

Swiss Business Hub France

# La Suisse et ses investissements de précision dans l'économie française

La promotion de l'exportation suisse date du début du XX<sup>e</sup> siècle. L'Office suisse d'expansion commerciale (Osec) a été fondé à Lausanne le 8 juillet 1927 en tant qu'association à but non lucratif, destinée à informer et conseiller les PME suisses et liechtensteinoises. Il s'agissait également de les accompagner dans le développement de leurs activités à l'international. Cette création fut la réponse donnée par le gouvernement fédéral aux demandes des entreprises suisses qui souhaitaient une solution unifiée et active pour l'exportation et l'expansion commerciale de la Suisse dans le monde. Aujourd'hui, l'accompagnement auprès des entreprises suisses est axé sur une approche professionnalisante permettant aux primo-exportateurs et exportateurs suisses une prise en charge ciblée et orientée vers le succès. Pour ce faire, un réseau de 22 Swiss Business Hub a été créé grâce à la volonté tripartite du Secrétariat d'État à l'économie (SECO), du Département Fédéral des Affaires étrangères (DFAE) et de Switzerland Global Enterprise (S-GE)<sup>1</sup> pour accompagner les projets des entreprises suisses à l'exportation et promouvoir leurs compétences. Cet engagement institutionnel vise à faciliter la mise en relation d'affaires également par le canal des ambassades de Suisse.

## Créer des synergies dans un esprit gagnant-gagnant

C'est en mars 2001 que le virage s'opère sur la promotion des exportations. Ainsi, il n'est plus question d'une loi pour le subventionnement d'une organisation, mais pour le financement d'une mission et ce, à travers un mandat de prestations et, par conséquent, assujéti à une obligation de résultat. La loi fédérale de mars 2001 sur la promotion des exportations, encourage les exportations suisses, en particulier celles des petites et moyennes entreprises (PME), notamment par l'intermédiaire de ses représentations à l'étranger, les ambassades et leurs services commerciaux (les Swiss Business Hub). Destinée à compléter l'initiative privée, la promotion des exportations de la Confédération vise à permettre l'identification et l'exploitation de débouchés à l'étranger ; à rendre les exportateurs suisses compétitifs sur le plan international et à faciliter l'accès des entreprises suisses aux marchés étrangers. La loi consacre officiellement l'existence des Swiss Business Hub, par la création d'un réseau d'affaires à l'étranger. Aujourd'hui, sur mandat du SECO et des Cantons suisses, et avec le concours du DFAE et de ses 22 Swiss Business Hub, Switzerland Global Enterprise assure la promotion de la place économique suisse dans

le monde, aide les entreprises suisses à explorer de nouveaux potentiels d'affaires à l'international et accompagne les entreprises étrangères dans leur projet de création de filiale en Suisse.

## Portrait du Swiss Business Hub France

Le Swiss Business Hub France (SBH France) est le service commercial de l'Ambassade de Suisse en France. Sa mission est de promouvoir les compétences des entreprises suisses à l'exportation et mettre en relief les besoins et attentes des entreprises françaises à l'égard de la Suisse dans le but d'entretenir la synergie commerciale qui existe entre les deux pays. Grâce à sa proximité avec les marchés et les PME françaises, le SBH France mène une action bilatérale, conseille, soutient et accompagne le développement des projets d'entreprises dans un esprit de coopération interculturelle. Il offre un accompagnement sur mesure aux entreprises suisses primo-exportatrices à la recherche de partenaires commerciaux tout en accompagnant également les entreprises françaises qui souhaitent prendre position en Suisse. À ce titre, le SBH France s'adresse en priorité aux entreprises technologiques spécialisées dans les principaux secteurs sources d'innovation de la Suisse : la santé personnalisée ; la robotique et les drones ; la fabrication additive ; l'intelligence

par  
PATRICE JACQUIER,  
chef du Swiss Business  
Hub à Paris  
de 2006 à 2023

artificielle et la blockchain. Au-delà du Secrétariat d'État à l'Économie et des Cantons suisses, le SBH France réunit et fédère un certain nombre de partenaires privilégiés parmi lesquels les Chambres de Commerce et d'Industrie suisses et françaises ; les Chambres de commerce bilatérales (CCSF<sup>2</sup> et CCIFS<sup>3</sup>) ainsi que d'autres acteurs institutionnels français comme les agences de développement ou les pôles de compétitivité. Les experts, les bureaux d'études, les milieux académiques et les centres de recherche font également partie de son écosystème.

Depuis 2003, les mandats du SBH France ont principalement ciblé les marchés français de l'Industrie (27%), du Bâtiment (13%), des TIC<sup>4</sup> (13%), de l'Agroalimentaire (11%), des Services (11%), de l'Environnement (11%), des Biens de Consommation (7%) et de la Santé (6%) voir schéma 1 et 2.

Plus précisément, la stratégie du SBH France se concentre sur les marchés de l'efficacité énergétique, du bâtiment, des villes intelligentes, du naval, de l'alimentation, de la santé, des sciences de la vie, du Big Data, des MEM<sup>5</sup>, des TIC, de la cyber sécurité, des Fintech et de l'intelligence artificielle. Des secteurs sur lesquels la France a priorisé les enjeux pour les années à venir. À ce jour, plus de 73% des sociétés en Suisse et au Liechtenstein, qui ont fait le choix de poser un premier pied sur le marché français avec le soutien du SBH France, sont des PME de 1 à 50 employés.

2013 a vu le lancement d'un projet de représentation régionale du SBH France au sein des Consulats généraux de Suisse. L'idée était de formaliser une permanence sur un rythme mensuel, afin d'honorer, en région, des rendez-vous avec des entreprises, institutions et acteurs économiques français. La présence commerciale régionale de la Suisse nourrit une dynamique d'échange importante entre les acteurs du réseau d'affaires avec le concours des chambres de commerce et d'industrie françaises, les agences de développement départementales et régionales ainsi qu'avec certains pôles de compétitivité. La coopération entre les représentations régionales françaises et le SBH France se consolide d'année en année.

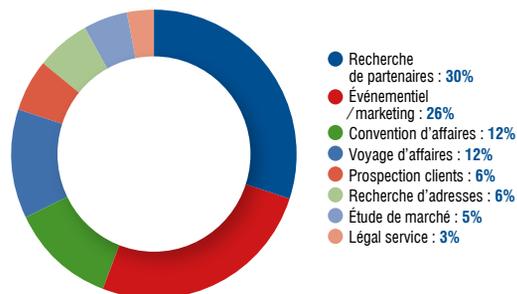
## La culture de l'innovation avant tout

### Les tendances sectorielles pour les entreprises suisses sur le marché français

La question qui consiste à identifier si un secteur d'activité est plus porteur qu'un autre est légitime mais insuffisante. La question est davantage de savoir ce que recherchent les entreprises françaises aujourd'hui ? À la tête du SBH France pendant 20 ans, force est de constater que les échanges entre les PME françaises et suisses sont fructueux et empreints d'une coopération traditionnellement ancrée dans les marchés de niche à haute valeur ajoutée. Nous retrouvons plus particulièrement ce lien fort dans le domaine de l'industrie, de l'agroalimentaire, des

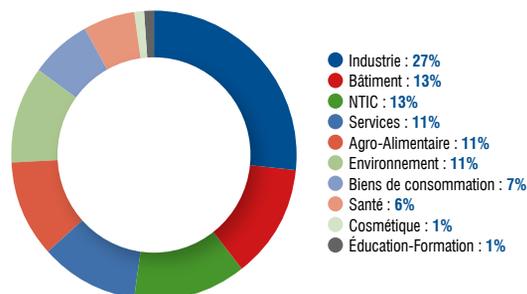
## Les mandats du SBH France

Schéma 1 : les marchés ciblés depuis 2003



Source : SBH France

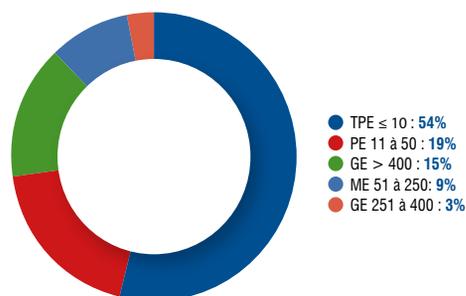
Schéma 2 : les répartitions sectorielles depuis 2003



Source : SBH France

## Répartition des entreprises qui mandatent le Swiss Business Hub France par nombre d'employés

Profil des sociétés suisses depuis 2003



Source : SBH France

technologies médicales, de l'aéronautique, des services et de la recherche collaborative d'une façon plus générale.

Les entreprises françaises recherchent une autre façon d'évoluer dans un marché de plus en plus compétitif : une entreprise innovante, une spécificité technique, un service original ne faisant appel à aucun concept pré établi, sont autant d'atouts supplémentaires dans les mains de l'entreprise qui recherche des moyens efficaces lui permettant de se différencier de la concurrence. Les entreprises suisses sont en mesure de proposer une telle offre illustrée par une notion assez unique en son genre : entrer dans un marché sans vouloir pour autant interférer les échanges au sein des réseaux existants. En effet, le choix de l'entreprise suisse est aussi de proposer à son partenaire français une approche complémentaire et non concurrentielle. C'est dans cet esprit que les entreprises suisses évoluent en marquant une motivation croissante à se développer sur le territoire français qui leur offre des possibilités de développement, pourrait-on dire presque « sur mesure ». Leur but est de faire valoir le bien-fondé de leur stratégie de développement bâtie sur l'innovation pour répondre à la demande des marchés exigeants, à haute compétence technique et à forte valeur ajoutée : les marchés de niche. En effet, comme tout marché mature, c'est vers l'innovation et la spécificité que le marché s'oriente et non vers l'expansion à outrance. Le projet d'implantation en France ne se fera qu'après quelques années, le temps de « tester » le marché français, soit entre 2 et 6 ans de mise à l'épreuve.

En termes de culture d'entreprise, la société suisse ne se reconnaît pas dans l'arrogance, ni la domination. Elle adoptera plutôt une position d'observateur et tentera de s'adapter aux exigences du marché français. La négociation fait partie de sa stratégie de développement mais n'entre pas dans une démarche systématique par crainte d'être mal perçue par son interlocuteur. Sa force reste sa détermination à comprendre les modes de fonctionnement du marché et l'imbrication des réseaux d'affaire qu'il abrite afin d'y répondre au plus près de ses attentes.

## Attractivité de l'économie suisse et débouchés à l'étranger

### Un environnement différenciant et compétent !

La Suisse est mondialement reconnue pour son maillage dense de grands groupes et de PME innovantes dans des filières telles que les technologies de l'information, les matériaux, la micromécanique, les biotechnologies ou l'industrie pharmaceutique. Elle possède de prestigieuses universités (Écoles polytechniques fédérales par exemple) et héberge de nombreux centres de R&D. Cette très forte perméabilité entre l'industrie et la recherche en fait un écosystème industriel et scientifique très favorable aux coopérations franco-suisses. La Suisse est un terrain permettant la fertilisation croisée des compétences mais n'est pas un marché facile : c'est un marché mature où il faut prouver son sens de l'innovation, sa réactivité et sa

souplesse pour réussir. Enfin, elle est considérée comme un outil de développement à l'international, un tremplin permettant d'accéder rapidement aux marchés étrangers pour enfin emmener dans son sillage toute société cherchant une visibilité internationale. Ses Industries phares – l'industrie MEM qui est le premier employeur industriel, l'industrie chimique et pharmaceutique, la branche exportatrice la plus performante du pays, l'horlogerie, 3e secteur d'exportation derrière la pharma et les machines-outils mais aussi les technologies environnementales et les sciences de la vie qui sont à la pointe de l'innovation – sont autant d'atouts permettant à la Suisse de générer par l'exportation plus de 50% de son PIB et d'investir plus de 3% de ce dernier dans la R&D. Sa compétence scientifique et technologique, sa force d'innovation sont également des atouts reconnus au niveau international. Les entreprises suisses se distinguent particulièrement par leur sens de l'innovation, leur culture, leur performance, leur taille, leur sens des responsabilités, leur engagement et leur humilité.

Innovation, haute valeur ajoutée et flexibilité rapprochent les entreprises suisses avec les entreprises françaises car il y a quelque chose qui les rassemble : leur ressemblance ! Les entreprises françaises et suisses se rapprochent dans leur histoire, leur structure et leur culture. De création familiale, elles retrouvent les fondements intrinsèques de la vie d'une entreprise telle qu'elle est perçue dans les deux pays. Par ailleurs, la Suisse offre aux porteurs de projets ambitieux une terre d'innovation. Le budget investi par la Suisse dans la recherche et le développement la place parmi les leaders mondiaux. L'innovation fait partie de son ADN si bien que la Suisse se classe 1er pays le plus innovant au monde en nombre de dépôt de brevets par million d'habitants<sup>6</sup>. En plus d'être un des leaders mondiaux de l'innovation, elle offre une stabilité économique ainsi qu'une excellente qualité de vie. Et c'est certainement pour ces raisons que 1 680 entreprises<sup>7</sup> françaises sont déjà implantées en Suisse.

### L'endurance économique de la Suisse

Les entreprises suisses prennent le temps de collecter et d'analyser les données d'un environnement d'affaires complexe, font des choix stratégiques sur le long terme tout en privilégiant l'échange et le partenariat commercial et industriel. La force de l'économie suisse repose sur des valeurs sociales et familiales, le respect mutuel, la tradition, la culture, la performance, l'humilité, le sens des responsabilités et l'engagement. Je me prête souvent à dire que la Suisse est un Tout ! Sans ce « Tout », il n'y a pas de cohésion, de pertinence, ni de pouvoir de persuasion. C'est avec un « Tout » que nous pouvons créer, construire et se développer. La Suisse est aussi partout et est là où on ne s'y attend pas. Sans que nous le sachions, la Suisse est là, autour de nous ! Des led indicatrices sur les bornes

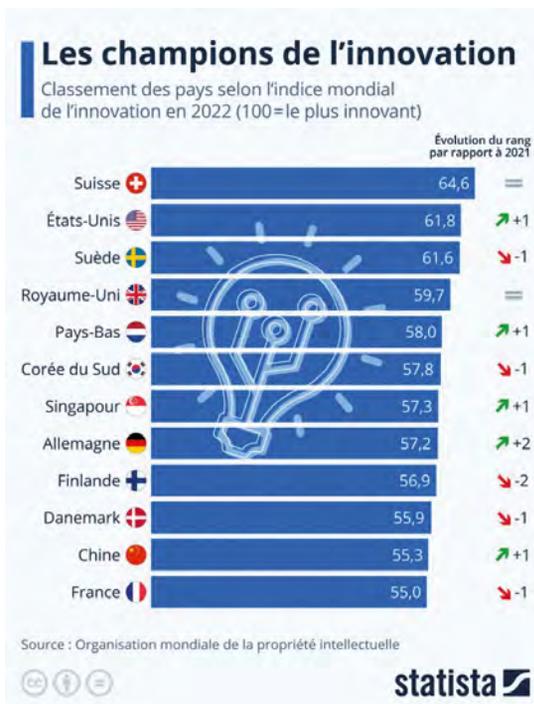
*La Suisse est mondialement reconnue pour son maillage dense de grands groupes et de PME innovantes dans des filières telles que les technologies de l'information, les matériaux, la micromécanique, les biotechnologies ou l'industrie pharmaceutique.*

Velib jusqu'aux portes palières du métro en passant par les hubs telecom, la technologie suisse est au cœur de grands projets industriels et urbains. Autre exemple : avec plus de 200 km de lignes automatiques, soit autant que le métro actuel, 68 gares, 7 centres techniques et quatre nouvelles lignes de métro, le Grand Paris Express est le plus grand projet urbain d'Europe. Les compétences approfondies de la Suisse en matière de tunnels ont très vite intéressé le projet. Plusieurs entreprises suisses spécialisées sont impliquées dans divers domaines : des travaux souterrains, à la fourniture d'équipements, en passant par les études géodésiques. Ces entreprises sont référencées par la Société du Grand Paris comme apporteurs de solutions. Leur présence en France répond aux besoins de ce chantier pharaonique.

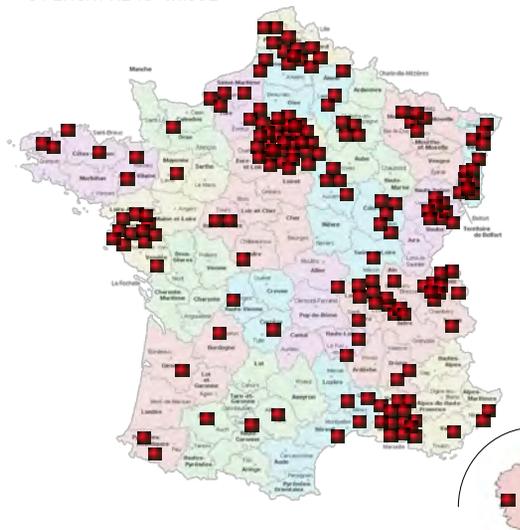
## La Suisse est partout !

C'est par l'identification des partenaires potentiels français que nous sommes parvenus à élaborer une carte permettant de géolocaliser l'intérêt des sociétés françaises à l'égard de la Suisse. Cette figure représente les contacts que le SBH France a établis, depuis sa création fin 2002, avec des sociétés françaises ayant exprimé leur intérêt de devenir des partenaires d'affaires de sociétés suisses. Les zones géographiques qui affichent une concentration de points rouges sont l'expression d'une réponse spontanée d'intérêt à l'égard des entreprises suisses. Nous constatons une forte mobilisation en Île-de-France, dans la région jurassienne, en région Grand Est et Rhône-Alpes pour des raisons historiques, mais aussi, de façon assez marquée, dans le nord de la France. L'ouest de la France se développe également de façon substantielle depuis dix ans. La Suisse est donc partout, par sa présence sur le territoire ou à travers des partenaires français qui auront été convaincus par l'offre différenciante de l'entreprise suisse sur le marché français, et ce, pour un partenariat durable.

PATRICE JACQUIER



Carte de géolocalisation de l'intérêt des sociétés françaises à l'égard de la Suisse



Source : SBH France

1 Switzerland Global Enterprise (ex OSEC) peut être considéré comme l'équivalent de Business France. Pour en savoir plus : <https://www.s-ge.com/en/article/news/90th-anniversary>

2 Chambre de Commerce Suisse en France

3 Chambre de Commerce Française en Suisse

4 Technologie de l'Information et de la Communication

5 Machines, Équipements électriques et Métaux

6 Selon l'OMPI

7 Office fédéral de la statistique