

Comment mieux exporter ?

Cette question était au cœur des échanges du colloque organisé par le Snitem le 25 janvier à Paris, en présence, notamment, de Bpifrance, de Business France, de la Direction générale du Trésor (DG Trésor), du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et de French Healthcare.

« **N**ous nous réjouissons souvent, en France, d'être une « start-up nation », y compris dans le domaine de la santé, mais encore faut-il être en capacité d'exporter », a pointé Laurence Comte-Arassus, présidente du Snitem et directrice générale de GE Healthcare, en ouverture d'un colloque sur le sujet le 25 janvier dans les locaux du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. De fait, le secteur du DM, au sein de l'Hexagone, c'est « environ 1 400 entreprises » dont « 93 % de PME », qui génèrent « plus de 32 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuels, dont 10 milliards à l'export » et qui « importent plus qu'elles n'exportent », a-t-elle résumé (lire notre dossier ci-après).

UN PLAN « OSEZ L'EXPORT »

Toutefois, un certain nombre d'« ingrédients sont aujourd'hui réunis pour accélérer le développement de notre filière » et la soutenir à l'étranger, a-t-elle observé. Parmi eux : la création de la marque « French Healthcare » en 2017 et le lancement du plan « Osez l'export » fin août 2023. Partie intégrante du plan « France 2030 » doté de 54 milliards d'euros, il contient « 13 mesures de soutien public » pour préparer, accompagner et faire réussir les entreprises dans leur internationalisation, y compris dans le secteur de la santé, le troisième le plus exportateur dans notre pays après l'automobile et l'aéronautique, a détaillé Hélène Dantoine, directrice de la diplomatie économique au sein du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères.

DES APPUIS À L'INTERNATIONAL

Bpifrance, qui dispose de bureaux basés à Düsseldorf, Mexico, Abidjan, Dakar, Casablanca, Nairobi, Dubaï, Singapour et New York, les ambassades françaises à l'étranger, de même que des conseillers du commerce

extérieur spécialisés dans le domaine de la santé, de la pharmacie et des dispositifs médicaux répartis dans plus de 140 pays sont également à la disposition des entreprises. Un « accompagnement renforcé » pour les PME est, par ailleurs, proposé par la DG Trésor, a ajouté Hind Benitto, adjointe au chef du bureau des financements directs au sein de la DG Trésor.

LES PIÈGES À ÉVITER

Les entreprises doivent, quant à elles, peaufiner leur stratégie à l'international. Plusieurs conseils ont été délivrés lors du colloque, dont celui d'« intégrer les contraintes réglementaires dans les dossiers techniques des dispositifs dès le début du processus de développement », a insisté Stéphane Regnault, directeur général de Vygon. Il a par ailleurs suggéré, pour « se développer dans un pays », d'opter pour la vente « en direct », ce qui constitue la « meilleure solution à terme ». Vygon dispose de 27 filiales commerciales à travers le monde, par exemple. Néanmoins, « dans les premiers temps », il est courant de s'appuyer sur des partenaires partageant « les mêmes intérêts » pour « défricher le terrain » dans les pays ciblés. Dans ce cas, « exigez un engagement de moyens de la part de vos distributeurs », « ne donnez jamais d'exclusivité sans volumes minimums », « essayez de maîtriser l'enregistrement de vos produits, les prix de vente et les stocks » et « prévoyez, dans le contrat de distribution, les conditions d'un éventuel changement de distributeurs », a-t-il conclu.

Les replays du colloque sont disponibles !



<https://www.snitem.fr/les-publications/videos-snitem/colloque-comment-mieux-exporter/>

