

L'invité

Lançons un forum PME de portée nationale!

Peter Köppel*

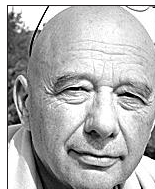
L'export suisse doit faire face à une situation de plus en plus difficile sur les marchés extérieurs. Notre marché principal, l'Allemagne, s'est quasiment effondré, avec une perte de volume du produit intérieur brut dramatique de 6% pronostiquée pour 2009, ce qui se traduit par une réduction des importations provenant de la Suisse de plusieurs pour cent par rapport à l'année précédente. Et l'on ne voit pas, à l'heure actuelle, d'autres marchés prometteurs pour une industrie de l'export à la recherche d'ordres. Et qui dit «industrie» dit aussi petites et moyennes entreprises. Celles-ci, en effet, opèrent de plus en plus directement sur les marchés extérieurs.

Les programmes conjoncturels mis en place par la Confédération aident, pour le moment du moins, l'économie du marché intérieur, mais pas l'export, car si l'on peut essayer de

«Ce que les hautes écoles pratiquent avec succès, la transdisciplinarité, pourquoi les PME s'en abstiendraient-elles?»

stimuler la demande intérieure, il n'en est rien à l'extérieur du pays. Il ne reste qu'à soutenir les entreprises à trouver leur voie vers les clients – devenus rarissimes – sur les marchés extérieurs. Or, l'export, c'est la moitié de notre produit intérieur brut, et si cette moitié se rétrécit, l'autre moitié en souffrira tôt ou tard.

Faut-il se résigner à espérer que les marchés externes reprendront bientôt leur ancien



*Patron
de Köppel
+ Partner AG
Public Affairs

souffle? C'est le plus simple – et c'est très risqué. Car jusqu'à la reprise, notre production aura tellement souffert qu'il sera difficile de la relancer au niveau de compétition nécessaire. Un arrêt massif de la production et des investissements nous coûterait des années de rattrapage. Il faut donc tout faire pour maintenir la production et les investissements au niveau le plus haut possible, pour être prêt «au bon moment». Ce qui veut dire que l'on ne peut pas attendre le «bon moment» pour agir. Mais quel doit être cette action?

Plus la crise dure, moins l'on pourra agir seul. Cela ne vaut peut-être pas pour les vraiment grands, mais cela vaut à coup sûr pour les entreprises de moyenne et – surtout – celles de petite taille. Il faut donc encourager, stimuler et faciliter leur coopération. D'abord, pour partager les ressources le plus possible. Ensuite, pour mieux se battre sur les marchés devenus difficiles, où même ceux qui s'y étaient bien insérés et établis ne trouvent plus une demande suffisante. Celle-ci n'a souvent pas seulement subi un changement quantitatif, mais qualitatif aussi, l'utilité de bon nombre de produits n'étant plus donnée parce que le contexte de leur usage s'est défait, les besoins se définissant maintenant à partir d'une situation dégradée. Il faut donc réajuster les produits aux nouveaux contextes d'utilité. D'où l'impératif de coopérer pour créer ensemble les produits – ou plutôt des ensembles de produits – adaptés aux besoins nouveaux. Nous ne parlons pas ici de pures mesures de marketing, combinant dans la vente des produits déjà existants, mais d'une vraie interdisciplinarité débouchant sur une nouvelle convergence de la production, avec un potentiel d'innovation nécessaire à la reconquête des marchés. Ce que les hautes écoles pratiquent avec succès depuis des dé-

centennies, la transdisciplinarité, pourquoi les petites et moyennes entreprises s'en abstiendraient-elles? Lançons l'idée de la production en réseau au niveau des PME!

Il s'agit donc d'encourager, stimuler et faciliter les coopérations des petites et moyennes entreprises du pays, non seulement à l'intérieur de leurs branches, mais aussi et surtout à travers celles-ci. Or, ces coopérations doivent être nouées avec soin. Faites à la hâte, sur une idée même très convaincante, elles échouent à coup sûr. Pour cela, il faut des plateformes, des plaques tournantes, des courroies de transmission. Il en existe au niveau des institutions: la commission pour la technologie et l'innovation de la Confédération en est un exemple, mais elle n'est là que pour les start-up. N'oublions pas les chambres cantonales du commerce et de l'industrie, ni les associations des branches. Si ces dernières sont verticales – rassemblant potentiellement toutes les entreprises suisses d'une seule branche –, les premières sont horizontales, rassemblant potentiellement les entreprises de toutes les branches de leur canton. Or, pour stimuler la collaboration au-delà des frontières des branches et des frontières cantonales, il faut créer des plateformes dépassant les unes et les autres – et en même temps les frontières régionales.

La coopération des entreprises vise à élargir la marge de manœuvre de chacune d'elles, grâce aux ressources partagées et à une meilleure capacité d'adaptation à la demande des marchés, puisque, à plusieurs, la gamme des produits que l'on peut créer augmente. Or, pour que cette marge de manœuvre soit optimale, il faut pouvoir choisir entre un grand nombre de partenaires possibles, donc dépasser les frontières régionales.

Cela aiderait aussi la Suisse de retrouver, au niveau de sa réalité économique, un équilibre qui est de plus en plus menacé au niveau politique. Notre pays se compose de deux régions principales de plus en plus séparées mentalement l'une de l'autre. Il y a bien sûr des liens politiques, institutionnels et économiques entre ces régions. Mais la mondialisation avec ses forces centrifugales et sa dominance de l'anglais a approfondi les fractures. Nos deux grandes régions métropolitaines, le bassin lémanique et la région Zurich – Bâle, sont prises dans un mouvement centrifugal – avec, comme centre, un vacuum, à savoir l'espace Mittelland. Ce n'est pas la périphérie en général qui est économiquement faible chez nous, ce phénomène touche aussi le centre. Il y a toute une zone économiquement sous-développée qui, selon des représentants d'agglomérations «nanties», vit au détriment des deux régions métropolitaines fortes qui, à elles deux, font plus de 80% du PIB, mais n'ont aucun pouvoir décisionnel équivalent.

Il est vrai que la Suisse connaît des déséquilibres croissants. Le moyen le plus efficace pour y parer, c'est a) de jeter le pont entre les deux centres économiques qui encadrent le pays, le Léman et la région Bâle – Zurich, et b), d'y rattacher le mieux possible les autres régions. Or, ce n'est pas à la politique de créer ce pont. Les forces politiques en place ne sont aucunement disposées à un agenda de ce type. Ce sont les PME qui sont appelées à refaire le tissu qui assure la cohésion du pays. Ce n'est pas, aujourd'hui, une question de volontarisme politique. C'est une question de rationalité économique, la réponse à la crise actuelle, à savoir la coopération intensifiée entre les acteurs économiques de tout niveau des deux côtés de la Sarine.