

Partir du terrain, viser l'international



Paul NAHON

Fabrice CONTRASTIN

Magazine réalisé en partenariat avec la Chambre de commerce et d'industrie de Midi-Pyrénées

Éditeur :

Média & Co, 8, Port Saint-Sauveur
31000 Toulouse

Direction :

Paul Nahon : Tél. 05 62 16 74 10
Fabrice Contrastin : Tél. 05 62 16 74 17
E-mail : entreprisesalaune@gmail.com

Rédaction :

Dante Sanjurjo, Christophe Ochnicki

Publicité :

Média & Co
Chef de publicité : Paul Robillard
Tél. 05 62 16 74 16
E-mail : contact.entreprisesalaune@gmail.com

Graphisme :

JCompany - companyjacques@me.com

Couverture : Pure ARTMONY

Photos : Alexander Rath / Vitas / goodluz /
labelverte / pzRomashka - Fotolia.com

Crédits photos :

Fotolia.com

Imprimerie : MCC Graphics

Remerciements :

Cécile Bouissou, Chargée de Communication
de la CCI Midi-Pyrénées

Les acteurs économiques et institutionnels de Midi-Pyrénées ont un rôle déterminant à jouer pour faciliter l'accès de nos entreprises aux marchés internationaux. L'enjeu est de taille : à mesure que s'éloignent les perspectives d'un retour à une croissance forte en France, l'Europe et les pays émergents représentent les marchés d'avenir pour nos PME comme pour nos grands groupes.

De fait, les acteurs régionaux sont désormais clairement reconnus comme incontournables pour dynamiser les exportations : ils ont la proximité nécessaire avec le terrain, et la taille

requis pour mutualiser des ressources suffisantes. Ainsi, les différentes Chambres de commerce et d'industrie de Midi-Pyrénées ont-elles su mettre en réseau au sein de CCI International Midi-Pyrénées leurs ressources humaines et leurs expertises dédiées au soutien à l'export. Elles sont aussi allées plus loin, en faisant de l'international leur priorité pour 2014, ce pour quoi elles ont élaboré une stratégie commune et un plan d'action en cinq volets baptisé Destination International.

Les acteurs régionaux montent donc en puissance, et l'État ne s'y est pas trompé, qui leur donne une place de plus en plus importante dans ses dispositifs de soutien à l'export. Le gouvernement s'est ainsi fixé comme objectif une coordination renforcée avec les réseaux CCI International des Chambres de commerce et d'industrie dans chaque région pour assurer « une plus grande cohérence et complémentarité des actions ». « Il s'agira d'apporter un soutien plus efficace à la diplomatie économique, affirmait le ministre du Commerce extérieur à la sortie du 3^e Comité interministériel de modernisation de l'action publique, le 17 juillet 2013, et de développer des partenariats avec BPI France et les Régions pour garantir une meilleure attractivité au service d'un aménagement équilibré des territoires, en cohérence avec les stratégies régionales de développement économique, d'innovation et d'internationalisation. »

Cette décentralisation du soutien à l'export est bienvenue. Elle renforce l'échelon régional de décision, notre capacité à nous organiser, et augmente les chances du gouvernement de tenir son objectif de résorption du déficit du commerce extérieur hors énergie d'ici à la fin du quinquennat. La ministre du Commerce extérieur, Nicole Bricq « sait pouvoir compter sur les Régions, qui connaissent avec précision leur tissu industriel, leurs PME et leurs Entreprises de taille intermédiaire, et reconnaît les Régions comme les pilotes de l'export dans leurs territoires », indiquaient ses services à la sortie de sa rencontre le 18 septembre 2012 avec les Présidentes et Présidents de Région.

De leur côté, les Régions savent pouvoir compter, notamment en Midi-Pyrénées, sur la forte capacité de mobilisation et l'ancrage sur le terrain de leurs partenaires, au premier rang desquels les Chambres de commerce et d'industrie, qui ont hissé l'international au premier rang de leurs priorités !

Sommaire

- 3 **Édito**
 - 6 **Tribune de Pierre Cohen**
 - 8 **En 2014, destination l'international !**
 - 14 **« Nous obtenons de bons résultats ! »**
Entretien avec Didier Gardinal et Alain Di Crescenzo,
Président et 1er Vice-Président de la CCI
Midi-Pyrénées
 - 18 **Les services, leviers de compétitivité**
 - 22 **« L'innovation est fondamentale ! »**
Entretien avec Jean Luminet, Président de
l'Union des industries de Midi-Pyrénées
 - 24 **« L'économie régionale résiste bien malgré un
contexte de relative atonie de la demande. »**
Analyse de Patrick Berger, Directeur régional
Midi-Pyrénées de la Banque de France
 - 26 **Tarn-et-Garonne :**
Jouer collectif pour mieux exporter
 - 28 **Ariège, Aveyron, Gers :**
Clubs Export, plus forts ensemble !
 - 31 **Dossier Spécial Tarn :**
Un département qui repart
 - 47 **Tarn : Vive les formalités en ligne !**
 - 48 **Hautes-Pyrénées :**
Une longue expérience de l'international
 - 51 **Lot : Le Malbec à l'assaut du monde !**
 - 52 **De l'espace au fond des mers,**
le projet Oil & Space
 - 56 **Ubifrance :**
un réseau dans 70 pays
 - 58 **Mutuelles :**
une avancée, à quel prix ?
 - 64 **L'aéroport mise sur le mieux-être au travail**
 - 68 **Cap sur Bruxelles !**
 - 71 **Dossier :**
25 Entreprises performantes en Midi-Pyrénées
-

LE PRÉSIDENT DE TOULOUSE MÉTROPOLE

Pierre COHEN

“ Comment Toulouse Métropole soutient les initiatives liés à l'emploi et à l'insertion ? ”



© Ville de Toulouse - Patrice Nin

Nous sommes particulièrement mobilisés ! Tous les acteurs métropolitains de l'emploi ont été réunis autour de Toulouse Métropole Emploi, afin d'apporter des réponses adaptées à des besoins nouveaux ou mal satisfaits. Toulouse Métropole abrite par ailleurs le plus grand réseau de pépinières et hôtels d'entreprise en France et soutient les entreprises implantées en zone franche urbaine. Nous irons encore plus loin en appuyant 100 projets d'entreprises issus des quartiers prioritaires d'ici 2015.

Nous accompagnons aussi l'émergence, le développement et le financement des entreprises sociales et solidaires. Elles sont 3000 sur la métropole et représentent 30 000 emplois. Nous créerons d'ailleurs un incubateur pour l'innovation sociale, afin d'accompagner les porteurs de projets nécessitant une expérimentation.

C'est aussi en renforçant les axes qui font la force économique de notre territoire et en anticipant sa diversification que nous pourrions soutenir efficacement l'emploi.

Toulouse Montaudran Aérospatial, territoire d'innovation dédié à l'aéronautique et au spatial, attire déjà laboratoires, centres de recherche technologique et entreprises. Dans le secteur des sciences de la vie, l'Oncopole, autour de l'Institut universitaire du cancer livré cette année, devrait représenter 3200 emplois en 2014. Nous allons lancer sept programmes d'action pour favoriser le développement et la structuration de secteurs économiques métropolitains autour du numérique, de la santé et du vivant, de l'artisanat et du BTP, de l'agroalimentaire, de l'aide à la personne, du tourisme et des clusters culturels.

L'emploi des jeunes nous préoccupe tout particulièrement. Un Comptoir des initiatives valorisera leur créativité et les accompagnera dans leurs projets. Nous allons également recruter 500 emplois d'avenir dès cette année et nous assurerons pour chacun d'entre eux une formation.

Enfin, nous utilisons la commande publique pour favoriser l'accès ou le retour à l'emploi des personnes rencontrant des difficultés sociales ou professionnelles, grâce à la clause d'insertion dans les marchés publics, qui sera encore renforcée.

GSC, pour entreprendre aujourd'hui sans vous soucier de demain

Parce que l'anticipation des risques
fait partie de votre métier, la GSC vous
assure en cas de perte d'emploi



L'assurance chômage
des chefs et dirigeants
d'entreprise



GSC

GSC

42, avenue de la Grande Armée
75017 PARIS

Tél : 01.45.72.63.10
Fax : 01.45.74.25.38

contact@gsc.asso.fr
www.gsc.asso.fr

N°Orias : 12068162 (www.orias.fr)
Mandataire exclusif soumis au contrôle de l'ACPR (61 rue Taitbout – 75009 Paris)
Mandant : Groupama SA, 8-10 rue d'Astorg, 75383 Paris Cedex 08.



En 2014,
destination
l'international !



Une balance du commerce extérieur affichant un bénéfice de 15 milliards d'euros en 2012, en hausse de 15 % : Midi-Pyrénées n'a pas à rougir de la performance de ses entreprises. Mais derrière ces chiffres réjouissants, il existe des disparités, et les CCI ont décidé de lancer en 2014 le programme Destination International, un plan ambitieux pour développer notamment l'exportation par les PME.

« Avec plus de 44 milliards d'euros d'exportations, Midi-Pyrénées est la 3^e région exportatrice de France, rappelle Didier Gardinal, Président de la Chambre de commerce et d'industrie Midi-Pyrénées. Certes, l'aéronautique réalise la majeure partie de ce résultat, mais de nombreuses PME et PMI y contribuent également par leur dynamisme et leur sens de l'innovation. Cependant, comme partout en France, cette action des petites et moyennes entreprises à l'international mériterait d'être renforcée ! » La France, en effet, ne manque pas de multinationales, mais plutôt de PME dynamiques sur les marchés extérieurs. En France, les PME indépendantes représentent 83 % de l'ensemble des entreprises exportatrices, mais leur contribution au chiffre d'affaires total à l'export ne dépasse pas les 18 %, selon le rapport « Gagner la bataille de l'exportation avec les PME » adopté par le Conseil économique, social et environnemental le 29 février 2012 et rédigé par Jean-François Roubaud, Président de la CGPME. En clair, l'essentiel des volumes à l'export est réalisé par les grandes entreprises. « La culture entrepreneuriale française ne conduit pas spontanément les PME à se projeter à l'international, contrairement à ce qui prévaut en Allemagne ou en Italie, explique Jean-François Roubaud. [...] Il faut agir plus vigoureusement pour donner aux dirigeants d'entreprises la confiance et l'envie de développer une activité exportatrice. »

L'international, une solution à la crise

« En cette période de crise en France, les marchés à l'international peuvent représenter

une véritable planche de salut pour de nombreuses entreprises, même si elles l'ignorent encore, estime Didier Gardinal. L'Europe offre, à nos portes, le plus grand marché du monde. Les pays d'Asie et d'Amérique Latine ne cessent de se développer. Et l'Afrique commence à suivre le mouvement. »

Le gouvernement a clairement affiché sa volonté d'aider au développement d'un certain nombre de PME pour en faire des Entreprises de taille intermédiaire (ETI) capables d'exporter plus fortement. Au plus près du terrain et des réalités des entreprises, les Chambres de commerce et d'industrie (CCI) ont inscrit le développement de leurs ressortissants à l'international en tête de leurs priorités. Elles proposent un soutien efficace et pragmatique, en collaboration avec d'importants réseaux nationaux et régionaux.

« En France, sur dix entreprises qui se lancent, seule une sera encore à l'international dans 10 ans, c'est un scoring à améliorer, souligne Alain Di Crescenzo, qui est Président de la CCI de Toulouse et 1^{er} Vice-Président de la CCI Midi-Pyrénées, mais aussi Président de CCI International Midi-Pyrénées. Ubifrance nous donne de grandes priorités et propose des actions à nos entreprises, par exemple la participation aux Pavillons France. Nous participons également à des initiatives portées par le ministère du Commerce extérieur, avec Nicole Bricq, comme par exemple la création d'un portail d'information au niveau international. Et nous travaillons aussi beaucoup avec la Région et au sein d'International Midi-Pyrénées, réseau qui regroupe toutes les parties prenantes au niveau de la région : les agences de développement économique, la

Agenda

Quelques rendez-vous du 1^{er} semestre 2014 à retenir, cette liste étant non pas exhaustive, mais indicative de la diversité des actions proposées :

12-15 février Salon Vivaness - Secteur : Cosmétiques naturels, Nuremberg (Allemagne)

17 février Formation Réussir sa prospection à l'export, École d'ingénieurs Purpan, Toulouse

20 février Journée pays Colombie, à Toulouse/Blagnac

3-6 mars National Airport Show - Pavillon France sur le salon des infrastructures aéroportuaires, Moscou (Russie)

10-12 mars Convention Bio Europe - Secteur : Biotechnologies, Turin (Italie)

12-16 mars Salon India Aviation (Inde)

Avril Forum Oil & Gaz à Oslo (Norvège)

1-4 avril Salon Analytica - Secteur : Médical instruments, Munich (Allemagne)

4-7 avril Salon Cosmoprof - Secteur : cosmétiques, Bologne (Italie)

8-10 avril Salon Aircraft Interiors, Hambourg (Allemagne)

15 avril Formation La TVA dans les échanges internationaux, Albi

14-22 mai Rencontre d'acheteurs Talents des vignobles français, Japon/Taiwan/Singapour

5 et 6 juin Forum Destination International - Centre de congrès Pierre-Baudis, Toulouse

9-14 juin Mission collective de prospection TIC, Canada

23-26 juin 2014 Convention Bio USA - Secteur : Biotechnologies, San Diego (USA)

29 juin-3 juillet Mission agro et salon Fancy Food Show, New York (USA)

Région Midi-Pyrénées, la Coface, Ubifrance, les CCI, les Chambres des métiers, les conseillers du commerce extérieur, etc., pour définir des stratégies et monter des opérations pour lesquelles des financements sont débloqués par le Conseil régional. Nous-mêmes, CCI, réalisons entre 70 % et 80 % de ces opérations décidées en commun, en mobilisant les entreprises à travers des appels à projets. Nous accompagnons ainsi 150 entreprises par an, qui bénéficient de financements pour partir en missions de prospection, participer à des salons, exposer à l'international, assurer des rendez-vous avec des clients potentiels, etc. »

La force d'un réseau

Les CCI de Midi-Pyrénées ont fait de l'export leur priorité pour 2014, avec un vaste plan d'action intitulé Destination Internationale, et porté par le réseau régional CCI International Midi-Pyrénées, auquel participent l'ensemble des CCI du territoire, qui ont mutualisé leurs moyens. CCI International compte 17 équivalents temps plein sur la partie International pure, huit issus de la CCI de Toulouse et de

celle de Midi-Pyrénées, qui sont au siège de Blagnac, et neuf autres répartis sur l'ensemble des départements de la région. S'ajoutent à ces personnes ressources trois permanents du Réseau Entreprise Europe, qui renseignent les entreprises notamment sur les opportunités et règlements provenant de l'Union européenne. « C'est du terrain, pas de la philosophie, affirme Alain Di Crescenzo. Nous menons des actions au plus près des entreprises. La valeur du réseau des CCI, c'est sa proximité. »

Très concrètement, le plan d'action Destination Internationale a été élaboré par le réseau CCI International Midi-Pyrénées pour renforcer et consolider sa stratégie d'accompagnement des entreprises à l'international autour de cinq piliers essentiels :

1. Le Forum Destination Internationale

La 8^e édition du Forum Destination Internationale sera organisée par CCI International Midi-Pyrénées les 5 et 6 juin 2014 au Centre des congrès Pierre-Baudis de Toulouse. Cet événement, unique en

Midi-Pyrénées, est porté par le réseau des CCI, et a pour objectif d'accompagner les entreprises du territoire souhaitant développer leur activité à l'export, quel que soit leur degré de maturité à l'international. Le focus de cette année sera : « Midi-Pyrénées : Exportons les savoir-faire de nos entreprises. »

Les principaux acteurs publics et privés du développement à l'international seront présents, et les entreprises auront la possibilité de construire leur programme de rendez-vous à la carte, avec des financeurs, des experts pays, des acheteurs, etc.

2. Le Club Destination Internationale

Pour permettre aux entreprises de toute la région de mieux partager leurs ambitions et leurs expériences de l'international, CCI International lance en 2014 le Club Destination Internationale. Il proposera de fédérer les membres des clubs d'exportateurs animés par les CCI dans chaque département et les entreprises membres ou non d'autres structures dédiées à l'international, et cela quel que soit leur niveau d'expérience à l'international. L'appui et l'animation de ce nouveau club





LA RÉGION MISE SUR LE NET

La plateforme numérique Export Midi-Pyrénées, inaugurée par le Président de la Région Midi-Pyrénées Martin Malvy en présence de la ministre du Commerce extérieur Nicole Bricq, est l'un des outils dont la Région se dote pour assumer le rôle central que le gouvernement a décidé de donner aux régions en matière d'accompagnement des entreprises à l'export. « Cet outil est sans doute le plus puissant en France à l'heure actuelle en matière d'accompagnement des entreprises à l'international », a estimé Martin Malvy. Cette plateforme, dont l'adresse est www.export.midipyrenees.fr, apporte des bases de données pointues et actualisées et des outils de traitement personnalisés prolongés par une assistance en ligne. Elle donne notamment accès à 186 fiches pays, plus de 10 000 pages d'information, quelque 30 000 études de marché, 40 000 salons et manifestations internationales, 650 places de marché en ligne, etc.

Par ailleurs, la Région subventionne un programme d'accompagnement individualisé des PME-PMI pour structurer leur démarche à l'export, baptisé Accession Export et animé par les CCI.

seront assurés par CCI International, avec comme actions phares l'organisation d'événements de networking entre les membres, la réalisation d'outils leur permettant de mieux se connaître et de mutualiser leurs savoir-faire, la mobilisation de référents experts sur des thématiques pays, filières et techniques, des visites d'entreprises, la mise à disposition des ressources de CCI International Midi-Pyrénées et d'infrastructures proches de l'aéroport, et le recueil des besoins et propositions d'actions des entreprises.

3. Le Kit Destination International

Ce kit s'articule autour de quatre grands thèmes pour accompagner toutes les entreprises, de la primo-exportatrice à la plus expérimentée, grâce à une offre de services sur mesure :

- sensibiliser et informer les entreprises sur l'international, avec notamment de l'information de proximité sur les aides auxquelles elles peuvent prétendre, un centre de ressources par département, plus de 60 journées ou manifestations par an, un numéro de téléphone dédié aux informations sur l'international (le 08 10 51 00 02), des pré-diagnostic d'entreprises, etc.
- préparer le développement de l'entreprise à l'international en réalisant diagnostics, études, plans d'action stratégiques, recherche de financements, mise en réseau, etc.
- structurer l'activité sur les marchés étrangers : appui marketing, recrutement de personnel dédié à l'international, coaching export, formations sur mesure...
- accompagner le développement : missions de prospection individuelles ou collectives, mise en relation avec des prospects étrangers, participation à des salons ou conventions

d'affaires sous forme packagée, rencontres acheteurs, aide à l'implantation de filiales...

4. Les Formalités Destination International

Historiquement, les CCI sont en charge de la réalisation de multiples procédures en matière de commerce international qui exigent la réalisation de formalités en France ou dans les pays concernés : certificats d'origine, certifications de signature ou de facture, et carnets ATA. Toutes ces formalités représentent plus de 20 000 actes par an, et les CCI du territoire sont toutes engagées dans un processus de dématérialisation des formalités pour rester à l'avant-garde des process internationaux (voir p. 47).

5. L'Espace Destination International

Il s'agit d'accueillir les entreprises physiquement et de leur offrir des infrastructures adaptées aux relations avec les opérateurs étrangers.

La CCI Midi-Pyrénées ouvre ses salles et ses équipements à toutes les entreprises de la région, créant un Espace Destination International avec un guichet d'accueil physique destiné à recevoir les entreprises sur rendez-vous et à les conseiller, et trois services soumis à facturation : une salle de visioconférence destinée à développer les contacts avec des opérateurs à l'étranger ou en France, une salle de conférence pour des présentations, et des bureaux d'accueil pour des rendez-vous avec des partenaires étrangers (consommation et consommables seulement sont soumis à facturation).

Grâce à ce plan complet pour structurer leur offre d'accompagnement des entreprises, les CCI de Midi-Pyrénées se donnent les moyens de développer les actions à l'export de leurs ressortissants. Expertise, proximité, échanges et mutualisation sont les maîtres-mots de l'action des CCI. Elles ont chacune, depuis des années, accumulé une forte expérience et des outils efficaces pour soutenir leurs ressortissants dans cette compétence fondamentale pour elles qu'est l'export. Avec ce plan Destination International, elles les mettent aujourd'hui en commun et en cohérence afin de mieux servir les entreprises, pour qui l'international est un enjeu plus crucial que jamais.

INUTILE D'ALLER VOIR AILLEURS SI L'HERBE EST PLUS VERTE...



À Oueillac, la Zone d'Intérêt Régional (ZIR) du Mass de Red est le parc d'activités économiques emblématique de la politique de développement économique de Tarn & Dadou. Sur 50 hectares, au sein d'un site attractif par ses aménagements comme par son environnement, il vise à accueillir des entreprises de dimension régionale dans les secteurs des énergies renouvelables, de l'économie circulaire, et propose des solutions locales immédiates de grande capacité.



TARN & DADOU
VAL D'AUTAN



Communauté de communes Tarn & Dadou • ccs.tad.fr • Tél. 05 63 83 61 74 • dev@ccs.tad.fr

REJOIGNEZ-NOUS !



ENTRETIEN AVEC

Didier Gardinal & Alain Di Crescenzo

Accompagnement à l'export

“ Nous obtenons de bons résultats ! ”



Le développement des entreprises à l'international est la priorité pour 2014 de la Chambre de commerce et d'industrie Midi-Pyrénées (CCI MP) et des CCI départementales.

Les explications de Didier Gardinal, Président de la CCI MP, Trésorier de CCI France, et d'Alain Di Crescenzo, 1^{er} Vice-Président de la CCI MP, tous deux dirigeants d'entreprises, Alain Di Crescenzo étant également Président de la CCI de Toulouse, Président de CCI International MP, et Vice-Président de CCI International France.

Les CCI de Midi-Pyrénées ont fait de l'international leur priorité en 2014. Pourquoi ?

Didier Gardinal : L'international était l'une des priorités inscrites dans notre projet de mandature, et nous avons donc rédigé un Schéma sectoriel pour renforcer notre action dans ce domaine qui est aujourd'hui plus important que jamais. En effet, dans les périodes de crise économique, se projeter à l'international permet aux entreprises de se positionner sur de nouveaux marchés. Les CCI sont là pour les aider à détecter leur potentiel et pour les accompagner car, en Midi-Pyrénées comme en France, les entreprises n'exportent pas assez, en particulier les PME et les PMI. Elles pensent qu'elles n'ont pas la taille nécessaire, alors que la question est avant tout celle de la qualité des produits et de la volonté !

Alain Di Crescenzo : Les CCI sont là pour soutenir les entreprises dans leur croissance et leur compétitivité, et l'international est un domaine clé, comme le montrent quelques chiffres. La France a divisé par deux ses parts de marché dans le monde en dix ans, passant de 6,4 % à 3,5 %. Il existe un malaise significatif du commerce extérieur, car même quand notre balance s'améliore, c'est parce que nos importations reculent, ce qui n'est pas forcément bon signe !

Pourquoi cette sous-performance des entreprises françaises dans leur ensemble ?

Alain Di Crescenzo : Nous avons des difficultés à faire exporter les petites et moyennes entreprises ainsi que les ETI. En ratio, nous avons quatre fois moins d'entreprises exportatrices que l'Allemagne. Nous avons un potentiel important, mais du travail à faire, car chaque année 30 000 entreprises françaises se lancent à l'export, tandis que 30

000 autres arrêtent. Ce malaise, on l'a bien compris à tous les niveaux, c'est pour cela que sont lancées des initiatives de l'État, des collectivités, des organismes consulaires, etc. Il faut un véritable Plan Marshall pour l'international. Si la France avait un solde extérieur équilibré, cela représenterait des centaines de milliers d'emplois supplémentaires pour notre pays.

Midi-Pyrénées, pourtant, s'en sort bien !

Didier Gardinal : En effet, dans ce contexte, notre région fait figure de village gaulois de l'export ! Nous sommes la région n° 1 de l'excédent extérieur, avec 15 milliards d'euros. Nous exportons pour près de 45 milliards d'euros, ce qui fait de nous la 3^e région exportatrice de France. Nos exportations ont cru de 17 % en 2012. Nous avons une culture internationale, et si l'aéronautique réalise 80 % de ces flux, nous avons aussi un réservoir important d'entreprises capables d'aller à l'international à condition d'être accompagnées par des moyens financiers et humains. C'est pourquoi nous avons au sein des CCI de Midi-Pyrénées 20 équivalents temps plein qui se consacrent à ce travail d'accompagnement.

Quel est le réel potentiel de croissance à l'international ?

Alain Di Crescenzo : Aujourd'hui, les frontières sont relativement ouvertes et des entreprises étrangères viennent de plus en plus prendre des parts de marché en France. À potentiel constant, cela veut dire que nos entreprises doivent trouver de nouveaux marchés pour compenser ceux qu'elles perdent chez elles. Autre enjeu : la France représente 3,6 % du PIB mondial. Cela veut dire qu'il y a 25 fois plus de marchés à l'extérieur qu'à l'intérieur de nos frontières !



Enfin, la croissance des marchés dans le monde est actuellement de 3 % en moyenne, contre 0 % en France.

Non seulement l'international représente de nouvelles parts de marché, mais une étude de l'Insee a également montré que les entreprises qui exportent sont plus compétitives, croissent trois à quatre fois plus que les autres, embauchent plus, génèrent de l'activité et sont des locomotives localement.

C'est pour répondre à ces enjeux que nous avons lancé un plan ambitieux et réaliste pour l'international (voir pages 8-12).

Les chefs d'entreprise de la région sont-ils assez conscients de ce potentiel ?

Alain Di Crescenzo : Oui, et en plus ce phénomène s'accélère, notamment avec les jeunes qui arrivent sur le marché du travail, et qui sont de plus en plus ouverts à l'international. Les CCI pilotent les écoles de commerce comme Toulouse Business School, qui compte 4 000 étudiants en formation initiale et 2 000 en formation continue. Nous cultivons chez eux l'esprit d'ouverture.

Ensuite, notre responsabilité vis-à-vis des entreprises est de leur mettre le pied à l'étrier, pour que leurs premiers pas à l'international soient une réussite, car quelqu'un qui échoue

à l'export à sa première tentative n'y revient pas. Il faut un cycle d'apprentissage : l'export, ça commence en France, avec tout un travail de préparation, et dans un deuxième temps seulement il faut trouver la ou les destinations appropriées, s'assurer que l'entreprise dispose du degré de structuration nécessaire pour ce projet, et faire l'étude de marché. Nous apportons notre expertise à chacune de ces étapes.

L'international, ce n'est donc pas forcément le grand saut dans l'inconnu...

Didier Gardinal : En effet, d'autant que l'exportation, ça peut être un marché très proche, comme l'Espagne ou l'Italie. 80 % des exportations françaises se font vers des pays européens. Les marchés émergents sont très prometteurs, mais ce n'est pas forcément la peine d'aller aussi loin dans un premier temps. Les entreprises apprennent en se lançant, et nous les suivons sur la 2^e, la 3^e année, etc. Nous ne les laissons pas tomber, et nous obtenons de bons résultats, nous sommes dans le qualitatif. Sur trois ans, 65 % des entreprises que nous avons accompagnées sur des salons à l'international ont fait des affaires. 62 % de celles qui ont participé à des missions et des rendez-vous d'affaires



ont créé des flux avec l'étranger. Et 74 % des entreprises primo-exportatrices poursuivent leur action à l'international l'année suivante.

80 % des exportations de Midi-Pyrénées sont assurées par l'aéronautique, l'espace et les systèmes embarqués : notre région dispose-t-elle d'assez d'ETI pour ne pas compter que sur ses champions ?

Didier Gardinal : Aujourd'hui, il n'y a certes pas assez de ces établissements de taille intermédiaire qui font la force notamment de l'Allemagne. Fusionner, se rapprocher, les grands groupes savent le faire dans tous les domaines, dans l'industrie comme dans les services. Mais ce n'est pas encore dans la culture de nos PME. Pourtant, mutualiser des services, des compétences, c'est faire des économies de coûts, des économies d'échelle, comme nous le démontrons au niveau des CCI : avec 20 % de budget en moins sur 2014, nous développons quand même nos services, avec des programmes importants comme celui sur l'international.

Alain Di Crescenzo : La question des ETI n'est pas un problème seulement régional. Une étude extraordinaire du Cerfi a montré qu'il y a plus d'entreprises françaises

qu'allemandes dans le classement des 500 plus grandes entreprises mondiales. Nous avons aussi plus de TPE. Mais nous avons deux fois moins d'ETI... Nous nous sommes demandé pourquoi, et le fait est qu'en France, chaque année, 10 % des potentielles ETI sont rachetées par des groupes. Nous sommes moins bons que les Allemands pour le partage des marges et de la propriété intellectuelle. Et nous avons aussi une fiscalité et un coût de la main-d'œuvre qui ne favorisent pas la croissance et l'investissement. Des initiatives comme Pacte PME, présidé par Fabrice Brégier, Président d'Airbus, pour réserver des parts de marchés aux PME et PMI, les aider dans l'innovation et l'export, sont bienvenues. En région, nous avons le Club Stratégie Achats, qui, depuis 1993, à l'initiative de la CCI de Toulouse, est sur ces problématiques et regroupe les plus gros acheteurs du territoire.

Comment avez-vous pensé le Schéma sectoriel pour l'International que vous avez présenté fin décembre ?

Didier Gardinal : Tout le travail a été de consolider et de perfectionner les dispositifs existants avec toutes les CCI de Midi-Pyrénées, avec comme objectif de laisser les compétences sur les territoires. Sur la

vingtaine d'équivalents temps plein travaillant au sein de CCI International, près de la moitié sont dans les départements, et nous avons regroupé sur le site de la CCI Midi-Pyrénées, à Blagnac, les collaborateurs de la CCI Midi-Pyrénées et de la CCI de Haute-Garonne. Les CCI se considèrent comme un acteur majeur du soutien à l'export, nous l'affichons, et nous le démontrons avec notre programme et nos mutualisations, même si nous ne sommes pas les seuls, puisque la Région et d'autres organismes agissent également dans ce domaine. Notre objectif est de travailler en bonne intelligence avec eux, et de mettre au service des entreprises ce que personne d'autre n'a : notre tissu, notre proximité, une équipe de 20 personnes dédiées à ce sujet. Nous sommes aussi le représentant des entreprises, et un acteur public, comme le rappelle le Contrat d'objectif et de performance signé au niveau national avec le Premier ministre et définissant l'international comme l'une des sept missions qui nous sont reconnues. Nos opérateurs sur le terrain, aux côtés des entreprises dans tous les départements, sont là pour détecter des potentiels et lancer des primo-exportateurs. Seul le contact direct que nous cultivons avec les chefs d'entreprises permet cela.



TAXE D'APPRENTISSAGE 2014

Parce qu'avant d'être dirigeant,
vous étiez étudiant.



hotelrepublique.com 2014 - © Getty Images, Shutterstock

**Think
& Create**



Aujourd'hui c'est vous, dans votre entreprise, qui avez le pouvoir de contribuer à l'accomplissement de nos jeunes en désignant Toulouse Business School comme bénéficiaire de votre taxe d'apprentissage. www.tbs-education.fr

Les services, leviers de compétitivité

C'est en se concentrant sur son cœur de métier, où elle apporte toute sa valeur ajoutée, qu'une entreprise peut s'améliorer, innover et gagner des marchés, en France comme à l'étranger. S'appuyer sur l'expertise d'autres entreprises pour des activités non-stratégiques est donc aujourd'hui un moyen efficace de gagner en compétitivité.



BuroPôle Services propose des bureaux équipés de tous les services : mobilier, Internet, gestion du courrier, etc.

Il est loin le temps où une entreprise gérait elle-même toutes ses activités, de la logistique à la facturation en passant par la paie, le marketing, l'informatique, la comptabilité, etc. Aujourd'hui, de plus en plus d'entreprises se concentrent sur leur cœur de métier et confient leurs tâches non-stratégiques à des partenaires extérieurs qui pourront les accomplir mieux qu'elles, et souvent à un coût moindre car ces partenaires sont eux-mêmes spécialisés sur leur secteur d'activité, ce qui est générateur d'efficacité et d'économies. Les entreprises de notre région ont sans doute plus que d'autres compris l'importance qu'il y a à s'entourer de compétences externes. « Les services aux entreprises occupent en Midi-Pyrénées une place plus importante que dans les autres régions de province : ils représentent près de 15 % des emplois salariés, notait déjà l'Insee en 2010, constatant une « poussée » de cette

catégorie de services de 1999 à 2007. Le développement des emplois dans ce secteur, même en période de crise (+2,3 % en 2012), témoigne de son dynamisme.

L'innovation en plus !

Cette force des services aux entreprises dans la région est aussi due à la capacité d'innovation de nos PME. La société MC Informatique développe par exemple un logiciel qui devrait lui ouvrir de nombreux marchés. Cette société d'informatique basée à L'Union a une activité classique de vente et de prestation de maintenance vers les professionnels, mais son fondateur, Christian Monturet, met la dernière main à un logiciel générateur de fichiers multimédia, Mediabook, sur lequel il travaille depuis des années. Une sorte de Powerpoint qui en aura toutes les fonctionnalités, mais qui permettra en plus de mettre à jour à distance écrans, téléphones et autres bornes disposés dans des agences, des magasins, des administrations, etc. « L'utilisateur enverra par un geste très simple de glissé/déposé des fichiers vidéos, musiques, textes ou images sur un serveur, et les écrans connectés pourront à distance reconnaître, grâce à leur programmation, les fichiers qui leur sont destinés et les afficher, explique Christian Monturet. Les bornes pourront également intégrer des accès à des sites Internet, accès qui seront bien sûr limités en termes de temps et de navigation. » Une solution complète qui évitera d'envoyer du personnel assurer des mises à jour sur chaque site pour chaque écran ou chaque borne, tout étant désormais centralisé et fluide d'utilisation. Un outil qui pourra intéresser aussi bien des commerces que des administrations, pour leurs messages aux usagers, ou les entreprises, pour leur communication interne.



Mutualiser les coûts

S'appuyer sur d'autres entreprises est aussi un excellent moyen de tester un marché, une activité, et de la développer progressivement, en limitant les investissements. Le Cloud permet aujourd'hui d'avoir accès à un nombre incroyable de services en ligne, avec un paiement à l'usage, sans le moindre investissement en termes de logiciels ou de serveurs. L'immobilier d'entreprise n'est pas épargné par cette tendance. « *Nous déchargeons les entreprises de tout leur quotidien*, indique ainsi Caroline Rofé, fondatrice et gérante du centre d'affaires BuroPôle Services, à Labège. *Nous proposons des bureaux équipés de tous les services : mobilier, Internet, téléphone, gestion du courrier, etc. Les dirigeants d'entreprise et leurs salariés ne s'occupent que de leur métier, pas d'aller à la poste ou de répondre au téléphone. Nous les soulageons de toute la logistique et de l'administratif, et nous proposons également des services annexes comme le secrétariat. De plus, comme toutes ces fonctions sont mutualisées, elles reviennent moins cher à l'entreprise que si elle devait les assumer elle-même.* » Ainsi, des entreprises ayant besoin

de locaux pour tester une nouvelle activité ou un nouveau marché peuvent-elles s'installer sans être tenues par un bail, une solution qui a convaincu aussi bien des entreprises locales que nationales. BuroPôle Services, pour jouer à fond la carte du service, organise en outre pour elles des événements avec des intervenants extérieurs, au moins une fois par mois, sur des thèmes qui les intéressent : la communication des entreprises sur le web, la gestion de trésorerie, l'informatique en Cloud, etc.

Des services aussi... publics

Enfin, ce tour d'horizon serait incomplet sans une mention particulière pour les services innombrables et irremplaçables que les acteurs publics, consulaires et les collectivités territoriales apportent aux entreprises. Les services de l'État, les mairies, communautés de communes, conseils généraux et régionaux non seulement entretiennent les routes, assurent l'éducation, la recherche et la formation, et gèrent les déchets et les flux comme l'eau ou l'électricité, mais ils accompagnent en plus le développement des entreprises par la création d'infrastructures et de

services comme les pépinières d'entreprises, les zones artisanales et commerciales, les dispositifs de soutien à la création d'entreprises et à l'export, etc.

Soulignons aussi, toujours côté public, l'apport réalisé en termes d'information et d'accès aux financements par la Banque de France au niveau régional. La Banque de France agit aussi de bien d'autres manières, par exemple en accompagnant les PME avec la Gestion opérationnelle et dynamique des entreprises (Geode), une prestation individuelle qui établit au profit du chef d'entreprise un diagnostic objectif des forces et faiblesses de son entreprise, et élabore des simulations pour analyser ses besoins de financement à la lumière de ses projets de développement.

Autre acteur incontournable, dans le secteur cette fois de l'intelligence économique : l'observatoire économique de Midi-Pyrénées Obséco, mis en place en 2005 par la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) Midi-Pyrénées et le réseau des CCI de la région avec l'appui technique de la CCI de Toulouse. Obséco offre aux entreprises des statistiques par secteurs et par territoires indispensables à l'analyse de leurs marchés, et leur permet d'élaborer leur stratégie avec plus de sûreté. L'ensemble des acteurs économiques publics, privés et consulaires forment ainsi, notamment grâce au développement des services, un écosystème dans lequel chacun compte de plus en plus sur les autres pour se développer et s'épanouir.



ENTRETIEN AVEC **Jean LUMINET**

“ L’innovation est fondamentale ! ”

Pour exporter, une entreprise doit d’abord, selon Jean Luminet, Président de l’Union des industries de Midi-Pyrénées, miser sur l’innovation, viser les marchés porteurs en s’adaptant aux demandes émergentes, et être compétitive grâce à un niveau de prélèvements équivalent à celui des autres pays industrialisés. L’UIMM-MP regroupe 1 700 entreprises et plus de 80 000 salariés de la métallurgie, de l’électronique, de l’automobile, de l’espace, et de l’aéronautique.

La Convention nationale de l’UIMM, qui aura lieu en avril 2014, aura pour thèmes la simplification, l’innovation et la compétitivité. Autant de préalables à l’exportation pour une entreprise ?

Jean Luminet : Aujourd’hui, nous sommes en France à la traîne en matière d’export, en raison de handicaps comme la structure de nos coûts. Les taux de cotisations patronales et salariales sont plus élevés que dans les autres grands pays européens, et nous avons la marge moyenne la plus faible, avec 28 % en 2012, dix points derrière l’Allemagne. Mais les coûts ne sont pas tout, nous avons d’autres points à améliorer pour conquérir des marchés à l’international, notamment la qualité et le respect des délais. Nous avons une bonne productivité, mais cela ne compense qu’en partie nos points faibles, et notre balance commerciale est toujours négative. Il est donc impératif que le gouvernement français prenne des mesures pour renforcer la compétitivité des entreprises, comme annoncé le 14 janvier avec le Pacte

de responsabilité. S’il se traduit dans les faits, si les charges baissent sans impacter de manière négative le salaire net des salariés, les entreprises pourront se développer et embaucher, créer un million d’emplois supplémentaires par rapport à ceux qu’elles créent déjà pour compenser les destructions d’emplois.

Que peuvent faire les entreprises de leur côté pour gagner en compétitivité ?

J.L. : Comparons par exemple le cas de l’automobile et celui de l’aéronautique. Dans l’automobile, nous ne sommes pas assez présents à l’international. Nos concurrents sont meilleurs sur les coûts, certes, mais aussi sur la qualité et sur la réponse aux besoins. Ce n’est pas une question de débouchés : l’aéronautique est portée par une croissance du trafic aérien mondial de 5 à 6 % par an, surtout dans les pays émergents, quand l’automobile dispose, elle, d’un marché mondial en croissance de 12,5 % par an ! Cela n’a pas empêché la France de



Photos : D. R. / Design Pics / Denis Faix / Interlinks Image 2007

supprimer 50 000 emplois dans l'automobile de 2009 à 2012, et on en supprimera sans doute 50 000 de plus sur 2012-2015. Ce n'est pas normal. J'espère que nos constructeurs vont se réveiller, ce n'est pas une fatalité. Nous sommes capables de faire de bons produits, correspondant à la demande, et d'implanter nos chaînes d'assemblage dans les pays où le marché est porteur. La chaîne d'assemblage d'Airbus, par exemple, correspond à 5 % du prix de l'avion, ce n'est pas le plus cher. Il ne faut donc pas tout mettre sur le dos du gouvernement, il y a du chemin à faire des deux côtés.

Notamment en matière d'innovation ?

J.L. : En effet, si nous voulons être présents dans les pays émergents, où se trouve le plus de croissance, il faut des produits innovants et répondant aux besoins d'aujourd'hui et de demain. Cela demande beaucoup de recherche et d'innovation. Nous sommes bons dans ce domaine en Midi-Pyrénées, mais pas suffisamment au niveau national. La croissance de la France va être entre 0,8 et 1 %, bien en dessous de celle des États-Unis, de l'Allemagne, et même de l'Espagne et du Royaume-Uni. Ce ne sont pourtant pas des pays émergents ! Nous pouvons faire mieux, et pour cela l'innovation est fondamentale, c'est comme cela que nous aurons des marchés à l'international et que nous

créerons des emplois. L'aéronautique est un exemple à suivre pour d'autres secteurs.

Cette question de l'innovation est corrélée à celle de la qualification...

J.L. : Tout à fait, et donc à la question de la formation de nos salariés. Sur les 40 ans que peut durer une carrière, les métiers évoluent, il faut donc développer la formation continue pour les salariés, ainsi que pour les demandeurs d'emploi, afin qu'ils puissent s'adapter aux nouvelles productions. Et il ne faut bien entendu pas oublier la formation initiale des jeunes sur des métiers d'avenir.

Le gouvernement est en train de mener une réforme du financement de la formation, mais attention, dans la formation, il y a de bons et de mauvais élèves : cette réforme doit être l'occasion de renforcer les premiers et d'amener les autres à s'améliorer. Les budgets de la formation doivent aller à la formation, pas au financement des organisations syndicales salariales ou patronales. La formation est primordiale pour nos entreprises comme pour les salariés : le Centre de formation des apprentis créé par l'Union des industries de Midi-Pyrénées forme du CAP au diplôme d'ingénieur, et pour les 1 200 jeunes inscrits, le taux d'insertion en entreprise à la sortie est de 90 %. Autre exemple : nous avons formé en 2012 avec Pôle Emploi 2 000 personnes, et ce sont 2 000 postes

qui ont été pourvus. Je dis bravo, ce n'est pas juste de la formation pour la formation, je me félicite des relations que nous avons avec Pôle Emploi et le Conseil régional, parce que cela a abouti à un vrai résultat.

Nous avons parlé compétitivité, innovation, et votre troisième priorité est la simplification. Dans quel domaine en particulier ?

J.L. : Il faut tout simplifier dans les procédures. Créer une entreprise en France demande plusieurs mois de paperasse, alors que chez nos voisins quinze jours suffisent. Ensuite, il faudrait refondre le Code du travail car on ajoute des dispositions sans jamais en supprimer, revoir les seuils de 20, 50, 1 000 salariés, simplifier la représentation du personnel pour rendre plus efficace le dialogue social, parce que nous avons aujourd'hui les délégués du personnel, les délégués syndicaux, les comités d'entreprises, les CHSCT, etc. L'UIMM travaille sur ce dossier avec ses adhérents et avec le Medef pour identifier les freins majeurs et donner plus de souplesse aux entreprises. Le Président parle d'un choc de simplification, maintenant il faut des actions concrètes. Moins de temps dans les procédures, c'est plus de temps pour autre chose, notamment pour le développement et l'export.

En Midi-Pyrénées, nous n'avons pas à nous plaindre, nous avons une croissance entre 2 et 3 %, largement supérieure à la moyenne nationale, et une balance du commerce extérieure bénéficiaire. Même l'emploi salarié est en croissance. Il y a des choses qui marchent bien, de bonnes pratiques, il faut les étendre ailleurs. Et avec le Pacte de responsabilité, qui engage à la fois les entreprises et le gouvernement, avec un allègement des charges contre la création massive d'emplois, je suis optimiste.

ANALYSE DU DIRECTEUR RÉGIONAL MIDI-PYRÉNÉES DE LA BANQUE DE FRANCE

Patrick BERGER

« L'économie régionale résiste bien malgré un contexte de relative atonie de la demande »

Patrick Berger analyse pour « Entreprises à la Une » la situation économique en Midi-Pyrénées en 2013, et dresse quelques perspectives pour 2014. La croissance des chiffres d'affaires est, et devrait rester, inégale dans les différents secteurs d'activité. Globalement l'aéronautique et les services continuent de progresser, tandis que le BTP est à la peine. L'investissement est au point mort, les commerces et la restauration connaissent des difficultés, et sur le plan financier le ralentissement des financements aux TPE-PME se confirme.



Patrick Berger, Directeur régional Midi-Pyrénées de la Banque de France

L'étude que nous venons de finaliser sur l'évolution de la situation des entreprises en Midi-Pyrénées et les prévisions pour l'année à venir dresse un bilan 2013 en phase avec les anticipations formulées au début de l'an passé. Les prévisions 2014 sont encore positives dans l'industrie et les services marchands, mais un nouveau repli est attendu dans la construction.

L'étude porte sur plus de 1 600 entreprises employant 129 000 salariés dans les secteurs industriels, des services (ingénierie, informatique et transports) et du BTP.

Les chiffres d'affaires

En 2013, les chiffres d'affaires s'inscrivent en hausse dans l'industrie régionale (+5,2 %, comparable à 2012). Ce sont les secteurs des matériels de transports (+8,8 %), et en particulier l'aéronautique, qui tirent le mieux leur épingle du jeu. L'agroalimentaire connaît une croissance (+2,8 %) plus faible que prévu. Quant à la fabrication d'équipements électriques et électroniques, le repli annoncé s'est confirmé (-1,4 %).

Le secteur des services aux entreprises (+2,8 %) enregistre une augmentation de son courant d'affaires conforme aux anticipations (+2,6 %). Le « Transport et entreposage » (+3,7 %) dépasse ses prévisions (+0,6 %) alors que la croissance des services

informatiques marque un net ralentissement (+1,4 %). L'ingénierie technique a encore bénéficié de la dynamique aéronautique (+2,3 %). La production se contracte dans le BTP (-0,5 %), et particulièrement dans le gros œuvre (-4,7 %). Le regain d'activité sur le dernier quadrimestre dans les travaux publics se traduit par une croissance de 1,9 % de la production, en liaison avec l'intensification des travaux pour les collectivités locales.

L'investissement

L'investissement s'inscrit en baisse dans tous les secteurs.

Les effectifs

Les effectifs se confortent dans l'industrie (+1,7 %) et, plus fortement, dans les services (+3,1 %), contrairement au BTP où ils s'érodent (-0,3 %, jusqu'à -2,3 % dans le gros œuvre). Le recours à l'intérim diminue dans la plupart des branches.

La rentabilité

La rentabilité évolue favorablement dans les branches aéronautiques, alors que la situation des acteurs du BTP se dégrade à nouveau. Globalement, les marges sont fortement contraintes, dans un contexte de relative atonie de la demande et de concurrence exacerbée.

Perspectives 2014

Pour 2014, les chefs d'entreprise anticipent une croissance des chiffres d'affaires comparable à 2013 pour l'industrie (+5 %) et les services (+3 %). La production dans le BTP baisserait de 1,9 %, avec un recul de 3 % dans les travaux publics.

Aucune reprise de l'investissement n'est annoncée.

S'agissant de l'emploi, seuls les services, dans la continuité des années précédentes, tablent sur une hausse mesurée de leurs effectifs (+1,7 %).

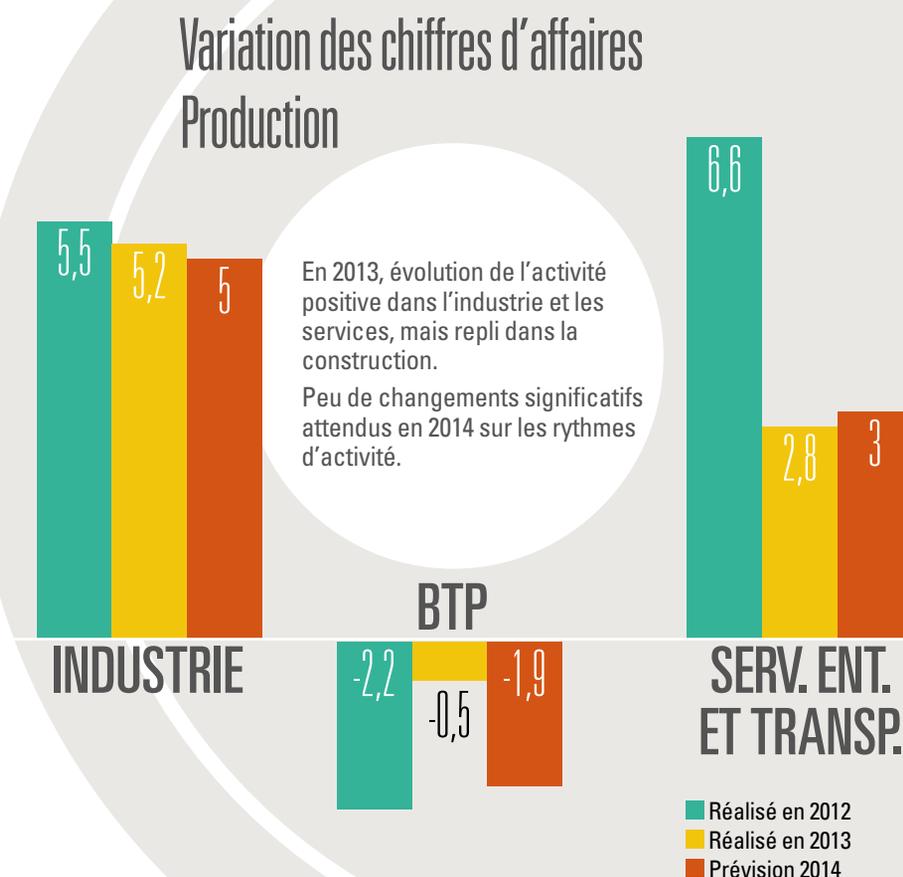
L'industrie et le BTP enregistreraient une légère réduction.

Les entreprises industrielles et les services anticipent une faible amélioration de leur rentabilité, alors que dans le BTP celle-ci se dégraderait à nouveau.

Sur le plan financier

À fin novembre 2013 et sur un an, les encours de crédits aux entreprises régionales progressent de 2,7 % (contre 0,5 % sur la France entière). Le ralentissement des financements aux TPE-PME se confirme, même si Midi-Pyrénées affiche des progressions plus fortes qu'au niveau national depuis 2008.

Au regard de l'augmentation du montant des incidents de paiements déclarés par les banques (+4 % en 2013) et du nombre de défaillances (+5,3 %, à fin novembre), les situations financières des entreprises régionales de certains secteurs (commerce, hôtellerie-restauration, construction...)



tendent à se détériorer, en moyenne. Pour autant, dans ces mêmes secteurs, des entreprises affichent toujours de solides performances, ce qui conduit à éviter de trop généraliser.

La Banque de France reste pleinement mobilisée sur l'accès au crédit des entreprises au travers du dispositif de la médiation du crédit, dans chaque département. L'activité du médiateur est relativement stable (une vingtaine de saisines mois dans la région), mais les négociations sont de plus en plus délicates eu égard à la situation fortement dégradée des entreprises concernées.



Jouer collectif pour mieux exporter

Dans les performances à l'export du Tarn-et-Garonne, l'industrie occupe une place importante, et l'agroalimentaire n'est pas le seul secteur à conquérir des marchés. La Chambre de commerce et d'industrie, de son côté, mobilise les primo-exportateurs pour leur faire profiter de l'élan créé par les locomotives du département.



L'industrie tarn-et-garonnaise regroupe 1 656 entreprises qui emploient 11 038 salariés, soit 20 % des entreprises pour 34 % des effectifs salariés du département. Si on ajoute les services aux entreprises et le commerce de gros, ce sont 3 876 entreprises dont 200 exportent, pour un chiffre d'affaires (CA) annuel cumulé de 550 millions d'euros. Un chiffre en nette progression puisqu'il plafonnait depuis quelques années à 400 millions d'euros. « Nous sommes passés à 550 millions en 2011 et 2012 grâce à une meilleure structuration de l'offre, explique Jean-Louis Marty, Président de la CCI du Tarn-et-Garonne. Les entreprises exportatrices se sont regroupées pour structurer une offre plus complète, en particulier dans les produits de l'agriculture et les machines agricoles. » S'unir pour mieux exporter est souvent une bonne idée. Le CA à l'export des industries de l'agro-alimentaire est ainsi passé de 170 à 250 millions d'euros ces deux dernières années, soit

45 % des exportations du département, réalisées d'abord par les productions alimentaires (pommes, melons, kiwis, raisin, ail, oignon, vin...), mais aussi par les machines agricoles, avec des entreprises comme Maf Roda, spécialiste montalbanais des machines à trier les fruits, qui a des implantations en Espagne, en Italie, en Californie, au Chili, au Mexique et même en Afrique du Sud.

Des locomotives à imiter

Ce savoir-faire dans les machines industrielles ne se limite pas à l'agro-alimentaire. 6 % des exportations du département concernent du matériel électrique-électronique, comme les

bras de préhension pour camions de Guima Palfinger (Caussade), les véhicules pour la construction et l'entretien des réseaux de Neotec (Bressols) ou encore les machines de la société 3R, société montalbanaise détentrice du Label Origine France Garantie. 3R, pour « Recherches & Réalisations Rémy », a réalisé 7,6 millions de CA, dont près de 30 % à l'export, avec notamment du matériel de précontrainte destiné à l'élaboration de béton précontraint, plus résistant que le béton armé. « Nous sommes les seuls au monde à faire cela, explique Jean-Baptiste Rémy, PDG de 3R, et nous exportons aussi des machines d'essais en laboratoire. Nous vendons dans une vingtaine de pays. » 3R fait partie du Club Export du Tarn-et-Garonne, animé par la CCI. « C'est intéressant, nous nous enrichissons au contact des autres, qui ont les mêmes problématiques que nous, indique Jean-Baptiste Rémy. Nous échangeons sur nos galères et nos succès, et nous pouvons trouver des synergies, par exemple pour faire ensemble des salons à l'étranger. »

La CCI accompagne également les entreprises se lançant à l'export, à travers CCI International, le réseau mutualisé des CCI au niveau régional, et à travers sa Commission Export, qui se réunit 4 à 5 fois par an. « C'est bien structuré, bien organisé, commente Jean-Louis Marty. Une entreprise débutante à l'export peut en suivre une autre en mission à l'étranger, ou embaucher un VIE pour cibler un pays. Nous aidons aussi en direct les primo-exportateurs pour les formalités, pour organiser leurs actions, structurer leur offre, etc. Nous sommes là pour donner aux entreprises une appétence à l'export, pour les mettre en relation et les accompagner. »



Clubs Export

Plus forts ensemble !

Les Clubs Export réunissent dans chaque département des chefs d'entreprises et des cadres expérimentés ou primo-exportateurs, et sont animés par la Chambre de commerce et d'industrie. Que font ces clubs, et quels avantages en tirent leurs membres ? Exemples dans l'Ariège, l'Aveyron et le Gers.



Le Club Export de l'Ariège favorise les coopérations entre ses membres

Dans chacun des départements de Midi-Pyrénées, des chefs d'entreprises partagent leurs expériences à l'international, voire mutualisent leurs moyens, en se regroupant au sein de Clubs Export animés par leur Chambre de commerce et d'industrie (CCI).

Le Club Export de l'Aveyron, présidé par Alain Fabre, ex-PDG de RAGT, organise ainsi trois réunions annuelles avec un ou plusieurs thèmes, chaque fois dans une entreprise ressortissante exportatrice. Chez Raynal et Roquelaure, fin 2013, on a parlé évolution de la douane et nouvelles aides régionales – notamment le Contrat Appui Export. Sont également présentés dans ces réunions les services proposés par la CCI : cours de

langues individuels, mise à disposition de stagiaires partant à l'étranger, etc.

« Une quarantaine de membres du club viennent à chaque fois, et ils tissent des relations auxquelles ils n'auraient pas pensé, indique Christian Soulié, directeur adjoint du Service Entreprises de la CCI et secrétaire du club. Nous sommes dans un grand département, de telles réunions sont une occasion de se rencontrer et de passer à l'action. » Suite à ces rencontres, en effet, des entreprises ont signé des Contrats Appui Export, décroché des aides de la Coface, embauché des volontaires internationaux en entreprise, etc. Les responsables s'échangent également des informations pratico-pratiques sur telle ou telle destination en Europe et au-delà, partagent des contacts. « Nous faisons un catalogue de tous les membres du club en référençant les destinations qu'ils connaissent, pour que chacun sache qui contacter en fonction de ses projets, précise Christian Soulié. Ces échanges permettent aussi de se donner confiance, de démystifier l'export pour ceux qui hésitent. »

La force d'un réseau

Dans le Gers, le Club Export a été créé en juillet 2013 et a déjà organisé trois réunions pour ses 26 entreprises membres. Les thèmes des réunions sont proposés par un comité de pilotage composé de trois entreprises, et cinq rendez-vous sont prévus pour 2014 : l'Asie en février, l'Europe en avril, les stratégies web dans le développement export fin juin, l'Amérique du Nord à la rentrée et le Proche/Moyen-Orient en décembre. « Les membres ont des besoins différents, indique Morgane Verglas, animatrice Réseaux et Filières de la CCI du Gers, qui anime ce club. Certains ont



Map, lauréate de la Nuit de l'entreprise 2013 dans la catégorie International

peu d'expérience à l'international, d'autres sont des exportateurs de longue date et chevronnés. Mais ils choisissent ensemble des thématiques qu'ils souhaitent aborder et c'est ainsi qu'en 2014 ils ont décidé de se focaliser sur des zones géographiques avec la volonté de partager leurs expériences sur ces marchés, ou d'en explorer les opportunités. »

Ce Club Export se veut ainsi avant tout un lieu de rencontre entre exportateurs afin qu'ils puissent approfondir leurs connaissances tout en développant des synergies. « Les entreprises expriment le besoin d'échanges, d'informations et d'élargir leur réseau, c'est pourquoi nous avons décidé de créer ce Club Export, explique Morgane Verglas. Au bout de six mois, on constate déjà que la mise en réseau fonctionne, avec, on l'espère, des résultats concrets prochainement. »

Des bénéfices partagés

Au sein de ces Clubs Export, ce partage d'expériences profite même aux plus expérimentés. « Les grandes sociétés exportatrices du département forment le socle du Club Export de l'Ariège, cependant, sous la houlette du Président Laurent Pineda, nous faisons venir de nouvelles entreprises, certaines étant débutantes à l'export, indique Laurent Buffard, conseiller en Développement industriel et Relations internationales à la CCI et

animateur de ce club. Mais attention, tout le monde a besoin de l'expérience des autres : on n'a jamais fini d'apprendre, et surtout on peut très bien être expérimenté sur un marché comme les États-Unis et ne pas l'être sur un autre comme la Chine. L'apport des autres pour mettre en place une stratégie est alors très important. »

Des cadres et dirigeants de sociétés comme Map, Mapaero, Aubert et Duval, Imerys Talcs de Luzenac, les Forges de Niaux, les Papeteries Léon-Martin ou encore la société Continental échangent donc entre eux et avec des primo-exportateurs sur les meilleures solutions pour pénétrer un marché, et bénéficient de réunions thématiques sur, par exemple, la logistique ou la sécurité des contrats à l'international. « Nous favorisons les coopérations, affirme Laurent Buffard, et bien sûr nous relayons largement les opportunités du programme Destination International : les missions à l'international, la participation à des salons, etc. Nous sommes aussi preneurs de rencontres avec d'autres Clubs Export de Midi-Pyrénées, qu'elles soient thématiques ou orientées sur une destination, et le Club régional en gestation sera parfaitement complémentaire de nos actions de proximité. »

Un jeu collectif soutenu par les CCI, et qui ne pourra que renforcer les positions des entreprises de Midi-Pyrénées.

Un Club régional très ouvert

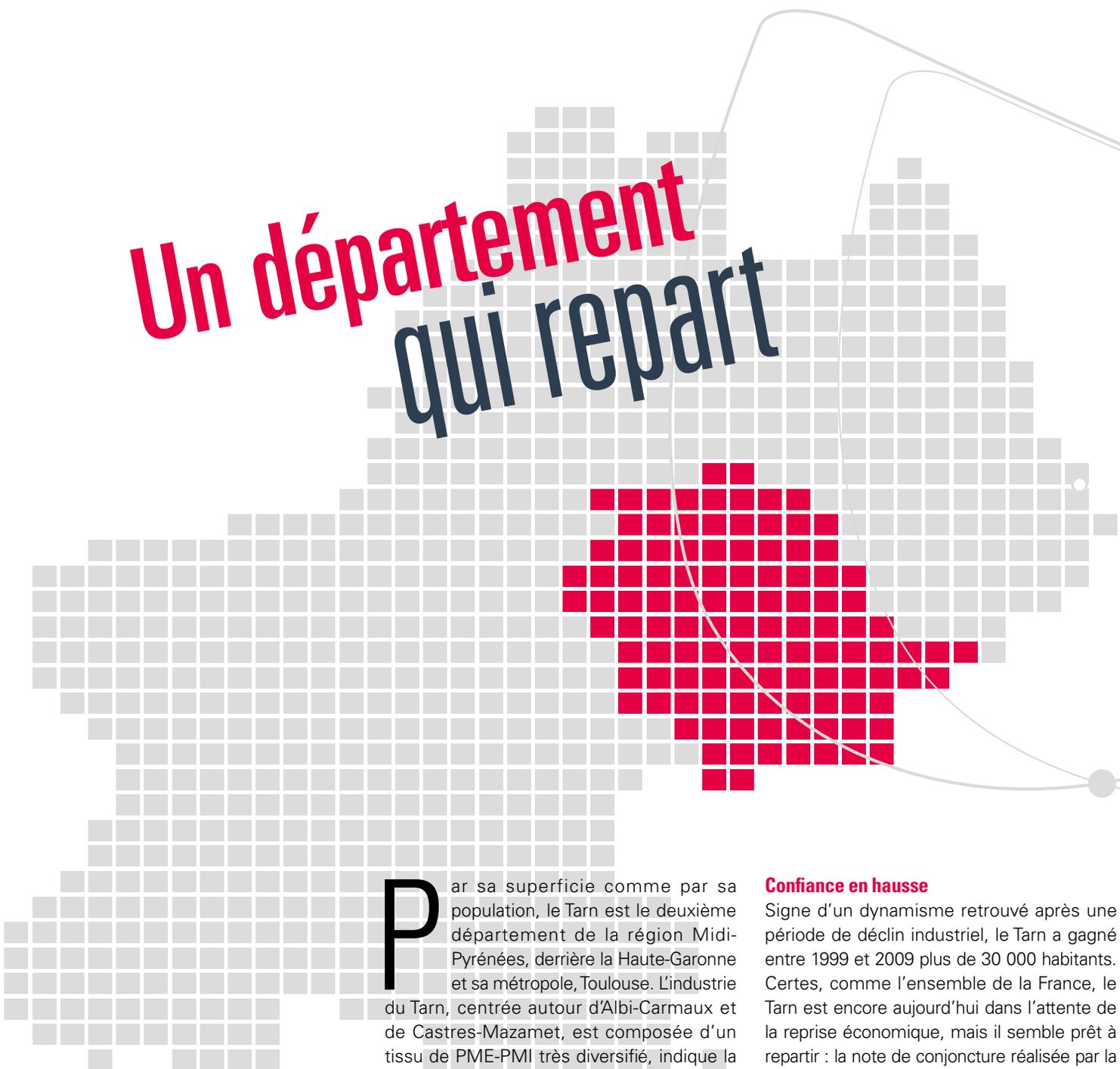
Le Club Destination International Midi-Pyrénées a vocation à « rassembler toutes les entreprises faisant partie ou non de clubs ou groupes actifs à l'international, réparties sur l'ensemble de la région, quels que soient leurs secteurs d'activité, leurs pays d'intervention ou leur niveau d'expérience à l'international, dans le but d'accroître leurs flux commerciaux et d'affaires ». Lancé et animé par CCI International Midi-Pyrénées, il permettra de partager les expériences, les connaissances et les bonnes pratiques.

« Notre volonté est que chaque entreprise de Midi-Pyrénées bénéficie de tout le savoir-faire qui est présent sur le territoire, en s'adressant à des référents par métiers et par zones géographiques, explique Alain Di Crescenzo, 1^{er} Vice-Président de la CCI Midi-Pyrénées, Président de CCI International Midi-Pyrénées, et lui-même chef d'entreprise. Ce Club a aussi pour vocation de favoriser l'entraide, les entreprises déjà présentes dans un pays pouvant proposer un soutien logistique à une autre qui commence à prospecter. »

DOSSIER SPÉCIAL

TARN

Avec ce cahier Spécial Tarn inséré dans votre magazine Entreprises à la Une, l'équipe a voulu inaugurer un nouveau format pour partir à la découverte de l'un des huit départements de la région. Ce focus ne saurait, par définition, être exhaustif : il s'agit davantage de mettre en lumière des acteurs clés du département, comme le sont les communautés de communes et d'agglomération, l'École des Mines ou les différents réseaux de chefs d'entreprises, car ils jouent un rôle majeur dans le dynamisme retrouvé du Tarn ! **La rédaction**



Un département qui repart

Par sa superficie comme par sa population, le Tarn est le deuxième département de la région Midi-Pyrénées, derrière la Haute-Garonne et sa métropole, Toulouse. L'industrie du Tarn, centrée autour d'Albi-Carmaux et de Castres-Mazamet, est composée d'un tissu de PME-PMI très diversifié, indique la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) du Tarn. Ses principales filières sont la métallurgie-mécatronique, la chimie (avec, dans la cosmétologie-pharmacie, la locomotive Pierre Fabre), l'agroalimentaire, les matériaux et le granit, le textile-cuir-habillement et le bois.

Le tourisme et l'agriculture sont d'autres secteurs économiques importants, ainsi que le commerce et les services, particulièrement développés grâce à un taux d'urbanisation qui est le plus fort de la région – hors Haute-Garonne, bien entendu –, avec six villes de plus de 10 000 habitants.

Confiance en hausse

Signe d'un dynamisme retrouvé après une période de déclin industriel, le Tarn a gagné entre 1999 et 2009 plus de 30 000 habitants. Certes, comme l'ensemble de la France, le Tarn est encore aujourd'hui dans l'attente de la reprise économique, mais il semble prêt à repartir : la note de conjoncture réalisée par la CCI pour le 3^e trimestre 2013 souligne en effet un maintien des résultats d'ensemble et un progrès dans l'industrie, ainsi qu'« *une situation de l'emploi globalement stable, hormis les ajustements d'effectifs saisonniers* ». Selon les 1 200 entreprises industrielles, artisanales, commerciales et de services questionnées pour cette étude, les carnets de commandes restent insuffisants, avec une visibilité souvent limitée à un mois, et la trésorerie demeure tendue pour 31 % des panélistes, mais l'indice de confiance global des chefs d'entreprise progresse, et c'est déjà bon signe !

Du Réseau pour tous !

En quoi est-il intéressant pour une entreprise d'intégrer un réseau ? Différentes initiatives menées dans le Tarn montrent l'importance que peut prendre l'art de savoir tisser du lien lorsque l'on veut se développer sur un territoire. Chacun à sa manière, ces réseaux participent au succès économique des entreprises locales.



L'ESPRIT
TARNAIS



VALEURS DE L'ALBIGEOIS
MAÎTRESSEURS DE BIENS ÉCONOMIQUES



reseauenprendre
tarn



altern



www.esprit-tarnais.fr
www.reseau-entreprendre-tarn.fr
www.valeurs-albigeois.com
www.alternge.fr

Création de synergies, recherche de clientèle, soutien financier... : il existe mille et une bonnes raisons de faire du réseau. Réseau Entreprendre Tarn (RET) reçoit par exemple des porteurs de projets qui, si leur dossier est retenu, bénéficient d'un prêt d'honneur à taux zéro et d'un accompagnement personnalisé par un chef d'entreprise expérimenté pendant cinq ans. Le partage d'expérience et du carnet d'adresses joue alors au moins autant que le coup de pouce financier. Les réunions mensuelles Club des lauréats, qui proposent gratuitement des interventions faites par des professionnels sur des thèmes comptables, sociaux, juridiques, etc. permettent aussi de renforcer le partage et le réseau.

« Intégrer un voire plusieurs réseaux semble aujourd'hui un moyen de communication et un outil de développement économique et commercial indispensables, estime Marie Le Grand, Présidente de RET. Créé à l'initiative de Pierre Fabre en 1997, RET regroupe aujourd'hui une quarantaine de chefs

d'entreprise, de partenaires publics, d'institutionnels motivés par le soutien aux projets de création ou de reprise d'entreprises. » De 1997 à janvier 2013, 101 projets ont été acceptés, dont 23 reprises, 74 sont encore en fonctionnement, 420 emplois ont été créés ou maintenus grâce à plus d'1,3 million d'euros de prêts versés.

Des réseaux très sociaux...

Pour Laurent Barres, Président et fondateur du club Esprit Tarnais, les réseaux ont été redynamisés par l'émergence des NTIC. Mais Esprit Tarnais, bien que né il y a huit ans de la rencontre d'utilisateurs de Viadeo, puis de Facebook, LinkedIn, etc., ne se contente pas de relations virtuelles ! « Les réseaux sociaux se développent, mais il faut aussi rencontrer les gens, explique Laurent Barres. Parce que le business se fait en face-à-face. Les réseaux sociaux permettent de créer la rencontre, car il est plus facile d'envoyer un mail que de passer un coup de fil ou de frapper directement à la porte de quelqu'un. Ils permettent aussi



de garder facilement le contact après une rencontre, de manière assez informelle, pour faire appel à la personne, la recommander, etc. »

Qu'ils soient plombiers ou photographes, dirigeants ou salariés, Tarnais de souche ou nouveaux venus, les membres d'Esprit Tarnais ont pour seul point commun d'aimer le Tarn. Ils se réunissent au moins une fois par mois à l'occasion des « Dîners-Rencontres des adhérents », mais aussi autour de diverses manifestations comme « Le Café langue Anglais » tous les jeudis à Albi, et plus occasionnellement « Le 5 à 7 de l'emploi », « Le 19-20 du dirigeant », etc.

... et parfois très ciblés

Le réseau peut aussi être beaucoup plus délimité. Ainsi, Altern est un groupement d'employeurs résolvant ensemble leurs problématiques RH. « Nous mettons à disposition de nos membres des salariés en fonction

de leurs besoins, de leurs saisonnalités ou bien pour gérer leurs variations d'activité, indique Bertrand Cavalié, son Président. Pour une entreprise, c'est un moyen économique et social innovant qui permet de fidéliser des salariés à temps partiel et d'avoir accès à des compétences expertes sur des fonctions transversales ou supports de type secrétariat et assistantat, RH, Qualité, Sécurité, Environnement, Achat, Communication-Marketing, Maintenance et entretien, Transport, production... »

Le ciblage d'un réseau peut aussi être géographique. Ainsi, les Valeurs de l'Albigeois réunit depuis 2009 un parterre de chefs d'entreprises locales, d'associations culturelles et artistiques, de sportifs professionnels, l'Office du tourisme, de grandes écoles et universités, avec des actions ciblées autour de la promotion de l'Albigeois. « Notre ambition est d'attirer de nouveaux entrepreneurs, des

projets, et de développer les partenariats, résume sa Présidente, Véronique Eclache Charpentier. Nous initiions et organisons des rencontres et manifestations marquées du label de l'économie, enjeu essentiel de fond.

» Les actions sont nombreuses : création de lien économique avec l'accueil de tout entrepreneur ou porteur de projets, organisation de rencontres économiques thématiques publiques (Les Cafés Valeurs) ou internes, d'un raid sportif annuel pour créer des liens inter-entreprises, renforcement des relations entre entreprises et universités, valorisation des acteurs avec Le Trophée des VA, etc. « L'originalité de l'association réside essentiellement dans la diversité des acteurs, explique Thierry Bosschaert, son Vice-Président, ce qui teinte la démarche économique de touches culturelles, sportives et conviviales. » Parce qu'il n'y a pas de raison de ne pas joindre l'utile à l'agréable !

TARN & DADOU •

Force d'engagement permanente au service des entreprises

La communauté de communes tarnaise, organisée de part et d'autre de l'A 68 dans le périmètre de Gaillac et de Graulhet, est l'une des plus importantes de Midi-Pyrénées. L'une des plus innovantes et des plus actives aussi. Elle prend toutes les initiatives et exploite tous les atouts dont elle dispose pour accompagner, dans les meilleures conditions, les entrepreneurs et les porteurs de projets de son territoire et au-delà.



© Donatien Rousseau

Pascal NEEL, Président de la communauté de communes Tarn & Dadou

Entreprises à la Une : « Comment Tarn & Dadou est-elle devenue une des plus importantes intercommunalités de Midi-Pyrénées ? »

Pascal NEEL (Président de la communauté de communes Tarn & Dadou) : En 1992, Tarn & Dadou est née de l'association de 19 communes pour aménager le territoire autour de l'axe autoroutier de l'A68 entre Toulouse et Albi. Vingt ans plus tard, avec ses 29 communes, elle est l'une des plus vastes communautés de communes de la région ! Et avec plus de 44 M€ de budget, dont 13 millions consacrés aux investissements, ses 51 000 habitants et ses 200 collaborateurs, Tarn & Dadou est aussi la troisième intercommunalité du Tarn. Une enquête récente montre que 83 % de nos habitants ont une bonne image de Tarn & Dadou et que 3 sur 4 sont confiants dans notre avenir.

EALU : « Son développement économique a toujours été un axe central... »

P.N. : Central et fondateur. Nous avons, depuis l'origine, une approche dynamique et entrepreneuriale du développement économique de



notre territoire. Nous avons créé 9 zones d'activités, une double-pépinière-hôtel d'entreprises « Granilia » et une couveuse « L'Essor Maraîcher ». Notre volonté est d'inscrire tous ces aménagements dans une démarche de développement éco-responsable. Une démarche durable dans laquelle nous nous sommes engagés avec conviction et souvent en précurseur comme dernièrement avec la ZIR du Mas de Rest à Gaillac.

EALU : « La situation générale morose vous impacte-t-elle ? »

P.N. : Notre territoire n'est pas épargné par la crise. C'est pourquoi je me réjouis de constater que les chantiers communautaires sont essentiellement réalisés par des entreprises du territoire car elles sont souvent les mieux-disantes, y compris au plan technique. En construisant des équipements qui nécessitent l'expertise et le savoir-faire d'artisans et d'ouvriers locaux, Tarn & Dadou participe du maintien de l'emploi et de l'activité économique locale. Pour promouvoir et valoriser les filières existantes, en s'appuyant sur nos spécificités, nous privilégions une politique économique principalement endogène, mais de plus en plus d'entrepreneurs régionaux sont séduits par notre capacité d'accueil.

EALU : « Quelles dernières mesures avez-vous prises en faveur des entreprises ? »

P.N. : « En la matière, nous nous donnons les moyens de notre politique et la politique de

Qualité de vie et
qualité du service public
communautaire

nos moyens. Pour valoriser et accompagner la création et le développement d'activités en Tarn & Dadou, nous avons décidé de créer le dispositif Tarn & Dadou Entrepreneurs, en associant les 3 chambres consulaires et le Conseil général du Tarn. Par ailleurs, notre stratégie fiscale se veut raisonnable, équitable et juste. C'est ce qui nous a amené à voter une modulation de la base minimum de la CFE. Vous savez, Tarn & Dadou est dans l'action, grâce à des projets et des activités profitant autant à ses habitants qu'aux entreprises qui y sont installées.



TARN & DADOU

Son activité : Communauté de communes Gaillac / Graulhet (81)

Son président : Pascal NÉEL

Nombre de communes :

29 (Aussac, Bernac, Brens, Briatexte, Broze, Busque, Cadalen, Castanet, Cestayrols, Fayssac, Fénols, Florentin, Gaillac, Graulhet, Labastide-de-Lévis, Labessière-Candeil, Lagrave, Lasgrais, Lisle-sur-Tarn, Missècle, Montans, Moulayrès, Parisot, Peyrole, Puybegon, Rivières, Saint-Gauzens, Senouillac, Téco)

Ses Coordonnées : BP 80133 - 81604 GAILLAC CEDEX

Tél. : 05 63 83 61 61 / 05 63 81 61 74

Web : www.ted.fr / eco.ted.fr

E-mail : ted@ted.fr / developpement@eco.ted.fr

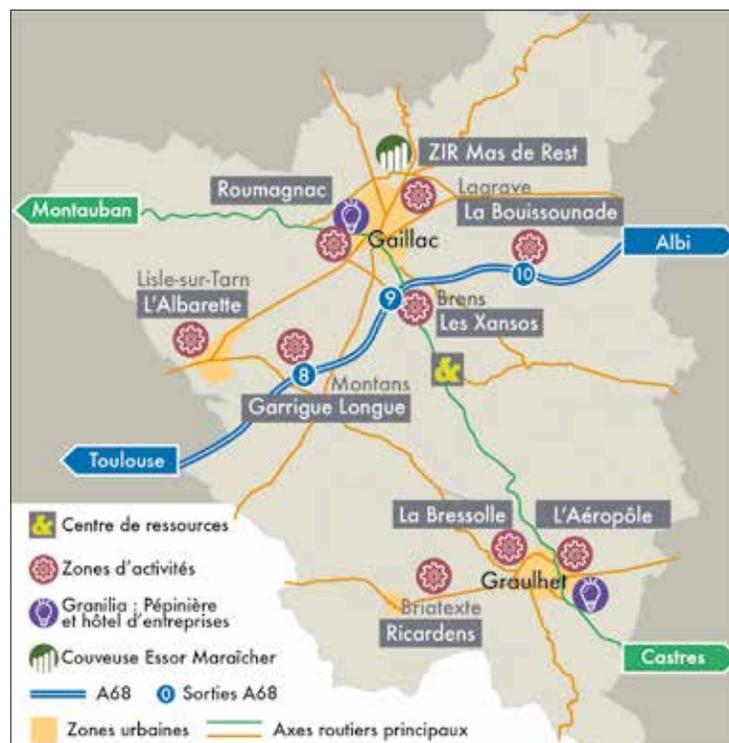
TARN & DADOU

Un aménagement optimisé et raisonné du territoire

Il y a des fleuves nourriciers. Les autoroutes peuvent l'être aussi. Le territoire de Tarn & Dadou a justement été initié sur ce ressort et en a parfaitement tiré profit. Forte de son attractivité et de son potentiel foncier, la communauté de communes a aménagé 9 parcs d'activités communautaires maillant tout son territoire. Au total, plus de 1 200 entreprises concentrant 1 200 emplois y sont installées aujourd'hui. Une pépinière sur deux sites et une couveuse en maraîchage bio renforcent davantage encore l'organisation de Tarn & Dadou dans l'accompagnement de l'activité économique du territoire.

Un foncier ouvert sur des vocations variées

On distingue parmi les parcs d'activités une Zone d'Intérêt Régional, le Mas de Rest, particulièrement adaptée aux entreprises de dimension régionale demandeuses de grandes superficies. Localisée à Gaillac, elle est orientée développement durable avec des entreprises de l'énergie, du bâtiment et de l'agro-viticulture. Deux autres zones d'activités sont également spécialisées, en totalité ou pour partie. Entièrement dédiée à l'accueil d'entreprises sous-traitantes du secteur de



l'aéronautique, l'Aéropôle, en bordure de l'aérodrome de Graulhet, est doté d'un taxiway qui relie la piste d'atterrissage à chacune des parcelles du parc d'activités. Le parc de Garrigue Longue, à Montans, est lui principalement dédié au transport et à la logistique. Des parcs à vocations multiples... généraliste, artisanat, commerce, PME... complètent ce dispositif et permettent d'accueillir un large prisme de compétences et savoir-faire.

La pépinière-hôtel d'entreprises « Granilia - Tarn & Dadou »

Pour accompagner le développement économique du territoire, la pépinière hôtel d'entreprises Granilia* est la concrétisation d'un travail en réseau de différents partenaires : Tarn & Dadou, les villes de Gaillac et de Graulhet, la Chambre de Métiers, la Chambre de Commerce et d'Industrie et le Département du Tarn. « Plusieurs objectifs ont commandé à cette création : attirer, inciter et retenir les projets présentant un potentiel économique intéressant en termes de développement, d'activité, de valeur ajoutée ou d'emploi ; faciliter l'accès à des locaux

fonctionnels ; répondre à une demande d'accompagnement lors de la phase d'installation, de suivi pendant les premières années, et pérenniser cette activité en la conservant sur le territoire », énonce Pantxo SOURGENS, Chef de service Développement économique local Tarn & Dadou. Depuis sa création en 2001, la structure mettant à dispositions des bureaux, des ateliers et des services associés, quelque 45 entreprises ont été accueillies avec une pérennité à 5 ans de 71 %. Et plus de 168 emplois directs ont été créés.

« L'Essor maraîcher », une couveuse d'activités en maraîchage biologique

Après un travail de fond réalisé avec le concours de nombreux partenaires du secteur agricole**, la couveuse d'activités en maraîchage biologique de Tarn & Dadou, située à proximité immédiate de la ZIR du Mas de Rest à Gaillac et baptisée « l'Essor maraîcher », a vu le jour en 2012. Les premiers couvés ont été sélectionnés et les premiers légumes mis en culture puis commercialisés. Un concept très original et innovant qui ne compte que deux autres projets similaires en Aveyron et dans les Hautes-Pyrénées. « L'idée de la couveuse est de mettre à disposition des personnes qui ont un projet agricole avancé, et un petit capital de départ, un outil de production mutualisé », précise Claudette FORMANTIN, coordinatrice du projet. Accueillis sur une période renouvelable de 1 à 3 ans, les maraîchers peuvent se tester, compléter leur expérience ou créer leurs débouchés avant de se lancer réellement. L'objectif est qu'ils acquièrent une installation propre et, si possible, sur du foncier agricole en Tarn & Dadou.

* Membre du réseau des pépinières d'entreprises Midi-Pyrénées, le Rezoep.

** Chambre d'agriculture, Adeart, Inéopole formation, Atag, Nature et Progrès, réseau tarnais des Amap...

ZIR DU MAS DE REST : UN MODÈLE À L'AVANT-GARDE QUI SÉDUIT

Une ZIR, Zone d'activités d'Intérêt Régional, est un label créé et attribué par la Région Midi-Pyrénées, ce qui impose des services modernes adaptés aux besoins des entreprises et de leurs salariés et des aménagements respectueux de l'environnement. Le Mas de Rest s'impose comme une figure de proue du schéma d'aménagement de Tarn & Dadou. Après plusieurs implantations remarquées, les sociétés « Surplus Motos » et « Surplus auto 81 » viennent de s'y installer. Membres du réseau Caréco spécialiste du recyclage des véhicules, et de la vente de pièces détachées d'occasion, elles inscrivent leurs activités dans une logique de développement durable concordant avec la vocation de la ZIR et la politique affichée par Tarn & Dadou.

TARN & DADOU

Beaucoup d'animations et de dispositifs partenariaux

Tarn & Dadou innove et se distingue par ses initiatives dans l'accompagnement des entreprises avec deux nouveaux dispositifs partenariaux, « Tarn & Dadou Entrepreneurs » et « Tarn & Dadou AnimActions Eco ».



Kamel TELALI, référent du dispositif Tarn & Dadou Entrepreneurs

« Tarn & Dadou Entrepreneurs », une aide directe efficace

« Tarn & Dadou Entrepreneurs » accompagne les entreprises en phase de création, de développement, de cession ou traversant une période délicate. Ce dispositif mobilise les principaux acteurs économiques locaux qui trouvent là le moyen d'optimiser et de valoriser leurs actions : le Conseil général, la Chambre de Commerce et d'Industrie, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat, la Chambre d'Agriculture et la Communauté de communes Tarn & Dadou. Selon Kamel TELALI, référent du dispositif, « *ce travail collaboratif, unique sur le territoire, a la vertu de faciliter le partage d'informations pour répondre au mieux aux attentes spécifiques de tous les entrepreneurs.* » Il suffit pour eux de composer le numéro dédié,



Stéphane CAPGRAS, référent du dispositif Tarn & Dadou AnimActions Eco

le 0 960 028 571, pour avoir simplement et directement accès à la plate-forme « Tarn & Dadou Entrepreneurs », dont les dossiers traités émanent aussi des partenaires du dispositif. Celle-ci leur offre alors un service gratuit immédiat, personnalisé et mutualisé, avec le souci de leur apporter des conseils, une orientation ou un soutien les plus clairs possible.

« Tarn & Dadou AnimActions Eco », la mobilisation des forces vives

« Tarn & Dadou AnimActions Eco » est un autre dispositif partenarial*** au profit des entreprises, ici sous l'angle collectif. « *Sa finalité est de co-produire, avec les acteurs économiques locaux au premier rang desquels les entreprises du territoire, un plan d'actions et d'animation économique territorial (2014*

- 2018) », indique Stéphane CAPGRAS le référent du dispositif à Tarn & Dadou. Ses objectifs sont d'identifier sur le territoire les besoins à court/moyen termes des entreprises, qu'ils soient réels ou latents, et de les aider à y répondre, notamment par la mise en œuvre d'actions collectives inter-entreprises. Il veut aussi, entre autres, accompagner les mutations économiques et notamment celles des entreprises locales (écologique, métiers, secteurs d'activités, façon de travailler...) et conforter les relations de celles-ci entre elles. Pour son élaboration, plus de 130 entreprises ont répondu à un questionnaire et 70 entretiens ont été menés avec des dirigeants dans le cadre d'une enquête préalable dont les résultats ont permis de mettre en lumière les enjeux prioritaires auxquels sont soumis actuellement les acteurs économiques du territoire. Dans la continuité de cette consultation, 7 groupes de travail thématiques réunissant entreprises, artisans, professionnels de Tarn & Dadou, élus et partenaires ont été constitués. Le plan d'actions et d'animation économique doit être validé au printemps 2014.

*** Participation de chefs d'entreprises, de la Chambre de commerce et d'industrie du Tarn, de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat du Tarn, de la Chambre d'Agriculture du Tarn, du Conseil général du Tarn, du Conseil régional de Midi-Pyrénées, de l'Agence de développement régionale Midi-Pyrénées Expansion, de la Direccte (Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi), de la Maison Commune Emploi-Formation (MCEF) de l'ouest du Tarn; l'accompagnement technique de la démarche est réalisé par l'Adefpat, organisme de formation-développement en Midi-Pyrénées.

4^{es} TABLES RONDES DE TARN & DADOU : PLUS DE 300 PARTICIPANTS

En juin dernier, l'édition 2013 des Tables Rondes de Tarn & Dadou a été une nouvelle fois une grande réussite. Déjà par le nombre des participants dépassant les 300 personnes, décideurs économiques ou politiques. Ensuite par la qualité des débats faisant intervenir des experts de renommée nationale et européenne sur le thème d'actualité de l'économie circulaire inscrite au cœur de la notion de développement économique éco-responsable et d'aménagement durable de la communauté de commune tarnaise.



Des communautés très actives

Les communautés de communes et les communautés d'agglomération jouent aujourd'hui un rôle prépondérant dans la dynamisation de l'économie et le soutien aux entreprises. Petit tour d'horizon des initiatives prises dans ce domaine par certaines collectivités du Tarn, qui ont chacune défini des priorités économiques et sociales liées aux besoins de leur territoire.

En tant qu'acteurs économiques qui investissent, et en tant qu'acteurs institutionnels qui mènent des politiques actives pour renforcer le tissu économique, les communautés de communes et les communautés d'agglomération sont aujourd'hui des locomotives pour la dynamisation de leur territoire. Le Code général des collectivités territoriales stipule en effet qu'elles ont parmi leurs compétences obligatoires les actions de développement économique intéressant l'ensemble de la communauté. Comment cela se traduit-il dans le Tarn ?

En matière d'investissement, d'abord, « *L'un des rôles principaux des communautés de communes réside dans leur qualité de donneurs d'ordres*, indique Pantxo Sourgens, chef de service Développement économique local à la Communauté de communes Tarn & Dadou. *À travers la commande publique pour l'aménagement de zones d'activités, la construction de crèches, de médiathèques, les aides directes pour la rénovation de logements, etc., une communauté de communes soutient de fait fortement l'activité économique locale* ». Une évidence que l'on rappelle aussi du côté d'Albi : « *Les communautés d'agglomération sont fournisseurs d'infrastructures comme les zones artisanales, mais il faut aussi souligner l'importance des échanges économiques entre collectivités et entreprises*, estime en effet Robert Gauthier, Vice-Président en charge du développement économique à la communauté d'agglomération du Grand Albigeois. *Nous assurons les services tels que les transports, la gestion des déchets, l'assainissement, et nous sommes aussi consommateurs, avec nos marchés publics. Cela représente par exemple 21 millions d'euros de commandes en 2012, avec près de 75 % de ces marchés qui sont pris par des entreprises locales.* »

Soutenir la compétitivité

Les communautés de communes et d'agglomération sont aussi là pour faciliter le développement de leurs entreprises. « *La communauté de communes Tarn & Dadou dispose d'une stratégie économique articulée autour du développement endogène et des partenariats, donc une stratégie basée sur le territoire et ses acteurs économiques, au premier rang desquels les entreprises locales*, explique Pantxo Sourgens. *Notre politique économique est clairement au service des entreprises, et construite autour de deux axes. Nous avons d'un côté le "hard", à savoir les outils mis en place par Tarn & Dadou Économie pour le foncier, les zones d'activités, l'immobilier, la pépinière-hôtel d'entreprises, la couveuse d'activités, etc. Et nous avons d'un autre côté le "soft", avec*

deux dispositifs spécifiques développés par la collectivité pour les entreprises : Tarn & Dadou Entrepreneurs, et Tarn & Dadou AnimActions. » Tarn & Dadou Entrepreneurs permet de mutualiser, avec les autres acteurs du développement économique que sont les chambres consulaires et le département, le traitement des projets individuels de création et de développement des entreprises du territoire. Quant à Tarn & Dadou AnimActions, il fixe, toujours de manière partenariale, le plan d'actions et d'animation économiques de la collectivité au profit des entreprises pour la période 2014-2018.

Les actions des communautés de communes et d'agglomération pour le développement économique et la compétitivité des entreprises comprennent ainsi toujours plusieurs

volets. « *Nous accompagnons aussi les entreprises à travers une stratégie de soutien à l'innovation et de transfert de technologies pour les filières*, affirme par exemple Robert Gauthier. *Nous avons une plateforme technologique composée d'unités de l'enseignement comme le labo de l'École des Mines, l'Université Champollion, les lycées techniques agricoles, qui transfèrent régulièrement des technologies nouvelles vers les entreprises. Nous sommes un territoire riche dans ce domaine, et les entreprises sont habituées à aller chercher les savoirs et les savoir-faire auprès de cette plateforme.* » La communauté d'agglomération du Grand Albigeois a aussi doté le territoire d'outils permettant l'éclosion et le développement de nouvelles entreprises, avec un parcours cohérent : incubateur de l'École des Mines, couveuse innovation créée en 2012, pépinière d'entreprises, puis hôtel d'entreprises quand l'entreprise est créée, et enfin zones d'activité pour accueillir les entrepreneurs à long terme.

Des initiatives tous azimuts

C'est parce que les communautés de communes et d'agglomération ont la proximité

nécessaire avec leurs entreprises et leur territoire qu'elles peuvent monter des dispositifs originaux répondant aux besoins du terrain. Du côté de la communauté de communes Tarn-Agout, le service Économique-Emploi intervient par exemple sur l'aménagement et la gestion des zones d'activités économiques intercommunales. Autre volet de son action économique, elle gère deux Points Emploi (accueil des demandeurs d'emploi, réception des offres d'emplois et rapprochement avec les demandes) et a des liens tant avec les partenaires de l'emploi (Pôle Emploi, Mission locale pour les jeunes, CIBC, Cap Emploi...) qu'avec des associations : avec EGEE pour l'accompagnement des demandeurs d'emploi par la rédaction de CV, de lettres de motivation et la simulation d'embauche, avec BGE pour le soutien à la création d'entreprises, et avec l'Arcec pour proposer un accompagnement individuel aux créateurs d'entreprises. « *La communauté de communes Tarn-Agout met également en avant dès que possible dans ses publications locales et régionales les entreprises implantées sur son territoire*, souligne Céline Escribe, en charge du développement territorial et économique au sein

de cette collectivité, *et des actions collectives d'animation territoriale sont également à l'étude.* »

À chacun ses priorités

Chaque collectivité peut mettre l'accent sur des actions prioritaires. La communauté d'agglomération de Castres-Mazamet a par exemple construit une offre solide en pépinières d'entreprises. Conçues en particulier pour les activités santé, numériques, chimie fine et pour tout projet innovant, les pépinières Arobase et Centre Bradford accélèrent et sécurisent la création et le développement des entreprises. Les loyers pour les bureaux ou les ateliers sont très accessibles, et les services nombreux : accès Internet à très haut débit et sécurisé, câblage informatique, salles de réunion équipées, espaces détente/caféteria, conseil, animations, soutien administratif, etc. L'étendue de leurs compétences et leur souplesse d'organisation permettent ainsi aux communautés de communes et d'agglomération d'être des acteurs majeurs du développement économique.

Une école à la pointe !



L'École des Mines d'Albi-Carmaux a trois missions : la formation d'ingénieurs, la recherche scientifique de pointe, mais aussi la participation à l'expansion économique du territoire, en tant que facilitateur. Les retombées de son travail de formation et de recherche irriguent tout le Tarn.



C'est l'un des pôles d'excellence du département : W l'École nationale supérieure des Mines d'Albi-Carmaux, rattachée au groupe Mines-Télécoms, premier groupe français de formation d'ingénieurs, assure de nombreux services à l'économie nationale mais aussi tarnaise à travers ses trois missions principales.

Une formation de haut niveau

L'École des Mines d'Albi-Carmaux accueille quelque 600 élèves ingénieurs – étudiants, apprentis, ou en alternance – et 75 doctorants préparant un doctorat qu'elle co-délivre dans le cadre du Pôle de recherche et d'enseignement supérieur Université de Toulouse. L'École des Mines irrigue ainsi le territoire en ingénieurs et docteurs, car si seulement 10 % des jeunes qui la rejoignent sont issus de Midi-Pyrénées, 25 % y restent !

De plus, pendant leur scolarité, ces jeunes réalisent des missions d'innovation confiées par des entreprises. « Ils interviennent en groupe, souvent en amont de la production, en prospective, ou participent à la remise en cause des processus de l'entreprise, explique René David, Directeur Adjoint de

l'école. Cette possibilité est ouverte aux entreprises du Tarn, de l'Aveyron, du Tarn-et-Garonne et de Haute-Garonne, avec une préférence pour les PME. » La demande est telle qu'elle dépasse chaque année de 50 % les possibilités.

Une recherche scientifique de pointe

Environ 200 personnes travaillent à faire de la recherche au sein de trois centres de recherche de l'école :

- D'envergure nationale et internationale, le centre Rapsodee de recherche sur les particules fines, l'énergétique et l'environnement, associé au CNRS, mobilise une centaine de personnes.

- L'Institut Clément Ader travaille sur la mise en forme de matériaux pour l'aéronautique, avec des labos sur Albi (35 % de l'effectif), Toulouse et Tarbes.

- Le Centre de Génie Industriel, en pleine expansion, se consacre à l'organisation, à la logistique, à la gestion de la connaissance et aux rapports collaboratifs internes et externes pour les entreprises, à l'interface entre sciences de l'ingénieur, informatique, et sciences économiques et sociales.

Participer à l'expansion économique du Tarn

La contribution de l'école au développement économique du Tarn va au-delà de la mise à disposition d'ingénieurs en cours de formation, puis diplômés. Elle propose par exemple une veille Innovation-Brevet, les élèves cherchant pour une entreprise l'état de la propriété industrielle et intellectuelle sur un sujet.

Plus structurellement, l'école abrite un incubateur accueillant une douzaine d'entreprises en permanence, la moitié créées par des élèves et des personnels de l'école, l'autre moitié par des porteurs de projets externes. La société Leyfa Measurement, fondée par deux anciens élèves, diplômés en septembre dernier, développe par exemple un dispositif de mesure de la distorsion des voies ferrées déjà adopté par la SNCF pour sa ligne Toulouse-Saint-Sulpice et par le métro de Lyon. « L'incubateur permet un portage pendant 18 mois maximum avec l'aide de la CCI et des parcs technologiques, avant que les entreprises ne passent en pépinière puis volent de leurs propres ailes, explique René David. Les projets sont insérés dans l'un des trois centres de recherche de l'école, pour permettre le dialogue avec ses ingénieurs, chercheurs et techniciens. » Une vraie mine pour l'économie tarnaise...

Vive les formalités en ligne !

Les Chambres de commerce et d'industrie ont mis en place la plateforme Internet GEFI, qui permet aux entreprises d'obtenir très rapidement et sans se déplacer les documents douaniers dont elles ont besoin pour exporter leurs marchandises. Un système de dématérialisation attendu, et qui monte en puissance.



d'origine depuis 2011, et nous le serons dès 2014 pour les carnets ATA, au moins à Toulouse et dans le Tarn. Les autres CCI suivront rapidement. La suite de la dématérialisation sera de reconnaître la signature électronique et de tout opérer par Internet. » La CCI de Paris-Île-de-France, tête de pont auprès des diverses instances nationales pour le réseau national des CCI, est en effet en train de travailler avec des juristes et les ministères compétents pour voir comment dématérialiser maintenant la légalisation de documents export.

TROIS FORMALITÉS CLÉS

- Le certificat d'origine certifie l'origine du produit par rapport à son pays de fabrication. Il est émis et signé par les CCI, qui vérifient les informations remplies par l'entreprise grâce à la facture export. Ce document est indispensable pour faire entrer ses marchandises dans un pays tiers et pour calculer les droits de douane.
- Le carnet ATA est utilisé pour simplifier les formalités douanières et faciliter les importations et exportations temporaires, tout en réduisant les coûts et sous certaines conditions.
- La légalisation de documents export à travers la signature : les entreprises déposent en CCI la signature et la pièce d'identité des personnes signant les documents pour l'exportation, ce qui permet aux entreprises de garantir leur existence et l'authenticité des documents produits à l'exportation.

Les formalités obligatoires pour les entreprises souhaitant exporter sont depuis des dizaines d'années gérées au sein des Chambres de commerce et d'industrie (CCI). On assiste cependant depuis peu à un basculement vers une gestion à distance de ces formalités, grâce à la dématérialisation des procédures.

Concrètement, les entreprises savent depuis longtemps qu'elles peuvent se tourner vers leur CCI pour obtenir les documents nécessaires à l'export, principalement des certificats d'origine, la légalisation de documents export et les carnets ATA (voir encadré). Ce qu'elles savent moins, c'est qu'une partie de ces formalités sont d'ores et déjà réalisables sur Internet, et que les autres vont suivre.

« Le mouvement vers la dématérialisation est en marche, confirme Ignacio Antona, responsable du Pôle International de la CCI du Tarn. Nous sommes au sein des CCI de Midi-Pyrénées déjà en place pour les certificats

Le conseil en plus

Les CCI de Midi-Pyrénées dialoguent avec l'entreprise via la plateforme Gefi (Gestion électronique des formalités internationales). Sur cette plateforme, les chefs d'entreprise peuvent transmettre 7j/7 et 24h/24 les pièces nécessaires à leur CCI, qui leur renvoie directement les documents demandés et leur fait ainsi gagner du temps et de l'argent. Dans le Tarn, pour toute demande arrivée avant midi, le document sollicité part au courrier le jour-même.

« Ce système de soutien des CCI de Midi-Pyrénées pour les formalités lève le frein à l'export que peut représenter la paperasse, explique Ignacio Antona, et nous pouvons de plus, dans notre dialogue avec les entreprises, les conseiller, les aider à rectifier un formulaire mal rempli pour anticiper les problèmes, etc. » Dans ce domaine comme dans beaucoup d'autres, les CCI de Midi-Pyrénées sont ainsi complètement au service des entreprises.



Une longue expérience de l'international

La CCI Tarbes et Hautes-Pyrénées a une longue tradition d'accompagnement des entreprises à l'international. Membre du réseau CCI International de Midi-Pyrénées, elle propose des services d'information, des conseils individualisés et des opérations collectives, notamment vers l'Asie et l'Amérique du Nord.

UNE BALANCE COMMERCIALE POSITIVE

La balance commerciale des Hautes-Pyrénées a connu en 2013 un pic de son excédent, à 271 millions d'euros (M€), selon les chiffres que vient de publier la direction des statistiques des douanes françaises.

Les exportations n'ont cessé d'augmenter ces dernières années, passant de 377 M€ en 2009 à 470 M€ en 2010, puis 556 M€ en 2011, 561 M€ en 2012, pour atteindre 593 M€ en 2013.

De leur côté, les importations sont passées de 215 M€ en 2009 à 389 M€ en 2011 avant de redescendre à 321 M€ en 2012 et à 302 M€ en 2013.

Les Hautes-Pyrénées jouent donc un rôle positif dans l'activité internationale de la région. En volume, ce rôle peut sembler limité, puisque le département n'assure que 593 M€ d'exportations sur les 44 milliards de Midi-Pyrénées dans son ensemble, mais il faut dire que la Haute-Garonne à elle seule a réalisé en 2013 plus de 40 milliards de chiffre d'affaires à l'export ! Les Hautes-Pyrénées se placent en 3^e position dans la liste des outsiders, derrière seulement l'Aveyron (815 M€) et le Tarn (709 M€). Le département arrive donc à bien se placer à l'export tout en étant celui qui importe le moins.



Opération de promotion des vins et produits du Sud-Ouest au Japon

Le premier pas pour exporter, c'est de s'informer. « La première de nos missions est d'apporter à nos entreprises de l'information sur les marchés porteurs, d'expliquer les réglementations, les usages commerciaux, indique André Perrin, Chef du Département Industrie & Relations Internationales de la CCI Tarbes et Hautes-Pyrénées. Notre CCI organise donc des journées-pays, des réunions thématiques sur les techniques du commerce international, la couverture des risques, etc. »

30 ans d'expérience

Les experts de la CCI apportent ensuite un conseil individuel, pour orienter les PME et TPE dans leur approche de l'export, structurer leur démarche, les aider à éviter les pièges. La CCI Tarbes et Hautes-Pyrénées recense

aussi les entreprises à potentiel pour exporter, et organise des opérations à l'étranger. Elle s'est spécialisée sur l'Amérique du Nord, notamment pour l'aéronautique et l'agroalimentaire, ainsi que sur l'Asie, principalement pour l'agroalimentaire, les vins et les spiritueux. « Nous menons des opérations à l'export depuis plus de 30 ans, et nous nous sommes spécialisés sur l'Asie depuis 15 ans, souligne André Perrin. Nous faisons tous les ans des journées spéciales et une mission de prospection dans laquelle nous amenons des entreprises avec nous, des entreprises de tout Midi-Pyrénées, car dans notre organisation régionale nous nous répartissons entre CCI les secteurs et zones géographiques, chacun travaillant ses points forts pour en faire profiter les autres. »

Prochainement, une journée sera organisée à Toulouse et dupliquée à Tarbes sur les marchés porteurs dans l'aéronautique, à destination des constructeurs et sous-traitants, avec les experts d'Ubifrance. La CCI organise aussi des missions et salons sur le marché nord-américain pour les sous-traitants et fournisseurs de la région qui veulent s'adresser à Boeing, à Bombardier, et autres constructeurs du continent, à l'occasion par exemple de la Business Aviation Convention de la NBAA, à Las Vegas, ou du salon Aeromart, à Montréal. La CCI participe par ailleurs à l'organisation du Forum régional Destination International, à Toulouse les 5 et 6 juin, et en particulier à son volet sur l'Asie. Lors d'événements précédents, elle a fait intervenir à Tarbes des représentants des CCI de France en Chine, au Japon, en Corée, pour qu'ils présentent ces marchés porteurs.



Photos : D.R. / Fotolia.com

Créer de nouveaux ponts

Les Hautes-Pyrénées sont le 4^e département exportateur de Midi-Pyrénées, derrière la Haute-Garonne, l'Aveyron et le Tarn. Un résultat dû essentiellement aux grands groupes comme Alstom, Daher-Socata, Arkéma, SEB, etc. « Une dizaine d'entreprises font 60 % de nos exportations », résume André Perrin. À côté, une vingtaine de PMI réalisent plus de 50 % de leur CA à l'export, comme Varel-Europe, Toupnot, SCT, Boostec ou Pall Exekia, qui sont des champions locaux. Viennent ensuite une myriade de PME-PMI qui font un peu d'export, et nous en accompagnons tous les ans quelques-unes. » Les relations avec l'Espagne voisine sont bien entendu étroitement entretenues, et l'arrivée d'une jeune génération d'entrepreneurs dans les services, culturellement plus internationale, pourrait lancer de nouveaux ponts vers le monde !

TRANSPORTS, ÉQUIPEMENTS ÉLECTRIQUES ET CHIMIE DANS LE TRIO DE TÊTE

Les principaux produits exportés par les Hautes-Pyrénées en 2013 :

- Matériels de transport : 122 M€
- Équipements mécaniques, électriques et électroniques : 116 M€
- Produits chimiques, parfums et cosmétiques : 98 M€
- Produits métallurgiques et métalliques : 81 M€
- Produits agricoles, sylvicoles, pêche et aquaculture : 78 M€
- Produits caoutchouc, plastique, minéraux divers : 39 M€
- Produits des industries agroalimentaires (IAA) : 34 M€

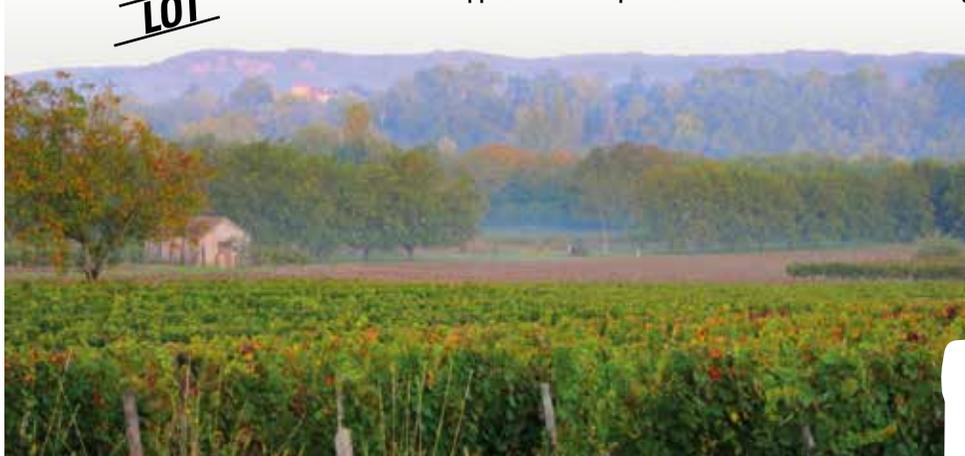
Des exportations surtout européennes

Les entreprises des Hautes-Pyrénées exportent surtout vers l'Union européenne, qui représente 51,3 % des débouchés étrangers du département. Suivent l'Amérique (18,9 %), l'Asie (11 %), l'Europe hors UE (6,5 %) le Moyen-Orient (6,5 %) et l'Afrique (5,7 %).



Le Malbec à l'assaut du monde !

Les vignerons du Cahors se sont donné les moyens de profiter de la renommée grandissante de leur cépage, le Malbec, portée par les Chiliens et les Argentins, qui ont ouvert les portes notamment du marché nord-américain mais le développement des exportations est aussi le fruit d'un long travail sur la qualité.



La consécration !

Parmi les fers de lance à l'export, la famille Vigouroux, Château Pineriaie, Château le Cèdre, Château la Coutale... Ceux qui réussissent à l'export sont généralement ceux qui marchent bien en France, ce qui leur permet d'investir dans la structure qui va soutenir leurs commerciaux à l'étranger. « Ils s'appuient aussi, bien entendu, sur toutes les organisations régionales de soutien à l'export, en premier lieu les CCI, qui leur apportent des moyens et des compétences », précise Thomas Chardard.

« Sept sur dix de nos bouteilles partent à l'export, indique Bertrand Gabriel Vigouroux, de la SA Georges Vigouroux, Président de l'Union interprofessionnelle des vins de Cahors, et Président de la commission Tourisme de la CCI. La consécration est venue en fin d'année : nous avons été élus par le Wine Spectator 40^e de leur Top 100 des vins les plus intéressants, sur 20000 vins dégustés en 2013. C'est le seul Cahors, un des trois seuls Malbec, et nous sommes le 7^e français ! Cela est dû à 20 ans de travail d'amélioration des plantations, avec l'augmentation des densités pour faire chuter le rendement par pied et améliorer la qualité. C'est aussi un travail pour aller chercher les belles maturités, peaufiner les vinifications, et développer le cross marketing entre accueil touristique et vin, ce qui est très important quand on reçoit un importateur. La beauté de nos domaines et de notre région font partie de notre plus-value, car dans le vin l'esthétique est primordiale. » De 20000 hectolitres exportés en 2011, l'AOC Cahors est arrivée fin 2013 à quelque 38000 hectolitres. Et ce n'est sans doute qu'un début !

Le vin de Cahors bénéficie aujourd'hui de la renommée de son cépage, le Malbec, en vogue grâce notamment aux Argentins qui l'ont fait connaître en Amérique du Nord. Il s'exporte de mieux en mieux, vers les Amériques, l'Asie, l'Europe du Nord. Le Brésil, qui connaît déjà bien les Malbec argentins, apprécie aussi l'exotisme du français. Quelques propriétés ont même ouvert des boutiques en Chine, et les exploitants s'organisent pour développer la commercialisation. « Nous avons créé une formation Bachelor Vente Vins et Spiritueux à l'export avec l'École de commerce de Toulouse, rappelle Thomas Chardard, Président de la CCI du Lot, qui lui-même exploite le vignoble du Pech de Jammes. Cette formation a suscité de très nombreuses candidatures, et les étudiants sont pour la plupart très vite recrutés localement car les vins du Sud-Ouest ont des besoins importants en termes de commerciaux formés à l'export. »

LES CHAMPIONS LOTOIS

355 millions d'euros d'export ont été réalisés en 2012 par le Lot, dont 48 % de produits agroalimentaires, 22 % d'équipements et machines, 17 % de produits aéronautiques.

Les plus gros employeurs de l'industrie lotoise sont Andros, premier confiturier européen (1 200 salariés dans le Lot et 20 filiales dans le monde), Ratier-Figeac, 1^{er} hélicier mondial, avec plus de mille salariés, Figeac Aéro (plus de 800 salariés), Capel (coopérative agricole de 700 salariés), le Groupe Cahors (matériel électrique et électronique, 410 salariés à Cahors et 17 filiales dans le monde), Solev (décoration et protection des emballages de produits de luxe : environ 260 salariés dans le Lot, une filiale au Brésil), Valette Foie Gras, etc.



De l'espace au fond des mers Le projet Oil & Space

Le projet Oil & Space a été monté par la Chambre de commerce Franco-Norvégienne avec notamment la CCI de Toulouse, pour permettre à des entreprises de l'aérospatial d'adapter leurs technologies à la prospection et l'exploitation pétrolières. L'enjeu : s'implanter sur de nouveaux marchés en Norvège et dans d'autres pays pétroliers.



© D.R.

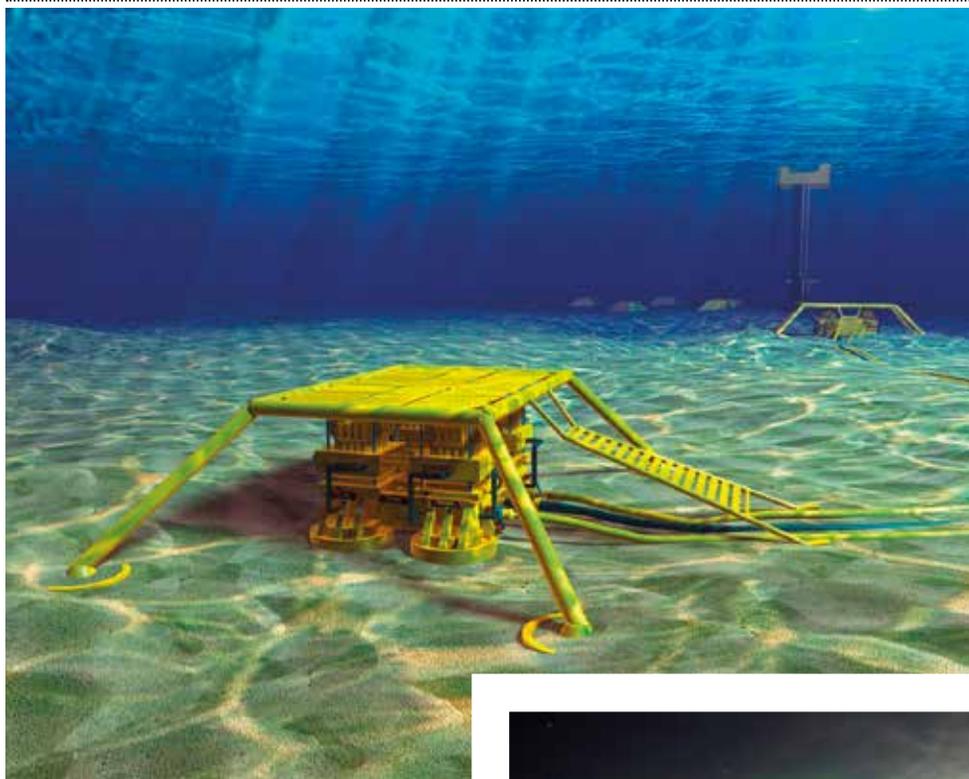
**Ludovic Caubet, Directeur
de la Chambre de commerce
Franco-Norvégienne**

L'industrie norvégienne du pétrole fait face à de nouveaux défis, notamment avec l'exploration pétrolière en mer et en climat polaire dans des conditions extrêmes qui rendent l'installation et la maintenance du matériel difficiles. Une maîtrise absolue des installations à distance est en outre nécessaire. L'idée a alors germé d'utiliser, en les adaptant, des technologies conçues pour l'aérospatial. Le marché est considérable, puisque globalement les compagnies pétrolières opérant en Norvège ont prévu d'investir 27,3 milliards d'euros en 2014. *« De plus, travailler avec des entreprises Subsea norvégiennes vous ouvre également à d'autres marchés, comme ceux du golfe du Mexique, du Brésil ou de l'Australie, explique Ludovic Caubet, Directeur de la Chambre de commerce Franco-Norvégienne et l'un des animateurs de l'opération Oil & Space. C'est un formidable projet à fort potentiel pour des entreprises innovantes de Midi-Pyrénées. »*

Transferts technologiques

Très concrètement, des rencontres BtoB et des séminaires sont organisés entre

spécialistes de l'aérospatiale et de l'exploitation pétrolière de France et de Norvège, dans le but de lancer des coopérations technologiques. L'an dernier a ainsi eu lieu un séminaire technologique le 8 avril à Oslo, organisé par la Chambre de commerce Franco-Norvégienne avec Innovation Norway, la CCI de Toulouse, Ubifrance Norvège, l'ambassade de France et la Fondation Franco-Norvégienne. La délégation française, essentiellement de Midi-Pyrénées, était composée d'une trentaine de représentants d'entreprises et de laboratoires (Laas-CNRS, Cirimat, Onera...), et les principaux donneurs d'ordres norvégiens étaient présents. Au total quelque 120 participants ont échangé sur les opportunités de collaboration et 130 rendez-vous d'affaires ont été organisés, selon la Chambre de commerce. Le fait est que les chercheurs et industriels de France et de Norvège doivent relever des défis technologiques similaires au quotidien. Cependant, les passerelles entre les deux secteurs sont encore rares, ce qui laisse présager un beau potentiel de développement. Il existe sans doute des synergies possibles dans des domaines comme celui des matériaux, des



logiciels du temps réel, de l'optique, de l'électromécanique, etc. L'expérience du secteur spatial dans le domaine du pilotage à distance et des systèmes embarqués pourrait être déclinée par les entreprises midi-pyrénéennes aux besoins de l'activité sous-marine.

Pour être acceptable, cette technologie devra également permettre d'explorer sans polluer, d'autant que la décision d'aller chercher du pétrole dans les grandes profondeurs et surtout en Arctique est contestée. L'enjeu est de ne pas reproduire une catastrophe comme celle de Deepwater Horizon, forage en profondeur qui a explosé dans le golfe du Mexique le 20 avril 2010 et répandu 780 millions de litres de pétrole dans l'environnement. « L'industrie pétrolière norvégienne se développe rapidement, et doit faire face à de nombreux défis technologiques pour aller de plus en plus en profondeur sous l'eau, de plus en plus au nord, et augmenter le taux de récupération de l'huile, mais les questions de sécurité environnementale sont extrêmement sensibles en Norvège, confirme Ludovic Caubet. Il y a par exemple un moratoire en cours sur l'exploration aux îles Lofoten, qui ont un environnement sensible. Les Norvégiens n'iront en Arctique que lorsqu'ils seront prêts. D'où l'intérêt de benchmark avec le Spatial à la pointe. Ces enjeux sont une occasion d'explorer les synergies et possibilités de coopération avec l'industrie aéronautique



française, réputée notamment pour son très haut niveau de R&D, sa technologie de pointe et ses processus fiables et innovants. Le but est de créer des liens durables entre deux secteurs majeurs des industries française et norvégienne, avec un focus sur la région toulousaine. »

Une action exemplaire des CCI

Suite à sa participation au séminaire d'Oslo avec une importante délégation, le pôle de compétitivité Aerospace Valley a été étroitement associé par la Chambre de commerce Franco-Norvégienne à l'organisation du séminaire suivant, le Forum Oil & Space à la CCI de Toulouse sur le thème de l'Arctique, le 20 novembre 2013.

Pour 2014, de nouvelles rencontres sont d'ores et déjà prévues. La Chambre de commerce Franco-Norvégienne organise avec la CCI Midi-Pyrénées, Aerospace Valley et

Ubifrance Norvège une mission B2B à l'occasion du Forum Subsea Valley les 2 et 3 avril à Oslo. Deux autres événements auront lieu, à l'occasion du salon biennal Offshore Northern Seas (ONS) à Stavanger du 25 au 28 août, et à l'occasion du salon Aeromart à Toulouse, en décembre. Les projets de coopération

sont pour la plupart encore confidentiels, mais des discussions avancées ont eu lieu entre de grands groupes, des laboratoires et des PME des deux secteurs.

« L'action menée avec la Chambre de commerce Franco-Norvégienne et le pôle Aerospace Valley dans le cadre du projet Oil & Space illustre parfaitement une diversification commerciale réussie qui passe par une écoute attentive des nouveaux besoins émergeant sur

les marchés internationaux et par une adaptation de l'offre française pouvant y répondre, se réjouit Magdalena Teissandier, du réseau CCI International Midi-Pyrénées. Par son côté innovant, elle ouvre la voie vers d'autres projets de diversification, comme celui de bureaux d'études spécialisés dans l'aéronautique qui pourraient trouver de nouvelles opportunités d'affaires sur le marché allemand de l'automobile et du ferroviaire. »

Cette action s'inscrit dans l'ambition du réseau CCI International Midi-Pyrénées, qui est de mettre l'international au cœur de la stratégie de développement des entreprises, des plus petites comme des plus grandes, et de les accompagner dans leurs démarches. Car un certain nombre de chefs d'entreprise ont bien pris conscience que se lancer à l'exportation est devenu incontournable pour se développer, diversifier sa clientèle et conserver celle existante en France.

Ubifrance

Un réseau dans 70 pays

Le délégué régional d'Ubifrance en Midi-Pyrénées mobilise les entreprises potentiellement exportatrices et les accompagne dans le monde entier grâce à un réseau de plus de 1 100 agents dans le monde. Ce travail est mené avec l'aide des CCI et d'autres acteurs clés du soutien à l'export dans la région.

« Notre travail, c'est d'accompagner les entreprises de la région à l'international, d'abord en les aidant à identifier leurs futurs marchés export, et ensuite en les mettant en relation avec leurs futurs partenaires commerciaux : importateurs, agents, grossistes, industriels, distributeurs, etc. », indique Philippe Eeckhoutte, délégué régional Midi-Pyrénées d'Ubifrance, l'Agence française pour le développement à l'international des entreprises. Ubifrance, pure player de l'export, compte 1 400 agents, dont plus de 1 100 à l'étranger, dans 70 pays ! « C'est cette présence à l'étranger et notre organisation en filières qui sous-tendent notre connaissance des marchés et que nous mettons au service des entreprises, explique Philippe Eeckhoutte. Pour soutenir un producteur de vins, nous sélectionnons par exemple parmi les 400 importateurs de vins au Japon ceux qui nous semblent les plus à même de travailler avec lui en fonction de son produit, de ses moyens et de ses ambitions, puis nous montons un programme de rendez-vous avec les opérateurs nippons approchés qui nous ont manifesté un intérêt. » Ces missions de prospection commerciale organisées par Ubifrance sont d'autant plus efficaces que les agents de cet Epic (établissement public industriel et commercial) sont organisés en quatre filières spécialisées : « Infrastructures, Transports, Industries »,

« Nouvelles Technologies Innovation et Services », « Agrotech » et « Mode Habitat Santé ».

Trois missions par jour !

C'est en travaillant avec différents partenaires régionaux comme les Chambres de commerce et d'industrie (CCI) que le délégué régional d'Ubifrance détecte, mobilise et oriente localement les entreprises à potentiel exportateur. Les CCI sont aussi utilisatrices des services d'Ubifrance, qui sont regroupés en quatre pôles : Info & Conseil, pour identifier et cibler les marchés export ; Contacts, pour créer des missions individuelles ou collectives pour les entreprises, identifier les bons clients et partenaires à l'étranger, et valider l'adéquation des produits avec les attentes d'un marché ; Communication, pour augmenter la visibilité des entreprises françaises auprès des professionnels à l'étranger, grâce à la presse et au web ; et enfin le Volontariat international en entreprise (VIE), pour renforcer les ressources humaines à l'international, en donnant la possibilité aux TPE/PME d'envoyer un collaborateur à l'étranger sans passer par la création d'un contrat de travail local ou d'expatriés/détachés. Pour les VIE, l'entreprise pilote le collaborateur tandis qu'Ubifrance porte le contrat en tant qu'agence intérimaire, avec également des aides nationales et régionales. Côté contacts, Ubifrance a réalisé en 2013



Ubifrance propose de nombreuses actions à l'étranger

17 000 accompagnements d'entreprises à l'étranger, 11 000 en collectif et 6 000 en individuel, pour 7 500 entreprises en tout, qui font donc appel aux services d'Ubifrance près de 2,5 fois par an en moyenne. « Sur Midi-Pyrénées, 349 entreprises nous ont sollicités en 2013, pour 638 accompagnements, indique Philippe Eeckhoutte. En prenant la base de 5 jours ouvrables par semaine, cela veut dire que près de trois entreprises partent chaque jour de Blagnac en prospection à l'étranger avec notre appui. »

Tir groupé à Dubaï

L'une des dernières missions en date est une opération collective à Dubaï, sur le marché de l'aménagement intérieur des avions. Quinze entreprises de Midi-Pyrénées ont décollé pour l'émirat – Adhetec, AirJet Designs, Air Cost Control, Bureau Veritas, Design Air, FlightWatching, Labinal Services, Latécoère Aeroservice, Mapaero, Nortier (groupe IndusMeca), R&R Consulting, Safran Engineering, Simair, Tarmac Aerosave et UUDS – pour participer au salon Aircraft Interiors Middle East MRO du 4 au 6 février. Cette opération a été organisée par Midi-Pyrénées Expansion, l'agence de développement de la Région Midi-Pyrénées, en partenariat avec Ubifrance, avec un cofinancement du Conseil régional et le soutien d'Aerospace Valley. Les représentants



© 2013 UBIFRANCE - Tous droits réservés



d'Ubifrance à Dubaï et Abu Dhabi avaient organisé en amont du salon des rencontres avec des donneurs d'ordres locaux comme les services Achats d'Emirates et d'Etihad Airways. Ensuite, un stand Aerospace Valley Midi-Pyrénées & Aquitaine de 50 m² était réservé sur le Pavillon France. « Ce type d'opération doit permettre aux entreprises de structurer leur offre, pour mieux répondre à la demande que nous avons identifiée sur place », précise Philippe Eeckhoutte. Les résultats sont là, puisque plus d'une entreprise sur deux que nous accompagnons a développé ou prévoit de développer au moins un nouveau courant d'affaires, et 28 % ont conclu au moins un nouveau courant d'affaires dans les six mois qui ont suivi l'accompagnement. »

En termes sectoriels, toutes les branches de Midi-Pyrénées sont bien représentées dans ces missions, puisque la filière industrielle représente 30 % des accompagnements, les nouvelles technologies de l'information et de la communication, 23 %, l'agroalimentaire, 21 %, les biens de consommation non alimentaires, 20 %, et les autres services, 6 %. « Nous sommes une structure très légère en Midi-Pyrénées et notre force, conclut Philippe Eeckhoutte, c'est notre réseau à l'étranger, notre partenaire historique qu'est le réseau des CCI de Midi-Pyrénées, et les deux nouveaux partenariats que nous développons avec la BPI et la Région Midi-Pyrénées, qui va, avec l'acte III de la décentralisation, faire monter ses compétences à l'export en puissance. »



Midi-Pyrénées Expansion

L'agence de développement économique Midi-Pyrénées Expansion, créée et financée par le Conseil régional de Midi-Pyrénées, offre aux entreprises souhaitant s'implanter ou se développer dans la région un accompagnement personnalisé : informations sur les ressources humaines, le tissu industriel, la R&D, sélection de bâtiments et de terrains disponibles, montage des dossiers d'aides financières, mise en relation avec des partenaires potentiels, soutien aux réseaux d'entreprises et relais opérationnel des pôles de compétitivité, etc. Mais Midi-Pyrénées Expansion est aussi un acteur impliqué dans le soutien au développement international des entreprises de Midi-Pyrénées, notamment en orientant les entreprises vers les dispositifs d'aides de la Région.



© Fotolia.com

Mutuelles Une avancée, à quel prix ?

Pour une entreprise, participer à la couverture santé des salariés est un moyen de les motiver et de les fidéliser . . . et ce sera même une obligation à partir de 2016. Cette avancée sociale est assortie d'avantages fiscaux, mais va représenter un coût pour les TPE et PME, et sérieusement rebattre les cartes dans le monde de l'assurance.

Qui seront les gagnants et les perdants de l'obligation faite à toutes les entreprises privées de couvrir leurs salariés par un contrat collectif de complémentaire santé ? Cette disposition a été négociée par les syndicats et le patronat dans le cadre de leur Accord national interprofessionnel (ANI) du 11 janvier 2013, avant d'acquiescer à la loi n° 2013-504 relative à la sécurisation de l'emploi, le 14 juin 2013. Toute entreprise devra au plus tard le 1^{er} janvier 2016 payer au moins la moitié de la cotisation de tous ses salariés à un contrat collectif d'assurance santé complémentaire. Ces contrats collectifs sont négociés avec une mutuelle, une assurance, ou un institut

de prévoyance par l'entreprise elle-même, ou par sa branche professionnelle, auquel cas les tarifs et niveaux de couverture sont souvent plus avantageux. « Les accords de branche ont l'avantage d'élargir au maximum le périmètre de mise en place du contrat, avec un ratio bien portants ou pas qui s'en trouve plus équilibré, explique Pierre Garcia, Responsable Grands comptes pour la région Sud-Ouest de Harmonie Mutuelle. On étend le champ de la solidarité. Pour les officines de pharmacie ou les salons de coiffure, par exemple, l'employeur, même s'il n'a qu'un seul salarié, peut lui faire profiter d'un contrat collectif négocié par sa branche. Aujourd'hui, sur 330 branches, une soixantaine ont un accord. La nouvelle loi va conduire les autres à négocier. »

Un calendrier progressif

En 2014, en effet, les branches professionnelles ont obligation de lancer des négociations pour des contrats collectifs, mais elles n'ont pas d'obligation de résultat. Si la négociation échoue ou si le contrat négocié par sa branche ne lui convient pas, chaque entreprise aura ensuite jusqu'au 1^{er} janvier 2016 pour négocier elle-même avec ses délégués syndicaux. Enfin, si aucun accord n'est trouvé dans l'entreprise au 1^{er} janvier 2016, celle-ci aura obligation de mettre en place par décision unilatérale une couverture minimale en santé, avec un « panier de soins » minimum que tout



Estimations pour Midi-Pyrénées

En Midi-Pyrénées, s'il est toujours compliqué de récupérer des données régionales en matière de santé, on peut estimer que les proportions sont les mêmes qu'au niveau national, ce qui voudrait dire que sur un million de salariés de la région, 260 000 n'auraient pas de couverture complémentaire collective, et plus de 20 000 pas même de couverture complémentaire individuelle. C'est donc un vrai enjeu de couverture sociale et d'accès aux soins, pour les salariés mais aussi pour leur conjoint et leurs enfants, qui pourront être aussi couverts par les garanties collectives négociées.

assureur devra proposer. Un décret, dont la parution est toujours attendue, déterminera le niveau et le type de garanties que devra comporter cette couverture minimale. Mais l'on sait déjà que le contrat collectif devra être d'une part solidaire, c'est-à-dire garantir une totale équité dans l'établissement des cotisations, sans questionnaire médical ou impact de l'état de santé sur le tarif, et d'autre part responsable, c'est-à-dire prévoir un panier de soins normé et des règles strictes concernant le versement des remboursements.

« La date limite du 1^{er} janvier 2016 n'empêche évidemment pas l'entreprise de mettre en place dès à présent une couverture santé, par accord d'entreprise, référendum ou décision unilatérale, précise Henry Mathon, Directeur général de la Mutuelle PréviFrance. D'autant que cette obligation prévue pour 2016 se croise avec celle imposée par un décret du 9 janvier 2012, selon lequel les entreprises qui couvrent déjà en santé une catégorie de leur personnel doivent étendre cette couverture à la totalité de leurs salariés, au plus tard au 30 juin 2014, afin de conserver le bénéfice des exonérations de cotisations sociales. »

Des répercussions importantes

Quelles sont les conséquences de cet accord ? Les entreprises ayant déjà souscrit un contrat pour leurs salariés devront vérifier que ce contrat respecte bien les critères de solidarité et de responsabilité, et que la couverture est au moins équivalente à celle du panier de soins minimum. Selon les chiffres

de l'Institut de recherche et de documentation en économie de la santé (Irdes), 98 % des salariés déclaraient avoir une complémentaire santé en 2009 (plus de 400 000 salariés n'en avaient donc pas), et 74 % affirmaient avoir accès à une complémentaire par le biais de leur entreprise. Toujours selon l'Irdes, 93,4 % des entreprises de plus de 250 salariés proposent déjà des complémentaires santé, mais seulement 33 % des entreprises de 1 à 9 salariés. « Pour ces TPE et PME, pas d'hypocrisie, il s'agit d'une nouvelle charge à intégrer dans le respect d'un cadre juridique, fiscal et social complexe et mouvant », commente Henry Mathon. Selon les prévisions, le prix moyen prévu pour les offres ANI des assureurs du marché ne devrait cependant pas excéder les 20 euros, la participation de l'entreprise par salarié se situant alors autour de 10 euros. Les entreprises pourront bien entendu décider d'augmenter leur niveau de participation et le niveau de garanties qu'elles contribueront à financer.

Fiscalement, les entreprises bénéficient aujourd'hui d'exonérations fiscales les encourageant à mettre en place cette couverture collective pour leurs salariés. Et à montant égal, participer au financement d'une mutuelle est moins coûteux pour l'entreprise qu'une augmentation de salaire, puisqu'elle ne paie comme charges que le forfait social (8 %), dont elle peut même être exonérée si elle compte moins de 10 salariés. De plus, sa part de cotisation est admise en déduction de son bénéfice imposable. « Néanmoins, la remise en cause de ces exonérations ne peut être exclue, estime Olivier Raimbault, Directeur général de Mutuelle Bleue. En effet, l'obligation de couverture collective des salariés relativise l'utilité du dispositif fiscal incitatif actuel, d'autant qu'un premier pas vient d'être franchi en ce sens par le gouvernement puisque la part patronale versée par l'employeur se trouve être réintégrée dans l'imposition du



© Eric Andras - PhotoAlto

salarié, et ce dès 2014. Il n'en reste pas moins que la participation des entreprises au financement de la couverture complémentaire santé solvabilise l'accès à des garanties générale-ment de bon niveau. »

Une avancée pour les salariés

Les salariés pourraient donc être les principaux gagnants de la nouvelle législation, en termes de qualité de couverture et de pouvoir d'achat. Leur employeur payant pour qu'ils aient accès à de nouveaux droits, leur motivation au travail devrait s'en trouver renforcée, ce qui est également bénéfique pour l'entreprise. Les salariés concernés seront surtout ceux qui n'avaient pas de couverture complémentaire par le biais de leur entreprise ou de celle de leur conjoint, soit environ 4 millions de personnes. Non seulement les mutuelles d'entreprises sont à minima 15 % moins chères que les contrats individuels, mais elles offrent des garanties plus élevées, la part de soins restant à la charge du salarié s'en trouvant largement minorée. De plus, l'employeur paie la moitié de la cotisation.

Les plus grands perdants pourraient bien être les retraités, les personnes sans emploi, les

étudiants et les travailleurs non salariés, qui resteront dans les portefeuilles santé individuels des organismes assureurs, portefeuilles pour lesquels, en l'absence des salariés, il sera plus difficile de mutualiser le risque et de maîtriser le niveau des cotisations. Les non-salariés pourraient donc voir les cotisations de leurs contrats individuels augmenter.

Quid pour les mutuelles ?

Pour les mutuelles, cette réforme aura aussi d'importantes conséquences. « Il est un fait acquis que la transposition en loi française de l'ANI du 11 janvier 2013 va profondément modifier le paysage assurantiel de la complémentaire santé, explique Olivier Castro, Directeur général adjoint de Toulouse Mutualité. Ce marché va se déplacer massivement et très rapidement de la sphère individuelle vers la sphère collective. Les mutuelles qui ont anticipé ces changements profonds, et qui disposent aujourd'hui de solutions performantes et sécurisées en termes d'offres et de dispositifs d'assurances, de système d'information, et tout particulièrement de réseaux de distribution quantitativement et qualitativement suffisamment dimensionnés pourront

répondre présent le moment venu, notamment pour le flux massif prévisible à l'échéance du 1^{er} janvier 2016. »

Les conséquences seront d'autant plus fortes pour les mutuelles qu'elles ont toujours eu en moyenne 70 % de contrats individuels et 30 % de contrats collectifs. Aujourd'hui, ce sont en effet principalement les institutions de prévoyance, de constitution paritaire, qui sont retenus dans les accords de branche et dans les attributions de marchés sur le grand collectif.

« Le passage des contrats individuels aux contrats collectifs, c'est moins de revenus pour les organismes d'assurance, résume Pierre Garcia, de Harmonie Mutuelle. Est-ce que ces pertes seront compensées par l'arrivée de 400 000 nouvelles personnes à couvrir ? Cela dépendra de la situation de chaque organisme. La compensation entre départs et arrivées d'adhérents se fera en nombre d'adhérents, mais aussi en niveau de cotisation. » Cette réforme représente donc un vrai coup de pied dans la fourmilière pour les organismes d'assurance, qui vont devoir récupérer plus d'adhérents à un contrat collectif qu'ils ne perdent d'adhérents à un contrat individuel.



L'aéroport mise sur le mieux-être au travail

L'aéroport de Toulouse-Blagnac est la porte de Midi-Pyrénées vers l'international, et joue donc un rôle stratégique pour les entreprises développant des relations commerciales dans toute l'Europe et au-delà. Pour renforcer ses équipes, il inaugure un partenariat avant-gardiste visant à favoriser leur mieux-être au travail.



Jean-Michel Vernhes, Directeur général de l'aéroport de Toulouse-Blagnac

Avec des projets d'ouverture de vols directs vers New York, le Golfe, l'Europe du Nord et de l'Est, voire la Russie, l'aéroport de Toulouse-Blagnac va continuer à servir de tremplin pour les entreprises de Midi-Pyrénées partant à l'export. « L'international est vraiment l'un des objectifs majeurs de notre plan stratégique à cinq ans, confirme Jean-Michel Vernhes, son Directeur général, avec l'Europe comme destination prioritaire, car c'est là que l'essentiel de la croissance se fera dans les années à venir. » Le grand international n'est pas pour autant négligé. Le Canada, par exemple, marche bien en loisirs avec deux vols par semaine l'été, mais il serait intéressant pour les hommes d'affaires d'avoir 4 à 5 vols par semaine toute l'année. Les grands hubs sont aussi prioritaires, comme celui d'Istanbul, desservi par Turkish Airlines. « Cette ligne connaît un grand succès, et d'un vol par jour nous allons tendre

vers 10 vols par semaine, indique Jean-Michel Vernhes. Istanbul est un très bon hub, une porte d'entrée vers l'Orient pour les hommes d'affaires, qui y trouvent des vols directs pour le Moyen-Orient et toute l'Asie. »

Renforcer les équipes

Le dynamisme de l'aéroport de Toulouse-Blagnac reposant en partie sur celui de ses équipes, et pour renforcer leur bien-être et leur performance, la direction a lancé un programme avant-gardiste avec deux sociétés toulousaines partenaires : merlane et Domicil'Gym. « C'est un programme original dans le cadre de notre politique RSE, avec un coach pour l'accompagnement professionnel et un autre pour l'accompagnement forme et santé. L'objectif, c'est d'être bien dans sa tête et bien dans son corps, résume Jean-Michel Vernhes. Un cadre d'exploitation, un commercial et un opérationnel vont l'expérimenter dès



Photos : © Philippe Garcia / Aéroport Toulouse-Blagnac

cette année. Il sera intéressant de mesurer l'impact de cette expérience sur leur bien-être, sur les rapports au travail, et sur leurs performances. » Des indicateurs de mesure seront mis en place : les salariés pourront suivre leur progression en ligne, et la DRH aura accès à une synthèse non-nominative.

Conçu par merlane, spécialiste de la recherche sur le mieux-vivre en entreprise, en partenariat avec Domicil'Gym, spécialiste du coaching sportif, le programme baptisé Équilibres de vies est le fruit d'un an de travail et l'aéroport de Toulouse-Blagnac l'éternelle. Les coaches ont débuté leur intervention en janvier, et proposent du sur-mesure sur six mois à chaque collaborateur impliqué. « Pour cette année

d'expérimentation, nous avons ciblé des personnes avec des postes très différents et notamment des horaires atypiques, explique Muriel Biasiato, Responsable du marketing chez merlane. À l'opposé des solutions hédonistes apportant du plaisir ponctuel, il s'agit d'apporter du mieux-vivre au quotidien, dans la durée, et de rendre les gens autonomes dans la prise en charge de leurs équilibres. Ils doivent prendre de nouveaux réflexes, de nouvelles méthodes de travail et de nouvelles habitudes pour leurs équilibres de vie, à la fois dans les domaines du physique et du mental, et dans les domaines du travail et du hors-travail. »

Les collaborateurs concernés, forcément volontaires, sont très impliqués dans leur programme, notamment par la réalisation de séances sur leur temps personnel. L'objectif étant qu'ils soient capables de poursuivre l'activité une fois l'accompagnement terminé !

merlane & Domicil'Gym • Développeurs de bien-être au travail

Les deux sociétés toulousaines accompagnent les salariés des entreprises pour développer leurs équilibres de vies . . .



Didier MESSAL, Jean-Claude MERLANE

merlane, société de conseil en management et ressources humaines, créée en 1985 à Toulouse, travaille depuis de nombreuses années sur la problématique du mieux-vivre en entreprise. Forte de son expérience de plus de 30 ans en développement personnel et de ses travaux de recherches sur le bien-être et la performance, la société a conçu, avec son partenaire, Domicil'Gym, société créée en 1995, spécialiste du coaching sportif forme et santé, un programme complet sur-mesure destiné aux salariés des entreprises. Partant du constat que pour contribuer au bien-être des salariés, les entreprises doivent avoir une approche globale de l'individu dans son écosystème et sur le long terme, elles ont conçu un programme unique en France.

Une réponse globale centrée sur les besoins individuels des salariés

Le programme est baptisé **Équilibres de Vies®** car il est bien question d'équilibres : vie au travail et vie hors travail mais aussi équilibre physique et mental. Grâce à un programme individuel, sur mesure et adapté à ses besoins, le participant trouve ses propres équilibres qui contribuent à son bien-être.

Équilibres de Vies® combine les 2 approches essentielles au bien-être : l'approche centrée sur le physique avec des séances de coaching sportif et l'approche psychologique avec des coaches en développement personnel.

D'une durée de 6 mois, la démarche nécessite

l'engagement personnel du participant qui co-produit et est co-responsable de son programme. Il peut suivre ses évolutions au jour le jour via des indicateurs en ligne. De plus, il réalise son programme sur son lieu de travail, dans des horaires adaptés au monde professionnel.

Les coaches se réunissent mensuellement pour suivre et adapter le programme. S'ils le jugent nécessaire, ils font appel à une équipe d'experts pluridisciplinaire (psychologues spécialisés, nutritionnistes, kinésithérapeutes, médecins du sport ...).



Un programme adapté en permanence

Équilibres de Vies® c'est :

Un programme d'accompagnement personnalisé basé sur une analyse de « l'écosystème » de chaque personne.

Un programme sur mesure à partir d'un bilan de départ, combinant la dimension psychologique et physique de l'individu.

Une équipe pluridisciplinaire d'accompagnants, s'appuyant sur des points réguliers d'évaluation des progrès de la personne afin d'adapter son programme en permanence.

Des indicateurs de mesures avant, pendant et après, facilitant l'engagement et l'appropriation de la démarche par la personne et multipliant ainsi les chances de continuité de façon autonome après le programme.

De nombreux avantages pour les entreprises

Des salariés bien dans leur tête et dans leur corps seront des salariés motivés. Un équilibre entre la vie au travail et la vie hors travail leur permettra de s'exprimer

positivement pour une meilleure performance. Les évolutions de leur « forme », au-delà de la seule prévention des risques psychosociaux, représente une nouvelle approche de l'engagement au travail.

Le processus d'accompagnement centré sur la capacité personnelle à se prendre en charge et à devenir autonome dans cette démarche contribuera à développer leur sens de la co-production et de la co-responsabilité si importants aujourd'hui dans nos entreprises en quête de transversalité et d'agilité.

NOS SPHÈRES DE VIES NE SONT PAS ÉTANCHES !

Tous les travaux de recherches confirment que les sphères de vies des salariés ne sont pas étanches : la sphère du mental et celle du physique sont intimement liées. La vie au travail et la vie personnelle sont également très imbriquées : elles s'inter-structurent et se régulent, conditionnant la réalisation et la poursuite d'activités et le développement de nouvelles aspirations.

Équilibres de Vies® peut s'intégrer dans une démarche financée par les caisses de prévoyance ou de mutuelles, par le DIF ou encore par le plan de formation. Si vous le souhaitez, merlane peut vous accompagner dans la recherche de financements.



Au cœur du management

GRUPE MERLANE

Son activité : Conseil en Management et Ressources Humaines

Son dirigeant : Jean-Claude MERLANE

Nombre d'employés : 70

Coordonnées : 05 61 00 91 91

E-mail : groupe@merlane.com

Web : www.merlane.com

DOMICIL GYM

Son activité : Coaching sportif forme et santé pour particuliers et entreprises - Réseau de franchisés sur la Métropole, la Réunion et la Nouvelle Calédonie

Ses dirigeants :

Didier MESSAL, Laurent PEREIRA, Frank SAFFON

Nombre de coaches : 45

Coordonnées : 09 75 77 19 51

E-mail : contact@domicilgym.fr

Web : www.domicilgym.fr



Cap sur Bruxelles !

C'est une initiative innovante en France : la commission Affaires européennes de la CCI Midi-Pyrénées et le Réseau Entreprise Europe Sud-Ouest organisent des voyages à Bruxelles avec des délégations de chefs d'entreprise, pour leur permettre de saisir des opportunités et de faire avancer leurs dossiers.

Du 25 au 27 novembre dernier, 14 représentants d'une dizaine d'entreprises de Midi-Pyrénées se sont rendus en délégation à Bruxelles. « Cette mission nous a permis de mieux comprendre l'articulation des instances européennes et l'utilisation que peuvent en faire les PME, témoigne Chantal Meck, représentant la société albigeoise Safra, créatrice du bus multi-hybride Businova. Les rendez-vous ciblés avec les Directions générales Recherche et innovation, Mobilité et transports, et Entreprises et industrie nous ont permis de présenter le Businova et sa technologie innovante. Nous avons aussi obtenu des informations concrètes sur la réglementation concernant les véhicules hybrides, sur les appels à projets dans le cadre du programme européen Horizon 2020, ainsi que sur les nouvelles mesures concernant l'accès au financement et aux marchés pour les PME. Nos interlocuteurs ont été très intéressés par le projet Businova et, maintenant que le lien est établi, nous pourrions les recontacter en cas de besoin. »

Une initiative originale

Le Réseau Entreprise Europe est impulsé depuis 2008 par l'Union européenne (UE) avec pour mission d'intervenir dans les régions auprès des PME, d'une part pour leur faciliter l'accès aux informations sur l'Europe dont elles ont besoin (réglementations, questions précises sur le marquage CE, sur la TVA à l'export, etc.), et d'autre part pour les informer sur les opportunités ouvertes par l'UE avec



Participation de la délégation de Midi-Pyrénées à la commission Industrie-Recherche-Énergie du Parlement européen

ses programmes, ses fonds spécifiques, etc. Mais le Réseau Entreprise Europe Sud-Ouest va plus loin en organisant ces délégations à Bruxelles, en lien avec la Chambre de commerce et d'industrie Midi-Pyrénées (CCI MP), qui a elle-même décidé d'avoir une action plus forte sur le champ européen.

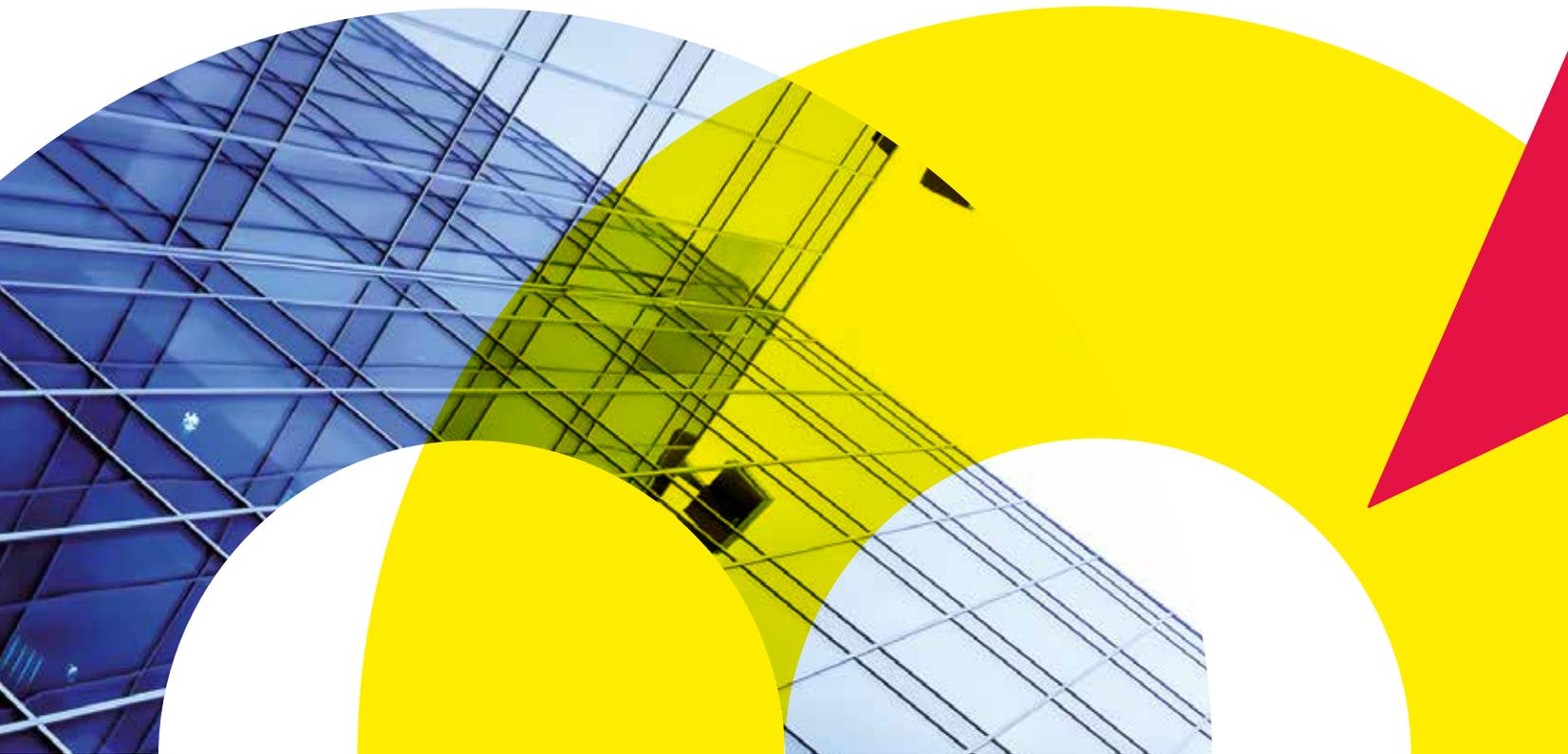
« Nous sommes quelques chefs d'entreprise et élus de la CCI MP à avoir souhaité créer une commission des Affaires européennes pour se retrouver et mieux faire avancer nos dossiers, explique Michel Bossi, Président de la CCI du Tarn. En tant que membre du bureau de la CCI MP, j'ai demandé au Président Didier Gardinal, qui a accepté, de créer cette commission pour ouvrir une réflexion sur une action proactive en direction de l'Europe. Elle s'est réunie et a décidé d'aller régulièrement à Bruxelles, avec l'équipe du Réseau Entreprise Europe dirigée par Jean-Louis Falcou, pour rencontrer les commissaires et

des techniciens très ciblés en fonction des problématiques des chefs d'entreprises et des cadres qui nous accompagnent. Nous ouvrons ainsi les portes de l'Europe aux entreprises de Midi-Pyrénées, pour qu'elles puissent échanger avec des personnes importantes pour leurs dossiers. »

Comparativement aux pays du Nord de l'Europe, les pays du Sud et leurs entreprises sont en effet peu présents à Bruxelles, et il s'agit d'y remédier pour ne pas être handicapé dans la compétition internationale. « Il faut y être pour être moins pénalisé dans son fonctionnement quotidien, indique Michel Bossi, et ne pas hésiter à faire du lobbying, à rencontrer des experts, des responsables, pour faire connaître le point de vue des entreprises pour qu'il puisse être pris en compte dans les décisions de Bruxelles. Les techniciens européens ne connaissent pas nécessairement tous les sujets en profondeur, et n'ont

EUROPE
INTERNATIONAL
BUSINESS

Besoin de conseils pour
vous lancer à l'international ?



Un seul n° :

0 810 510 002



Faire avancer toutes les envies d'entreprendre

www.midi-pyrenees.cci.fr

En partenariat avec





Le bus multi-hybride Businova, créé par la société albigeoise Safra

pas toujours toutes les données de terrain pour appréhender les problématiques des entreprises. Être à Bruxelles permet aussi de mieux savoir ce qui se fait en matière d'appels d'offres européens, pour accéder à de nouveaux marchés. »

Des experts à l'écoute

« Nous allons à la rencontre des décideurs, de ceux qui rédigent les textes européens et de ceux qui vont les voter, poursuit Jean-Louis Falcou, Responsable du Réseau Entreprise Europe Sud-Ouest à la CCI Midi-Pyrénées. Les entreprises se rendent de plus en plus compte qu'un grand nombre de décisions les concernant directement sont prises à la Commission européenne, qui les fait ensuite valider par le Parlement européen. Il y a donc des informations à aller chercher à la source, et il est également intéressant pour les entreprises de faire connaître leurs réalités en amont de la publication des textes pour qu'ils correspondent le plus possible à leurs intérêts. »

Lors du voyage de novembre dernier, la délégation a rencontré sept représentants de Directions générales, des experts techniques de la Commission européenne. Une rencontre avec des députés du Parlement européen



La délégation de chefs d'entreprise de Midi-Pyrénées devant le Parlement européen

a également eu lieu, pour alerter sur certaines problématiques rencontrées par les entreprises et recueillir des informations de première main. « Ce qui est aussi très positif, ajoute Jean-Louis Falcou, c'est que nos interlocuteurs à Bruxelles nous disent avoir peu l'occasion de rencontrer des PME de terrain, et ils sont demandeurs de retours sur l'impact de leurs décisions. Ils nous demandent s'ils peuvent nous recontacter par la suite. Ce sont des personnes de grande valeur qui font un travail de qualité. Ils ne peuvent pas recevoir tout le monde, mais ils ouvrent la porte à nos entreprises par notre intermédiaire. » Avec deux missions par an, la région Midi-Pyrénées gagne aussi en visibilité à Bruxelles, et tisse des liens qui la positionnent, elle et ses représentants, de façon plus favorable auprès des responsables européens.

PLUS DE 400 QUESTIONS PAR AN

Les collaborateurs du Réseau Entreprise Europe de la CCI Midi-Pyrénées traitent chaque année plus de 400 questions d'entreprises, font remonter à Bruxelles quelque 45 dossiers liés à leurs difficultés et accompagnent 12 à 14 entreprises pour qu'elles signent des partenariats avec d'autres entreprises européennes ou pour qu'elles participent à des programmes de R&D européens, comme le programme Horizon 2020, doté de 70 milliards d'euros.

« Les questions les plus fréquentes concernent la facturation intracommunautaire et la TVA à l'export, explique Émilie Vicq, juriste du Réseau, et les réponses sur les règles et les démarches à suivre sont alors au cas par cas. Les chefs d'entreprise nous sollicitent beaucoup également pour savoir quels produits sont soumis au marquage CE, sur la mobilité et le détachement des travailleurs, l'injonction de payer européenne, la création de filiales et de succursales, etc. » Le droit européen est, comme tous les droits, complexe, mais il est de surcroît méconnu. Le Réseau Entreprise Europe joue donc un rôle précieux de conseil.