

Petites et moyennes entreprises (PME): compétitivité et perspectives commerciales

2012/2042(INI) - 09/11/2011 - Document annexé à la procédure

OBJECTIF : proposer un nouveau partenariat pour aider les PME à exploiter les possibilités du marché mondial dans le cadre de l'initiative « **Small Business, Big World** ».

CONTEXTE : l'Union européenne a besoin de trouver de nouvelles sources de croissance pour créer des emplois et accroître le bien-être de ses citoyens. Les grands marchés des pays tiers, tels que la Chine, l'Inde, la Russie et le Brésil, constituent, de ce point de vue, des débouchés intéressants pour les entreprises de l'UE, du fait de leur taux ou de leur potentiel de croissance.

Dans le contexte économique actuel, l'exportation vers des marchés en expansion situés en dehors des frontières de l'UE peut être une source de croissance économique solide. Cependant, pour pouvoir saisir ces possibilités, les PME doivent s'internationaliser au-delà des frontières extérieures de l'UE.

Les mesures destinées à favoriser et à soutenir les **activités économiques des PME hors des frontières de l'UE** représentent donc un élément important de la stratégie globale de compétitivité de l'Union, comme cela est souligné dans la [communication sur la politique industrielle intégrée](#), qui constitue une initiative phare de la stratégie Europe 2020, dans la version révisée du «[Small Business Act](#)» pour l'Europe et dans la récente [communication sur la politique commerciale de l'UE](#).

Les 23 millions de PME que compte l'UE représentent deux tiers des emplois du secteur privé et 59% de la valeur ajoutée totale de l'économie marchande non financière en 2010. Environ 80% des nouveaux emplois créés au cours des cinq dernières années l'ont été par les PME.

Si 25% des PME de l'UE ont exporté sur le marché intérieur et au-delà au cours des trois dernières années, **seules 13% d'entre elles ont une activité internationale hors de l'UE**, que ce soit sous forme d'échanges commerciaux, d'investissements ou d'autres activités de coopération avec des partenaires étrangers.

La stratégie proposée par le présent document vise précisément à créer des conditions permettant aux PME de s'engager sur les marchés extérieurs à l'UE. Elle passe notamment en revue les mécanismes de soutien actuellement mis à la disposition des PME, identifie les principaux problèmes, et **propose une série de mesures à prendre lorsqu'une action à l'échelle européenne peut apporter la plus forte valeur ajoutée**. Elle définit également des principes directeurs à adopter en vue d'une utilisation aussi cohérente et efficace que possible des ressources financières limitées sur des marchés prioritaires tels que la Chine, le Brésil, l'Inde, la Russie, les États-Unis ou le Japon.

La communication vise par ailleurs à définir une stratégie européenne plus cohérente et plus efficace afin de soutenir les PME sur les marchés internationaux, offrir des informations pertinentes et des dispositifs d'assistance adaptés aux PME qui souhaitent s'implanter sur de nouveaux marchés et mieux exploiter les ressources existantes.

CONTENU : des moyens importants sont déjà consacrés à l'aide aux entreprises au niveau national et au niveau de l'UE. Le secteur public comme le secteur privé interviennent en la matière. Une récente étude mandatée par la Commission dresse un inventaire de **plus de 300 programmes de soutien destinés à**

favoriser l'internationalisation des entreprises dans l'UE et dans ses États membres. Une stratégie européenne pour l'internationalisation des PME doit par conséquent tenir compte de la diversité des politiques et des mesures d'exécution existantes.

Nécessité d'une meilleure rentabilité : si la logique globale qui sous-tend la gamme existante des aides à l'internationalisation semble bien fondée, tous les programmes d'aide n'ont pas la même efficacité. La diversité des mesures et des organismes contribue à créer une situation dans laquelle les PME ont du mal à identifier réellement le soutien disponible ou à en faire bon usage. En période de fortes contraintes budgétaires, il y a tout lieu d'envisager comment la coopération et la mise en réseau au niveau européen pourraient améliorer à la fois l'efficacité et l'impact des mesures existantes. Par conséquent, les mesures à prendre viseront d'abord et avant tout une plus grande transparence et davantage de cohérence et de coopération, afin de parvenir à une «division du travail» plus efficace entre les différents programmes de l'UE, entre l'Union européenne et ses États membres, entre les États membres eux-mêmes et entre les organismes du secteur public et du secteur privé.

La présente communication propose par conséquent une approche plus cohérente et plus intégrée en matière d'aide aux PME, basée sur un **inventaire détaillé des services d'aide existants sur les marchés prioritaires et destinée à proposer des services visant à favoriser l'intégration des PME européennes dans l'économie mondiale.**

Les objectifs de la nouvelle stratégie de l'UE seraient également les suivants:

- offrir aux PME des informations pertinentes et aisément accessibles quant à la manière de développer leurs activités hors des frontières de l'UE;
- améliorer la cohérence des activités de soutien;
- améliorer le rapport coût-efficacité des activités de soutien;
- combler les lacunes existantes dans le domaine de l'aide aux entreprises;
- établir des conditions équitables et assurer une égalité d'accès aux PME de l'ensemble des États membres de l'UE.

Les instruments qui seront utilisés pour atteindre ces objectifs sont décrits en détail dans la communication. Parmi les mesures proposées on relèvera notamment, les mesures suivantes :

Fournir des informations à la porte des PME : il est proposé de :

- adopter une nouvelle structure de gouvernance pour le réseau *Entreprise Europe*, afin d'en améliorer le fonctionnement ;
- lancer en 2012 un portail multilingue en ligne, riche en contenu, qui fournira des informations sur les marchés prioritaires adaptées à chaque pays et à chaque secteur d'activité et qui offrira un aperçu détaillé des différents services d'aide disponibles. Ce portail fournira des profils d'opportunités économiques et des profils de risque comprenant des indicateurs sur la situation économique, les barrières commerciales, la charge administrative, les procédures douanières, les régimes des marchés publics et d'autres données destinées aux PME exportatrices ;
- lancer en 2012 une campagne de sensibilisation auprès des États membres et des parties prenantes afin de familiariser les PME avec les services d'aide disponibles.

Conférer une dimension européenne à la fourniture de services aux PME sur les marchés prioritaires :

- favoriser la coopération transfrontalière et faciliter l'accès à une expertise complémentaire auprès des fournisseurs de services, par le biais de mesures financières incitatives qui pourraient être mises en œuvre dans le cadre du nouveau [programme COSME 2014-2020](#);
- soumettre les mesures prises à une évaluation périodique ;

- en coopération avec les États membres, évaluer, optimiser et promouvoir le portefeuille des services d'aide aux PME de l'UE dans les pays tiers, sur la base des meilleures pratiques.

Favoriser l'internationalisation des PME au moyen de *clusters* et de réseaux:

- encourager et financer la mise en place de programmes de formation destinés aux entrepreneurs, aux dirigeants de PME ainsi qu'aux gestionnaires de *clusters*, de réseaux d'entreprise et de consortiums d'exportation, afin de leur permettre de s'internationaliser ;
- promouvoir la création de consortiums d'exportation parmi les PME établies dans différents États membres à travers une série de mesures incluant des campagnes d'information et des incitations financières, de manière à encourager les synergies ;
- favoriser la coopération transfrontalière entre *clusters*/réseaux à travers des prêts garantis par l'UE.

Rationaliser les nouvelles activités sur les marchés prioritaires: l'UE identifiera les marchés prioritaires pour les PME. Ces pays sont les suivants : États-Unis, Chine, Russie, Japon ainsi que les pays «Élargissement» et les partenaires de la politique de voisinage de l'UE à l'Est et au Sud. La Commission propose en outre des marchés générant une forte croissance économique (marchés émergents en Asie, en Afrique et en Amérique latine).

Intégrer l'internationalisation des PME dans d'autres politiques de l'UE et créer un environnement favorable à l'internationalisation des PME :

- intensifier les efforts visant à supprimer les obstacles tarifaires et non tarifaires subsistant dans les pays tiers ;
- créer, dans le cadre des volets économiques et commerciaux de l'ensemble des délégations concernées de l'UE, des points de contact pour les PME au titre des travaux menés par les «*Market Access Teams*» ;
- chercher à ouvrir davantage les marchés et les rendre plus accessibles aux petites entreprises ;
- faire comprendre aux PME les avantages économiques qu'il est possible de tirer d'opérations commerciales internationales ou de créer au moyen de mesures politiques ;
- sensibiliser les PME à l'éventualité de suspensions et de contingents tarifaires autonomes et déterminer leur impact sur les PME dans le cadre d'une évaluation à lancer en 2012.

Étapes ultérieures : toutes les institutions de l'UE, de même que les parties prenantes au niveau des PME, contribueront en partenariat à la mise en œuvre de cette stratégie et devront respecter les priorités et les principes directeurs exposés dans la présente communication lors de l'élaboration de nouvelles actions d'aide à l'internationalisation des PME, à court et à long terme. Les États membres sont en outre encouragés à adopter une approche similaire et à travailler en coopération étroite avec la Commission afin de renforcer les efforts déployés en vue de favoriser la croissance internationale des PME.