur d'un rapport sur la modernisation du commerce extérieur en 2013. « Bien sûr il faut du temps pour obtenir des résultats, mais nos entreprises doivent être plus compétitives et les efforts qui ont été faits pour amélioration ne sont pas encore suffisants. » explique-t-il, « Nos dispositifs de soutiens sont trop complexes, trop nombreux. Un seul organisme doit s'occuper du commerce extérieur, c'est une évidence, même si beaucoup ne sont pas d'accord. Cela va prendre du temps, mais on y arrivera un jour ou l'autre. »

### **Nos dispositifs de soutiens sont trop complexes, trop nombreux.**

« Etre nommé Conseiller du Commerce extérieur c'est une responsabilité. Il faut être force de proposition et partager les expériences auprès des pouvoirs publics aussi bien qu'avec d'autres chefs d'entreprise. Et comme nous sommes bénévoles, on ne peut pas nous suspecter d'être partisans d'une solution par intérêt. Notre intérêt c'est le succès de nos entreprises sur les marchés internationaux. » Alain Bentejac n'exclut pas de faire rapidement des propositions au gouvernement sur cette organisation du commerce extérieur sans doute conjointement avec le Medef avec lequel il avoue une certaine proximité.

« Je déplore que le commerce extérieur ait été presque absent de la campagne des présidentielles, alors que c'est un enjeu national de développement totalement prioritaire. » Alain Bentejac pense qu'il est indispensable d'avoir un ministre ou un secrétaire d'Etat.

« Il faut pouvoir parler d'égal à égal à égal avec nos interlocuteurs étrangers, être au bon niveau, pour participer aux négociations internationales... Le ministre des Affaires étrangères est dans l'impossibilité physique d'assumer une charge aussi importante en plus de ses fonctions régaliennes, il a besoin de se faire seconder. »

### **Rajeunir et féminiser l'effectif**

Les prochains défis d'Alain Bentejac au sein des CCE sont multiples, rajeunir et féminiser l'effectif, « même si c'est l'Etat qui nomme les CCE, nous nous efforçons de présenter des candidats différents, plus jeunes, plus technologiques pour mieux correspondre aux grandes tendances de l'internationalisation de nos entreprises. »

« Nous travaillons également sur la communication aussi bien en interne dans le réseau que en externe vis a vis des entreprises qui ne nous connaissent pas toujours. »

Les Conseillers du Commerce Extérieur de la France organiseront au 2ème semestre un symposium mondial en Asie et sortiront une nouvelle édition de leur guide des métiers de l'international à destination des jeunes et des entreprises qui est une véritable référence sur le sujet.



## **SE PASSER D'UN MINISTRE DU COMMERCE EXTÉRIEUR, QUELLE MAUVAISE IDÉE !**

**LE CERCLE LES ECHOS | 27.06.2017 | Par Alain Bentéjac**

LE CERCLE/POINT DE VUE - La France n'a plus de ministère en charge du Commerce extérieur. Elle en aurait pourtant grand besoin.

Le nouveau gouvernement formé par Emmanuel Macron et Edouard Philippe ne comporte pas de ministre ou de secrétaire d'Etat chargé du Commerce extérieur. Un domaine pourtant stratégique, qui n'est pas le seul à être logé à pareille enseigne dans ce gouvernement « resserré ». La nomination d'un ministre du Commerce extérieur est pourtant nécessaire pour au moins trois raisons.

### **1. Le Commerce extérieur est une mission à plein temps**

Le rattachement direct de cette responsabilité au ministre de l'Europe et des Affaires étrangères dans le cas du gouvernement actuel, ne peut pas fonctionner, pas plus d'ailleurs que dans l'hypothèse d'un rattachement à celui de l'Economie. Ces responsables n'ont pas le temps d'assumer cette mission essentielle qui demande une grande disponibilité.

Entre autres : définition et défense des positions françaises en matière commerciale, relations à haut niveau avec les principaux partenaires économiques, participation à de multiples réunions européennes et internationales, conduite des délégations d'entrepreneurs français à l'international ou encore direction effective du système d'appui à l'exportation. Quel que soit le rattachement qui sera finalement retenu, la priorité au redressement de nos échanges doit être incarnée par un membre du gouvernement qui ait la connaissance de l'international et de l'entreprise.

### **2. Il faut rééquilibrer notre balance commerciale**

Le déficit du commerce extérieur n'est pas une fatalité : l'histoire économique montre que la France a connu des périodes d'excédents durables dans les années 1990 et tout doit être fait pour rééquilibrer notre balance commerciale. Il n'en va pas seulement de nos comptes extérieurs, mais surtout de notre situation économique d'ensemble : la croissance des exportations a des effets très favorables sur l'activité et l'emploi : un milliard d'euros d'exportations supplémentaires génère en moyenne 10.000 emplois.

Il faut mener des politiques macro-économiques favorables à la compétitivité de nos entreprises.

Pour améliorer notre performance à l'export, il faut mener des politiques macro-économiques favorables à la compétitivité de nos entreprises. C'est bien là que se situe le levier principal pour le rétablissement de nos échanges, ainsi que pour renforcer l'attractivité de la France pour les investissements internationaux. Il faut aussi définir et mettre en oeuvre une politique du commerce extérieur qui optimise l'efficacité des instruments spécifiques mis en place : dispositifs de soutien et d'accompagnement des PME, garantie et financement des contrats, promotion de l'attractivité et de l'image de la France, action à mener sur les pays et marchés cibles.

### **3. Face au protectionnisme, la France doit être force de proposition**

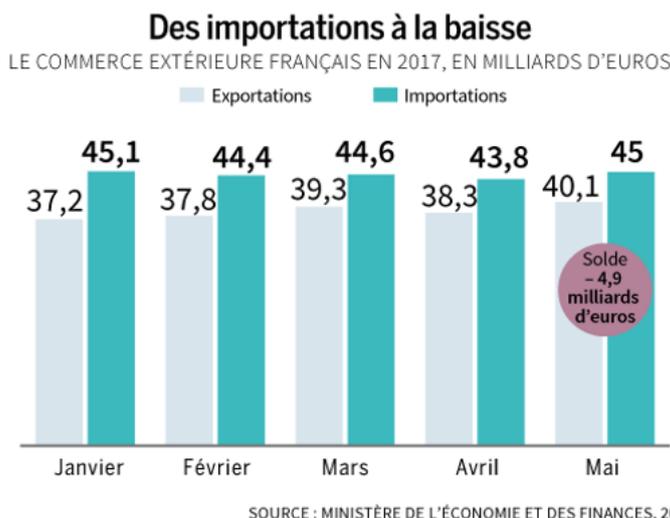
La montée en puissance des grands émergents, la remise en cause de grands accords commerciaux (TTIP, CETA...), le Brexit, les pulsions protectionnistes dessinent un paysage

de l'économie mondiale radicalement nouveau. Le président de la République a été élu sur un programme résolument pro-européen et anti-protectionniste et il se fait à juste titre l'avocat d'une politique commerciale européenne plus offensive et d'une mondialisation maîtrisée, ou au moins mieux régulée. Ces idées doivent être portées dans le débat politique français, à un moment où les partisans du repli sur soi des divers bords représentent une large fraction de l'opinion.

Ce message doit également être défendu à Bruxelles et dans les grandes capitales européennes, ainsi qu'auprès de nos partenaires économiques internationaux. Il faut un interlocuteur crédible au secrétaire au Commerce américain, qui a rang ministériel, ou ministre du Commerce chinois. Il importe surtout de définir une nouvelle politique commerciale extérieure de l'Union Européenne pour relever ces défis. La France doit en la matière être force de proposition, et inviter notre partenaire allemand à participer à une initiative commune d'ampleur.

***Par Alain Bentéjac président des conseillers du Commerce extérieur de la France (CCE).***

Le déficit commercial, talon d'Achille de l'économie tricolore, s'est réduit de 700 millions d'euros au mois de mai, pour s'établir à 4,9 milliards d'euros.



Le déficit commercial de la France (marchandises) a été ramené à 4,9 milliards d'euros en mai 2017, une amélioration de 700 millions par rapport au mois précédent, ont indiqué les douanes, vendredi 7 juillet. Mais sur les douze derniers mois, le solde commercial cumulé (- 58,7 milliards d'euros) s'est dégradé de 10,6 milliards par rapport à la même période de 2016. Pas de quoi pavoiser, donc.

« En dépit des mesures favorables aux entreprises [Crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi, pacte de responsabilité], il n'y a pas de franche amélioration macroéconomique, même si la part de la France dans les exportations mondiales de biens et services s'est stabilisée depuis 2012, à 3,5 % », reconnaît Alain Bentéjac, président du Comité national des conseillers du commerce extérieur, des chefs d'entreprise bénévoles qui conseillent les pouvoirs publics et les entreprises.

Après une dégradation continue entre 2002 et 2011, le solde commercial se redressait, sur fond, récemment, de facture pétrolière allégée et d'euro faible. Mais la France a rechuté en 2016 (- 48,1 milliards d'euros), et le précédent gouvernement ne prévoyait pas de mieux en 2017 (- 48,9 milliards). Pourtant, la compétitivité-coût des produits tricolores, c'est-à-dire leur capacité à rester attractifs grâce à des tarifs moins élevés, s'est améliorée depuis 2011. Au premier trimestre 2017, le coût horaire dans l'industrie manufacturière est ressorti à 38,3 euros (+ 0,5 % sur un an) contre 40,7 euros outre-Rhin (+ 1,5 %), selon Coe-Rexecode.

### Le pays reste très dépendant des contrats aéronautique et naval

« Le problème c'est que, même à des prix similaires, les produits français restent trop chers par rapport à la qualité des produits allemands », estime M. Bentéjac. A l'autre bout du spectre, des concurrents comme l'Espagne produisent des biens souvent de moindre qualité, mais à des prix inférieurs, grâce à un coût du travail plus faible.

Dominique Roitel, PDG d'Henryot & Cie, une société familiale d'ameublement haut de gamme située à Liffol-le-Grand (Vosges), est concurrencé par des entreprises chinoises, italiennes, portugaises ou espagnoles. Pour équiper de prestigieux hôtels parisiens (Crillon, Ritz...) ou

des palaces californiens, « *la pression sur les prix est énorme, les acheteurs des groupes hôteliers sont des loups. Il faut souvent que la décision d'acheter français vienne du décorateur, comme un acte militant* », explique ce patron de cinquante salariés.

« *Sans avantage concurrentiel, difficile de tirer son épingle du jeu. Nous misons sur l'innovation, même si le prix reste un critère essentiel* », abonde Paul-Antoine Nicolaudie, à la tête de Matière, une entreprise de taille intermédiaire (ETI) d'Aurillac (Cantal) qui exporte des ouvrages d'art dans plus de trente pays.

Autre handicap, lorsque la demande intérieure se raffermi, les importations augmentent plus vite que les exportations, dégradant le solde des échanges. En outre, la France reste très dépendante des grands contrats aéronautique et naval. Le bon chiffre de mai doit ainsi beaucoup à la livraison du méga-paquebot de croisière *Meraviglia* du groupe STX, à Saint-Nazaire (Loire-Atlantique), et au bond des livraisons d'Airbus. « *Les grandes entreprises ne représentent que 0,4 % des exportateurs mais elles réalisent la moitié des exportations* », rappelle l'Insee. Après avoir grevé la croissance à hauteur de 0,8 point de produit intérieur brut (PIB) l'an dernier, le commerce extérieur ne devrait plus peser que de 0,3 point en 2017.

### **Le « syndrome LVMH »**

« *Mais il ne faut pas se faire d'illusion : amener plus de PME à l'export n'est pas un combat de court terme* », prévient M. Bentéjac. « *Il faut tout leur organiser, sinon, c'est très dur de les faire bouger. Même les chefs d'entreprise qui ont l'habitude de voyager sont perdus quand il s'agit de faire du business à l'étranger* », assure François Turcas, vice-président de la Confédération des petites et moyennes entreprises, de retour d'Iran avec une délégation de vingt-cinq PME.

Sur dix candidats qui se lancent pour la première fois dans l'aventure, trois y reviennent l'année suivante... En cause, un manque d'organisation, de temps et de moyens humains. « *Difficile de recruter sur des postes de commercial à l'international. Sans compter les heures de vols intercontinentaux qui doivent ensuite être récupérées par les salariés* », témoigne Daniel Strazzeri, président de Tecofi, un fabricant de robinetterie industrielle de Corbas (Rhône) qui possède des bureaux en Russie, en Chine et à Cuba.

Il y a aussi le « *syndrome LVMH* », comme l'appelle Joël Glusman, PDG de Crystal Group, un groupe de transport francilien. « *Les Français, dit-il, sont souvent tellement fiers de leur produit qu'ils attendent souvent que les clients viennent le chercher, sans se préoccuper de logistique.* »

Dans ce contexte fragile, les acteurs du commerce extérieur s'inquiètent de l'absence d'interlocuteur gouvernemental. Seul Jean-Baptiste Lemoyne, secrétaire d'Etat sans attribution auprès du ministre des affaires étrangères s'est saisi des dossiers, répartis depuis trois ans entre le Quai d'Orsay et Bercy. « *C'est dommage car il faudrait pouvoir mobiliser. Sinon, les seuls à s'exprimer sur le libre-échange, ce sont ses opposants* », regrette M. Bentéjac.



## **CONTACT**

Ana Rocio TANCRESZ – Chargée des Relations presse

[artancresz@cnccef.org](mailto:artancresz@cnccef.org) - Tél. +33 (0)1 53 83 92 69