

Entreprendre en France : les Suédois n'ont pas à hésiter !

Il s'agissait de "repenser" la France comme territoire d'implantation pour les entreprises suédoises. A ce titre, l'exercice fut pleinement réussi : sous l'intitulé "Doing Business in France - mythes et opportunités", le Forum d'affaires franco-suédois organisé le 12 septembre à Stockholm par la CCSF et la Chambre de commerce de Stockholm a en effet permis de battre en brèche pas mal de stéréotypes. Et a ainsi très vite trouvé une tonalité largement positive. Oui, la France a beaucoup changé. Oui, c'est un pays sur lequel on a tout intérêt à miser en tant qu'entrepreneur étranger. Oui, les synergies entre Suédois et Français peuvent donner lieu à de belles réussites. Tel fut, en substance, ce qu'auront retenu la plupart des Suédois venus écouter les experts et dirigeants réunis à la tribune. Avec, au terme de cette plénière, la possibilité d'entretiens individuels avec les différents intervenants. Presque tous les membres du conseil d'administration de la CCSF avaient fait le déplacement. L'occasion pour eux de prolonger cette journée par d'autres temps de découvertes stockholmaises.

La France "offre des possibilités sous-estimées", considère Gunnar Lund, l'Ambassadeur de Suède en France. "Il n'y a pas d'argument qui vaille pour ne pas venir en France ! Le potentiel est énorme. Et ce, dans tous les secteurs", confirme Robert Wentrup, directeur du Swedish Trade Council en France. Tous deux s'exprimaient en ces termes le 12 septembre à Stockholm, dans le cadre du forum d'affaires franco-suédois organisé par la CCSF et la Chambre de commerce de Stockholm.

Le titre choisi pour cette vaste manifestation à laquelle au moins 175 personnes avaient demandé à participer : "Doing Business in France - mythes et opportunités". L'idée étant principalement de convaincre les entrepreneurs suédois tentés par le marché français d'oser franchir le pas. Oser... Tous les intervenants invités à s'exprimer à la tribune l'ont en effet reconnu : ce marché français fait souvent un peu peur aux Suédois. Car certaines images ont la vie dure : la France des grèves, celle qui ne parle pas anglais, celle des énarques tatillons, celle d'un droit du travail aussi obscur que rigide... "Or pas mal d'images sont totalement datées. Ce sont celles de la France du Général de Gaulle !", s'est amusé Pierre Schoeffler, spécialiste financier créateur de S&Partners, tout en reconnaissant quelques particularités bien françaises, tel cet étrange cocktail "ENA et CGT". Mais, ajoutait-il, "en Suède aussi, on a une élite notamment issue des grandes écoles, qui entretient des réseaux. En ce sens, ce n'est pas si différent de la France". Quant aux blocages syndicaux, "c'est quelque chose dont on parle beaucoup dans les journaux, mais auquel,

en réalité, on n'est pas quotidiennement confronté", relevait Jean Tournoux, PDG de SKF France.

"Ce que j'entends le plus souvent de la part des Suédois, ce sont des craintes liées à la langue et au fait que la France serait un pays complexe", a pour sa part témoigné Robert Wentrup. Côté droit du travail, c'est Laure Imhaus, avocate, qui a relativisé les choses : "L'idée la plus répandue, c'est qu'il est difficile d'embaucher et de licencier en France. Or aujourd'hui, les choses sont plus flexibles. Et pas si compliquées que ça. Avec, de surcroît, un avantage : en France, tout est inscrit dans le code du travail et dans les conventions collectives".

Les produits suédois ont la cote

Un argument a en tout cas été mis en avant par l'ensemble des orateurs à l'attention des entrepreneurs suédois : tout simplement... la taille du marché français ! Et ce, d'autant plus que la démographie française offre une courbe exceptionnellement dynamique, tel que l'a rappelé Jean-Pierre Lacroix, qui prononçait ce jour-là l'une de ses premières allocutions publiques en tant que tout nouvel Ambassadeur de France à Stockholm. Cette démographie, a-t-il noté, est bien le signe d'une certaine "confiance", d'un pays "tourné vers le futur". "Les ménages français dépensent. Et sont peu endettés", a ajouté Gunnar Lund. Bodil Sonesson, vice-présidente de Axis Communications, devait pour sa part évoquer "la grande curiosité du consommateur français, ainsi que sa loyauté".

Le Français consomme, donc... et a visiblement une autre grande qualité : il aime le made in Sweden ! Là encore, il y a

eu unanimité : *"La Suède est pour les Français associée à des valeurs très positives"* (Gunnar Lund) ; *"La Suède a une bonne image"* (Franck Bouetard, président de Ericsson France) ; *"Les Français aiment les marques suédoises, vous verrez, si vous venez en France, vous ne serez pas seul !"* (Jean-Pierre Lacroix) ; *"Cette attractivité suédoise joue un grand rôle lorsqu'un Suédois arrive en France avec un nouveau produit - on pourrait dire que la Suède est perçue comme la bonne alternative au produit allemand"* (Jean-Marie Osdoit, président de Volvo Holding France et de Volvo CE Europe).

D'autres atouts de la France comme territoire d'implantation ont naturellement été mis en avant, tant par Jean-Pierre Lacroix que par Gilles Debuire, directeur pour les pays nordiques de L'Agence française pour les investissements internationaux : sa position géographique qui en fait une voie privilégiée vers l'Europe du Sud voire vers l'Afrique, la qualité de ses infrastructures, le très haut débit, les investissements en faveur de l'enseignement supérieur et de la recherche... A ce titre, plusieurs dossiers d'actualité ont été mentionnés : le Grand Paris, le Grenelle de l'environnement, le Programme d'investissements d'avenir (autrement dit le grand emprunt), les pôles de compétitivité, la réforme fiscale en faveur des entreprises...

Petites incompréhensions entre amis...

Au rayon fiscalité, une disposition spécifique semble particulièrement plébiscitée : le crédit d'impôt recherche (CIR), qui permet désormais à une entreprise de déduire 30% de ses dépenses de R&D (et même 50% la première année). Jean-Marie Osdoit et Jean Tournoux le confirment de concert : le CIR est aujourd'hui un élément tout à fait décisif, qui est pris en compte dans les stratégies d'implantation et de développement international des grands groupes. Tous deux évoquent par ailleurs, parmi les récentes réformes susceptibles d'avoir un impact positif pour les entreprises, celle de l'enseignement supérieur avec l'autonomie des universités. Ils mettent en avant, enfin, le rôle croissant des régions et des métropoles en matière de développement économique, Jean-Marie Osdoit évoquant volontiers la région Rhône-Alpes et le Grand Lyon, dont les élus *"nous*

soutiennent beaucoup". Ce qui implique, pour toute entreprise, la nécessité de tisser des contacts étroits avec les collectivités locales. La France comme modèle de pays centralisé... un autre mythe à remettre en question !

Les fameuses *"différences culturelles"* entre les deux pays, qui font elles aussi un peu peur aux Suédois, ne sont sans doute pas une simple légende. Au fil des échanges, le 12 septembre, il en a forcément été question. Franck Bouetard a par exemple évoqué les différences sur le terrain de la prise de décision, le fait que les Français progressent davantage par le conflit que par le consensus ou encore les fortes interactions entre monde économique et monde politique qui marquent le monde des affaires en France. Mais, concluait-il, *"si l'on prend le temps de comprendre cela, ensuite, les choses ne sont pas si difficiles"*. D'autres ont fait part de cas concrets - et souvent plutôt amusants - d'incompréhensions dans la façon, par exemple, d'organiser une réunion ou de mener une négociation. Gïta Paterson, la présidente de la CCSF, a elle aussi mis en exergue la question de la prise de décision. *"En France, on commence toujours par vous répondre 'C'est impossible'. Cela peut évidemment décourager les Suédois... Or pour un Français, c'est une simple invitation à la discussion !"*, raconte-t-elle.

"Rencontrez du monde !"

Mais au-delà de ces possibles malentendus, *"il y a plus de similarités et de valeurs en commun qu'on ne le croit"*, assure Pierre Forthomme, spécialiste en management interculturel, qui vit lui-même à cheval entre Paris et la Suède. Et celui-ci d'évoquer trois points communs : *"Nous sommes deux pays d'ingénieurs, de ce fait tournés vers l'innovation, la créativité"* ; chacun des deux pays pense être *"le phare du monde"*, celui qui *"sait mieux"* et entend transmettre sa vision du monde ; enfin, la relation au travail serait assez similaire dans les deux pays, le travail y représentant une valeur forte.

Si différents et pourtant... Quoiqu'il en soit, le panel du forum de Stockholm, lorsqu'il fut l'heure de prodiguer quelques conseils aux candidats à l'aventure française, a été univoque : ne pas larguer les amarres en solitaire ! Tous l'ont dit à leur manière : *"Appuyez-vous sur quelqu'un qui connaît bien les deux*

cultures", "Ayez un réseau de personnes qui maîtrisent le marché français", "Prenez préalablement le temps de vous imprégner de la culture française", "Rencontrez du monde !", "Ne vous contentez pas d'e-mails, il faut voir les gens et, si possible, être présent localement"...

Ces contacts, ces réseaux... Les plus précieux étaient précisément là à Stockholm : la CCSF, le Swedish Trade council, avocats et consultants, chefs d'entreprises... que le public a ensuite pu rencontrer en entretiens individuels. Si l'histoire ne dit pas encore quels projets francophiles auront ainsi pu se consolider, nombreux sont les participants, en tout cas, qui ont d'emblée demandé quand aurait lieu le prochain Forum d'affaires franco-suédois !

Claire Mallet