

Itinéraire d'une tourte aux noix, des Grisons en Corée

L'aide à l'exportation pour les PME doit être modulée de façon individuelle et pouvoir s'appuyer sur un réseau pour être efficace. C'est ce que montre l'exemple d'une boulangerie-pâtisserie grisonne. *Martina Gmür*

Abrégé L'exemple de La Conditoria, petite entreprise alimentaire des Grisons, montre qu'une aide individualisée peut contribuer au succès de plus petites sociétés des régions périphériques sur le marché mondial. Organisée en réseau, Switzerland Global Enterprise (S-GE) collabore avec de nombreux prestataires de services à l'exportation externes pour offrir aux PME le soutien le plus pertinent qui soit. Les PME exportatrices aspirent toujours plus à une aide sur mesure face à l'insécurité politico-économique grandissante et à la tendance mondiale au protectionnisme. Investir dans les technologies numériques permet d'adapter la promotion des exportations encore plus efficacement aux différents besoins des PME et d'y associer encore mieux le réseau de soutien. Telles sont les recettes qui permettront à la promotion subsidiaire suisse des exportations de bien aborder l'avenir.

Dans la petite station de ski de Sedrun perchée dans les montagnes grisonnes, la boulangerie-pâtisserie La Conditoria a longtemps régalié les villageois, les touristes et les nombreux travailleurs actifs sur le chantier de la nouvelle ligne ferroviaire à travers les Alpes (NLFA) au tunnel de base du Gothard. À la fin des travaux et face à une situation touristique devenue plus difficile, son propriétaire Reto Schmid a réévalué ses options.

Ce Grison dynamique n'a cependant jamais remis en question sa tourte aux noix, très appréciée et primée à plusieurs reprises. Comme ses clients la trouvaient souvent trop grande, il l'a redimensionnée au format biscuit et l'a reconditionnée pour une plus longue conservation, puis est parti à la conquête du marché mondial.

Tremplin à l'étranger

Reto Schmid a fait ses premiers pas à l'international en participant à deux événements à Cologne sur le stand suisse : la foire internationale des confiseries ISM et le salon de l'alimentation Anuga. L'association de promotion des exportations Switzerland Global Enterprise (S-GE, voir encadré 1) organise depuis des années les pavillons suisses avec la Fédération des industries alimentaires suisses (Fial) et la société Switzerland Cheese Marketing. La Commission de foires et projets (MPK, voir encadré 2) les soutient également.

Dans un deuxième temps, Reto Schmid a

profité du tremplin fourni par une «mission d'acheteurs» («buyer mission») en Suisse. S-GE avait invité les responsables des achats de la chaîne de supermarchés américaine Fairway. Avec le concours de la Fial, S-GE les a mis en contact avec des entreprises suisses, dont La Conditoria. Sélectionnée par Fairway, la boulangerie-pâtisserie de Sedrun a ainsi pu exporter aux États-Unis pour la première fois. L'approche a ensuite été plus systématique pour le marché allemand, en identifiant d'abord – avec S-GE – des partenaires commerciaux potentiels.

Reto Schmid exporte aujourd'hui dans une bonne dizaine de pays, des États-Unis à la Corée du Sud en passant par Dubaï et Israël. Avec ses trente employés, la production peine désormais à satisfaire la demande. Un nouveau site d'une capacité de 20000 tartelettes par heure est donc en cours de construction, ce qui créera de nouveaux emplois dans la région.

Reto Schmid a réussi à percer sur le plan international malgré les multiples obstacles au commerce. L'exportation vers les États-Unis a ainsi été précédée par un long examen de l'agence américaine des produits alimentaires, qui a par exemple interdit la reproduction d'une gentiane sur l'emballage, car elle n'en a pas dans la composition du produit.

Un soutien adéquat

Si l'histoire à succès de Reto Schmid débute grâce à une idée commerciale astucieuse et son sens aigu des affaires, elle n'en livre pas

moins des enseignements pour d'autres petites entreprises. Car le maître boulanger a également tiré parti, à double titre, d'un soutien taillé sur mesure.

D'abord avec la «mission d'acheteurs» à laquelle La Conditoria a participé. Cette formule a été conçue spécialement pour les exportateurs plutôt novices en la matière. Le contact avec un premier client permet de tester sans trop de risque un marché encore inconnu et de s'en retirer le cas échéant. S-GE est présente à chaque étape et facilite les contacts avec des experts, par exemple dans les échanges avec l'agence américaine des produits alimentaires.

Deuxièmement, les offres de soutien ont été axées spécialement sur la branche, une approche rendue possible uniquement grâce à la coopération avec la Fial. La faïtière aide S-GE à augmenter la pertinence et la notoriété des salons et des «missions d'acheteurs» pour des entreprises alimentaires comme La Conditoria.

Par ses services taillés sur mesure pour les besoins des PME et sa collaboration avec d'autres prestataires de services à l'exportation,

Encadré 1 : Switzerland Global Enterprise

Switzerland Global Enterprise (S-GE) fournit exclusivement un service public pour les PME, en complément des offres des chambres de commerce, des associations et des entreprises privées lors de l'entrée sur les marchés étrangers. Les prestations, comme la mise à disposition de premières informations sur les débouchés pour les PME, sont en grande majorité gratuites. Dans les projets détaillés personnalisés pour les PME, comme la recherche de partenaires de distribution à l'étranger, S-GE facture le coût de revient et inclut dans deux tiers des cas des experts externes en Suisse et à l'étranger. S-GE est donc une organisation en réseau. Au total, environ 95 % des ressources de fonctionnement de cette association privée proviennent de la Confédération ou sont générés par l'exécution de mandats fédéraux. Le Conseil fédéral a proposé d'affecter 90,5 millions de francs au mandat de promotion des exportations pour les années 2020 à 2023, dont 80,5 millions pour les prestations clés de S-GE.

tation, S-GE peut offrir un suivi optimal aux quelque 5000 sociétés prises en charge chaque année. Les deux éléments sont donc essentiels dans le travail quotidien de S-GE. Un sondage mené à intervalles réguliers par un institut indépendant révèle que le soutien de S-GE a été efficace pour 80 % des sociétés. L'orientation vers les expériences et les besoins spécifiques des PME de même que l'intégration renforcée d'autres prestataires de services à l'exportation constituent les deux axes dans lesquels S-GE veut investir davantage lors de la période de prestations 2020–2023.

Un suivi plus étroit est souhaité

Les exportateurs suisses ont connu de longues années de pression sur les marges et les prix. Bien que le climat actuel soit bon, la tendance mondiale à davantage de protectionnisme et d'insécurité politique incite à une plus grande prudence dans les projets d'expansion vers des débouchés nouveaux ou connus.

Les PME avancent aujourd'hui à petits pas dans leurs projets d'exportation pour éviter de perdre du temps et de l'argent et pour ne

pas prendre de risques inutiles. Elles veulent que les faits et les chiffres pertinents pour leurs activités, extraits du flot mondial de données, soient ramenés à des proportions qui leur permettent de mieux évaluer les facteurs d'insécurité. C'est pour cette raison également qu'elles souhaitent avoir un interlocuteur personnel pour répondre à leurs questions, même au-delà des projets d'exportation individuels. En bref, leur besoin d'une offre de soutien conforme à leur niveau d'expérience en matière d'exportation et à leur branche a augmenté ces dernières années et continuera de croître au vu des insécurités croissantes. Les entreprises veulent une offre simple, avantageuse, efficace et aussi personnalisée que possible.

Rapprocher les partenaires

Les technologies numériques permettent de mieux répondre à ces besoins, par une sélection plus pointue des informations, par leur mise à disposition simple et par un rapprochement mieux ciblé entre PME et acteurs du réseau de soutien.

Les novices à l'exportation trouvent ainsi sur le site de S-GE un guide détaillé leur per-

mettant de lancer le processus de l'internationalisation. Les exportateurs chevronnés peuvent consulter gratuitement la base de données douanière pour obtenir ponctuellement les droits de douane et d'importation du monde entier. En 2018, 85 000 requêtes ont déjà été effectuées. Les entreprises rassemblent aujourd'hui elles-mêmes les premières informations qui leur sont nécessaires et qui répondent à leurs besoins individuels. Cela libère des capacités pour offrir un suivi plus étroit et plus individualisé aux sociétés.

Le recours aux technologies numériques permet de faire passer la fourniture commune – en réseau – de services destinés aux exportateurs à un niveau supérieur. Aujourd'hui déjà, le site de S-GE regroupe les coordonnées de nombreux experts auxquels les entreprises peuvent faire appel. S-GE travaille en outre sur un premier projet pilote de rapprochement (« matchmaking ») numérique, une plate-forme qui reliera à l'avenir les PME et les spécialistes à l'exportation.

Une promotion des exportations efficace sera donc demain encore plus personnalisée, offrira l'accès numérique à un vaste réseau d'aides et atteindra ainsi toujours plus de PME exportatrices. Il vaut la peine d'investir dans ces solutions pour que l'économie suisse, orientée vers l'extérieur, reste sur la voie du succès, même en période d'insécurité et de protectionnisme croissants.

Encadré 2 : Commission de foires et projets

Même avec l'avènement de la numérisation, la présence physique aux foires et salons demeure essentielle pour de nombreuses entreprises. La Commission de foires et projets (MPK) promeut donc une participation collective d'entreprises suisses aux salons avec les pavillons suisses. Elle soutient également d'autres actions de promotion du commerce à l'étranger, comme des missions exploratoires (« fact finding missions »), des voyages pour les entrepreneurs ou des projets en faveur d'activités sectorielles. Les fonds sont réservés à la par-

tie d'intérêt général d'un salon ou d'un projet, c'est-à-dire aux prestations qui profitent à toute une branche ou à l'ensemble de l'économie suisse plutôt qu'à une entreprise particulière. Cela réduit considérablement les charges d'administration et d'organisation pour les entreprises qui prennent part à un salon ou un projet à l'étranger. La présence commune sous la bannière « Suisse » constitue également un avantage.

Les cinq à sept membres de la MPK représentent les différentes branches et industries des exportateurs suisses et

liechtensteinois. Ils disposent aujourd'hui d'un budget annuel d'environ 2 millions de francs et soutiennent chaque année plus de 90 projets menés par des associations, des chambres de commerce ou des entreprises sur de nombreux marchés autour du globe. Plusieurs centaines d'entreprises en bénéficient chaque année. Les offres de la MPK sont aujourd'hui largement reconnues. Pour la période allant de 2020 à 2023, le Conseil fédéral prévoit d'allouer 2 millions de francs supplémentaires à la MPK pour la promotion de projets modèles et prometteurs.



Martina Gmür

Responsable de la promotion des exportations et membre de la direction, Switzerland Global Enterprise (S-GE), Zurich