



# ENTREPRISES & MARCHÉS

SERVICES : AUTRES



Tweet

10/07/2012 | Jean-Marc Espalloux | Autres | Lu 303 fois | aucun commentaire

## Les services français ont les moyens de retrouver leur compétitivité !

**LE CERCLE.** Les services sont au cœur de la prospérité et de la compétitivité de la France. Ils ont contribué à 85% de la croissance française depuis 1960 et représentent trois-quarts des emplois créés. Si la position de la France est forte, toutes les études indiquent que nous perdons du terrain à l'intérieur de nos frontières et à l'international, alors que notre potentiel de croissance est considérable.

Les services sont au cœur de la prospérité et de la compétitivité de la France. Ils ont contribué à 85% de la croissance française depuis 1960 et représentent trois-quarts des emplois créés.

La plupart font partie de ce que les économistes appellent l'« économie présentielle » : les services dont l'activité est liée à la présence sur le territoire, comme le tourisme, la distribution, la santé, l'éducation et la formation, plus généralement les services aux personnes et aux entreprises.

Si la position de la France est forte, avec des acteurs majeurs au plan mondial, toutes les études indiquent que nous perdons du terrain à l'intérieur de nos frontières et faisons moins bien que les autres à l'international. En France, on constate l'influence grandissante des acteurs étrangers dans les deux secteurs emblématiques que sont la restauration et le tour operating. Quant à l'international, selon Rexecode, la part des exportations françaises de services dans celle de la zone Euro a pratiquement été réduite de moitié en 20 ans ; elles représentent aujourd'hui moins du quart des exportations totales de la France, contre trois-quarts pour l'industrie.

Les explications sont multiples. Il y a, bien sûr, les questions de coût, problème bien identifié, même pour nos champions. Il y a aussi, et surtout, la fragmentation de nos PME, des investissements trop faibles avec une part technologique limitée, ainsi qu'une présence insuffisante à l'international, notamment dans les pays émergés.

Ainsi, on peut penser que la France des services, celle qui crée l'emploi, est bien mal partie... Nous sommes bien au contraire convaincus que son potentiel de croissance est considérable.

Au-delà de politiques publiques favorables engagées et qui méritent d'être amplifiées, (cadre social et fiscal, financement à travers Oséo et France Investissement..), nos sociétés de services doivent opérer un véritable virage compétitif.

### ÉCRIT PAR

Jean-Marc Espalloux  
Associé-Executive  
Chairman  
Montefiore Investment



VOIR SON  
PROFIL >

Celui-ci passe tout d'abord par l'innovation technologique et marketing, comme l'illustre le cas de Go Voyages. Il y a 20 ans, c'était une agence de voyage « physique », filiale d'Air France, qui fut rachetée par un génial employé, Carlos Da Silva. Après conversion à l'internet à la fin des années 90, Go Voyages s'intègre d'abord à Accor, puis va accélérer sa croissance avec l'appui du capital investissement : 500 millions d'euros de ventes en 2007, 1 milliard en 2011 et... plus de 4 milliards d'euros aujourd'hui, après fusion avec l'espagnol Edreams et l'européen Opodo.

D'autre part, il est nécessaire de définir des stratégies offensives de transformation de l'existant, qui peuvent concerner aussi bien nos grandes entreprises que nos PME.

Par exemple, en quelques années, sous l'impulsion de Jacques de Chateauvieux et avec l'appui de la bourse, le groupe Bourbon s'est transformé, d'un conglomérat centré sur l'île de la Réunion (agriculture, distribution, transport maritime en vrac), en un leader mondial du service maritime aux compagnies pétrolières.

Du côté des PME, Homair Vacances réalisait en 2005 environ 15 millions d'euros de chiffre d'affaires dans l'hôtellerie de plein air. Le fondateur, Daniel Guez, a su pleinement tirer parti de la révolution des mobiles homes qui a profondément modifié le camping, alliant convivialité et confort dans un environnement complet d'animations et de services. Tous les ingrédients ont été réunis pour multiplier par 4 la taille de l'entreprise en 6 ans et la transformer en champion européen d'un nouveau secteur à part entière du tourisme international : apport de capitaux propres, accélération des investissements, développement sur internet, expansion internationale (Espagne, Croatie, Italie, et surtout intégration d'une société anglaise leader).

Dès lors, si la France des services ralentit, les trois exemples précédents démontrent que celle-ci a pourtant les moyens de retrouver sa compétitivité. Au cœur de la création d'emploi dans notre pays, elle poursuivra son indispensable développement, à condition de prendre ce virage concurrentiel. C'est un challenge dans la stratégie et l'exécution, où l'association de managers de talents et de certains capitaux investisseurs, capables ensemble de stimuler les stratégies de transformation de nos entreprises, peut être décisive.