

# Malgré la crise politique, le patron de Business France affiche son optimisme

*En amont de la REF du Medef, Laurent Saint-Martin, le directeur général de Business France, veut inciter les entreprises françaises à se lancer davantage dans l'export. A ses yeux, la période actuelle est propice pour être opportuniste en dehors de l'Hexagone.*

Temps de lecture : minute

---

26 août 2024

Pour Laurent Saint-Martin, la période actuelle, bien que remplie d'incertitudes et d'angoisses, ne doit pas être un prétexte pour ne pas s'étendre à l'international. «*Soyez opportunistes dans cette période de flou politique pour aller conquérir des marchés à l'étranger*», lance ainsi le directeur général de Business France dans un entretien à l'AFP pour inciter les entreprises françaises à se lancer davantage dans l'export, particulièrement en ce moment.

Pour rappel, la double mission de Business France est d'accompagner les entreprises françaises à l'étranger et d'inciter les entreprises étrangères à investir en France.

AFP – Vous serez mardi à la REF du Medef. Quel est l'état d'esprit des entreprises françaises en ce moment ?

LAURENT DE SAINT-MARTIN – Elles ont bénéficié à plein de la séquence des JO, directement, ou indirectement par l'ambiance psychologique. Les chefs d'entreprises ne sont pas très inquiets, en revanche, il y a sans

doute une attente sur la physionomie et la politique économique du prochain gouvernement. La REF (Rencontre des entrepreneurs de France, ndlr) va nécessairement être une séquence d'exigence, les chefs d'entreprises exprimeront sans doute leur volonté de continuité de la politique économique menée ces dernières années.

Du côté des entreprises étrangères en France, c'est moins noir que ce qu'on a pu dire avant les JO : aucun des 56 projets d'investissements annoncés en mai à Choose France (événement annuel de prestige organisé à Versailles pour les grands investisseurs étrangers, ndlr) n'a été annulé, et personne ne nous a dit «*on va mettre sur pause, on en reparle à la rentrée*». Ça ne veut pas dire que les gens ne demandent pas ce qui va se passer, et maintenant il faut que ça bouge. Sinon, ça créerait effectivement une musique d'instabilité durable, ce qui n'est pas bon.

Quel bilan tirez-vous du plan «Osez l'export» lancé il y a un an, qui vise à faire passer de 150 000 à 200 000 d'ici à 2030 les entreprises françaises exportatrices ?

Nous sommes satisfaits, les entreprises s'en sont bien saisies. Certaines mesures ont même été victimes de leur succès, d'un point de vue budgétaire ! Comme l'invitation d'acheteurs étrangers sur les salons internationaux en France, ou la prise en charge de 30 % des coûts pour les entreprises participant à des salons dédiés à l'export.

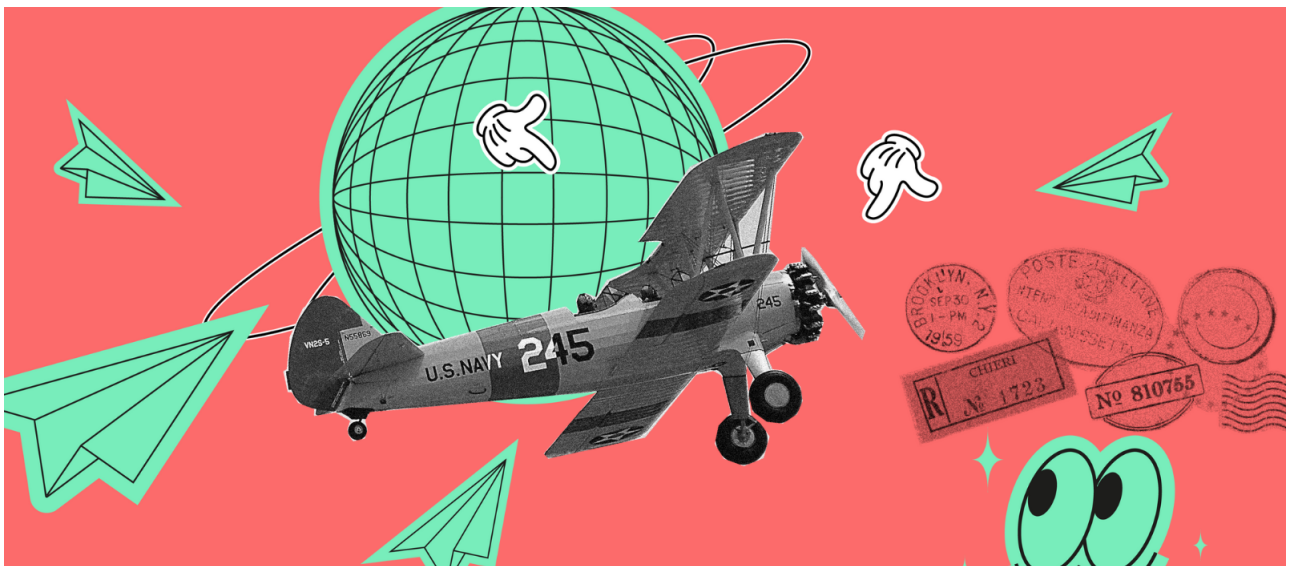
La mesure France 2030 Export (qui vise à accompagner financièrement à l'export les entreprises lauréates du plan France 2030 de soutien à la compétitivité industrielle et aux technologies d'avenir, NDLR) démarre très fort et on va envoyer les premières lauréates en mission dès cet automne. Pour moi, la «boîte à outils» est complète. Je souhaite que le plan soit pérennisé, pas besoin de réinventer la roue, mais surtout, la priorité des priorités est de le faire connaître, car trop de patrons de PME ne connaissent pas encore les outils à disposition.

La période vous semble-t-elle bien choisie pour se lancer à l'export ?

En France, on n'a pas une culture export assez développée. Ça date de très loin : on n'est pas un pays exportateur initialement parce qu'on n'est pas un pays importateur, qu'on est un pays autosuffisant.

Linguistiquement aussi, on n'a peut-être pas le même rapport à l'international que d'autres pays. Ça évolue avec les nouvelles générations, il n'y a qu'à regarder les startups de la French Tech. C'est une question de quelques années.

La France a un formidable savoir-faire en termes de produits et de services. Il faut aller davantage participer à des missions de prospection à l'export. Ça existe. L'État le subventionne. Et il faut que tout le monde tente sa chance. Des patrons de PME nous l'ont dit, c'est dans ces périodes d'attente qu'on se rend compte que c'est le moment d'accélérer sur d'autres marchés. Mon message est donc très clair pour cette rentrée : soyez opportunistes dans cette période de flou politique pour aller conquérir des marchés à l'étranger, diversifiez votre risque.



À lire aussi

Malgré les vents contraires, les startups maintiennent le cap à l'international



## MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

---

Article écrit par Maddyness avec AFP