

PARIS : Créer un écosystème épanouissant pour rendre les territoires attractifs

Comment augmenter l'attractivité d'un territoire ?



En prenant l'exemple des Hauts de France, des chefs d'entreprise, des économistes et des financiers ont partagé leurs expériences et donné des pistes concrètes lors d'une table ronde organisée à Lille par les associés régionaux de Walter France, Christophe Ruin et Hélène Quemoun, en partenariat avec la DFCG* et BSI Economics. Durant ces dernières décennies, les territoires ont souffert de la désindustrialisation, perdant usines et emplois. Pour redonner du souffle à l'économie, les choix d'orientation stratégique,

les politiques fiscales, la dynamisation des services, la pertinence de la formation et la révolution technologique doivent être repensés et co-construits à leur niveau.

La valeur se crée dans la fabrication de produits qui montent en gamme

Anne-Sophie Alsif, économiste au sein de deux think tanks, la Fabrique de l'industrie et BSI Economics, a rappelé que la France est toujours la troisième puissance industrielle en Europe, mais que depuis les années 2000, la balance commerciale française connaît un déficit. Historiquement, après le choc pétrolier de 1973, les gouvernants ont pensé que les services, moins enclins à la délocalisation, pouvaient prendre le relais de l'industrialisation. Ce choix a conduit à un processus de désindustrialisation, avec un transfert de la production dans les pays à faible coût de main-d'œuvre. Un autre phénomène économique des années 80 s'est traduit par la montée du libéralisme avec son corollaire, la volonté de déréguler. Conséquence : l'arrivée de nouveaux entrants qui ont pris des parts de marché sur des secteurs où l'Europe et la France étaient jusque-là bien positionnées, en offrant une main-d'œuvre moins chère ; le meilleur exemple est l'industrie automobile. L'Allemagne, quant à elle, a fait le choix d'une autre stratégie, celle de la montée en gamme. Leader sur le marché des machines-outils, elle a bénéficié de la forte demande de pays qui s'industrialisent très fortement, comme la Chine, et qui ont besoin du savoir-faire allemand.

Dans les années 80, de nombreuses usines ont fermé. La France a beaucoup souffert de cette désindustrialisation, un emploi industriel détruit entraînant la disparition de trois emplois dans les services. Aujourd'hui, la question se pose : où est créée la valeur en France ? Dans la recherche et développement ou dans la fabrication ? Contrairement aux idées reçues, globalement, la plus grande partie de la valeur est créée dans la fabrication, et progressivement pour des produits qui montent en gamme ; d'où les réflexions actuelles des

entreprises sur l'intérêt de relocaliser en France.

Quatre préalables pour optimiser l'attractivité des territoires

Pour Eric Mériaux, président de Looten, grossiste en fournitures industrielles, et président de la DFCG Hauts-de-France, le plus important est de s'assurer de la convergence des stratégies et des actions entre les différents acteurs régionaux : les politiques, les représentants de l'Etat, la région, les départements, les syndicats patronaux, les chambres de commerce et d'industrie, les places financières, les places tertiaires, etc. A eux tous, ils doivent identifier les besoins pour attirer les entreprises et leurs salariés et faire en sorte qu'ils s'implantent et restent dans le territoire.

Toujours selon lui, au niveau national, c'est l'Etat qui doit donner une véritable liberté d'entreprendre et d'agir, avec moins de normes, davantage de simplification, un niveau d'imposition supportable et une fiscalité attrayante. A l'exception des impôts indirects (CFE, CVAE, C3S, Taxes Foncières) dont le poids cumulé est bien trop important, il faut reconnaître que ce n'est pas la fiscalité (IS ou TVA) en tant que telle qui rebute les investisseurs étrangers, mais l'instabilité fiscale, avec des changements incessants de règles. Malgré cela, les investissements directs étrangers (IDE), a rappelé Anne-Sophie Alsif, n'ont jamais été aussi élevés en France, grâce à notre stabilité politique, à nos infrastructures et à la qualité de notre main-d'œuvre.

Pour Antoine Leduc, fondateur de la société Leduc Courtage, élu à la CCI Grand Lille et président des Places Tertiaires, le plus grand réseau des professionnels du conseil au nord de Paris, il est indispensable de rapprocher les mondes économique, politique, scientifique et universitaire afin de travailler ensemble au service de l'intérêt général. Cette mobilisation collective est source d'attractivité et un élément du vivre ensemble.

Un autre objectif est de favoriser le développement des métiers du tertiaire supérieur, indispensable pour accompagner les entreprises dans leur transformation et leur fournir des services utiles à leur compétitivité. Nous sommes convaincus que plus de services dans l'économie crée plus de valeur ajoutée pour les entreprises et donc plus d'emplois. D'ailleurs les chiffres parlent d'eux-mêmes puisque la filière compte 100 000 salariés dans les Hauts de France et présente une croissance constante depuis 10 ans.

Développer l'innovation pour accroître la compétitivité

Pour Antoine Leduc, il faut aller plus loin que le simple gain de compétitivité. Une entreprise qui n'innove pas en 2019, c'est une entreprise qui risque de disparaître dans les prochaines années. On vit dans un monde en profonde mutation, où tout va de plus en plus vite avec de véritables ruptures économiques, technologiques, sociétales et environnementales. L'entreprise aujourd'hui a l'obligation d'innover pour durer, à l'instar des entreprises centenaires, capables de partager une stratégie long terme et d'être suffisamment agile pour traverser les crises en se transformant. C'est vrai pour les grandes entreprises mais aussi et surtout pour les TPE et PME qui représentent 95% de notre tissu économique. Toutes les entreprises ont l'obligation de s'adapter aux nouveaux comportements des clients et aux nouvelles attentes des collaborateurs. C'est dans cet esprit que les mouvements patronaux développent de nouveaux services pour offrir aux entrepreneurs des occasions de se former en permanence et d'être à l'affût des tendances.

Eric Mériaux a rappelé l'attractivité de la France qui a su créer d'excellentes conditions pour la R&D, avec pour résultat l'arrivée de nombreux groupes mondiaux qui ont investi dans leur R&D en France. Dans la région Hauts-de-France, huit centres d'innovation accompagnent les entreprises innovantes, comme EuraTechnologies, un incubateur de start-ups, qui offre à 300 entreprises un écosystème de 80 000 m².

En revanche, des progrès restent à faire dans le domaine du financement, car les Français sont créatifs et l'enjeu est de garder ces brillants entrepreneurs. Or, force est de constater qu'après avoir créé leur start-up et quand celle-ci commence à se développer, c'est souvent aux Etats-Unis qu'ils vont lever des fonds. C'est aussi une question d'état d'esprit : aux Etats-Unis, les Américains n'hésitent à placer leur épargne dans des participations d'entreprises, alors que les Français continuent de privilégier l'assurance-vie et le livret A...

Former les talents et faire en sorte qu'ils restent

Pour comprendre la manière de créer une offre de formation pertinente, il est intéressant d'étudier la différence entre les systèmes français et allemand. Après la guerre, ce sont les Länder allemands qui ont eu la responsabilité de la reconstruction ; ils ont en conséquence formé des apprentis pour répondre aux besoins locaux de leurs territoires. A l'inverse, c'est au niveau national que la France a » disséminé » des formations sur l'ensemble de l'Hexagone. Cette logique perdure.

Cette stratégie de formation est cruciale pour la réussite de l'industrie du futur, l'industrie 4.0, et va le devenir encore plus. La robotisation permet d'abaisser, à terme, lorsque les robots sont amortis, les coûts de main-d'œuvre, mais cette révolution numérique ne pourra réussir qu'à condition que les salariés soient formés à leur utilisation.

Pour Agathe Boidin, directrice générale de Log's, un groupe familial de stockage et de logistique, il est essentiel de rapprocher le monde universitaire de celui des entreprises. C'est au niveau du territoire que la stratégie de formation doit être définie pour » faire coller » les formations au plus près des besoins des entreprises. Pour Anne-Sophie Alsif, il est toutefois important de conserver un socle généraliste de formation, car les jeunes d'aujourd'hui vont changer de métier plusieurs fois dans leur vie et ils doivent disposer des bases leur permettant de s'adapter en permanence sans être

déstabilisés comme peuvent parfois l'être certains salariés seniors d'aujourd'hui.

Former les talents, c'est bien, mais au niveau des territoires, Agathe Boidin insiste sur un autre enjeu majeur qui consiste à donner envie aux jeunes de s'y installer et d'y rester. Cela passe par le fait de créer un environnement favorable pour l'épanouissement de leur vie personnelle, au même titre que leur recherche de sens au sein des entreprises. Très concrètement, ils doivent pouvoir se rendre facilement à leur lieu de travail, trouver un logement sans difficulté, disposer de services complets pour la garde de leurs enfants, avoir le choix de loisirs culturels et sportifs...

Pour Olivier Tonon, vice-président de la DFCG Hauts-de-France, qui animait les débats, les mutations professionnelles à venir, engendrant la disparition de certains métiers et l'émergence de nouveaux, sont totalement sous-estimées. 50 % des emplois allant être transformés avec le digital, le sujet prioritaire est sans aucun doute la qualité de la formation des salariés.

Christophe Ruin et Hélène Quemoun, associés Walter France dans les Hauts-de-France, ont pour leur part insisté sur l'importance, pour les entreprises, de se faire accompagner par des conseils proches de leurs préoccupations pour réussir leur transformation numérique et participer ainsi à la performance future de leur territoire.

*** Association des directeurs financiers et de contrôle de gestion**

Walter France en quelques chiffres

- un réseau fédéraliste de 100 bureaux en France, y compris les départements d'Outre-Mer (Guadeloupe et Réunion)**
- date de création : 1974**
- 100 associés et 970 collaborateurs**
- un siège basé à Paris avec une équipe de permanents**
- chiffre d'affaires : 102 millions d'euros**

Walter France est membre d'Allinial Global International

- 192 cabinets
- 540 bureaux
- 71 pays
- 22400 collaborateurs et associés
- chiffre d'affaires : 3,3 milliards de dollars US

Légende photo jointe : De gauche à droite : Anne-Sophie Alsif, Agathe Boidin, Olivier Tonon, Eric Mériaux, Antoine Leduc, Hélène Quemoun, Christophe Ruin et Olivia Ponsonnet, directrice générale de Walter France