ESPACE D'INTELLIGENCE TERRITORIALE - NUMÉRIQUE
ATELIER 1 - COMMANDE PUBLIQUE / INTERNATIONALISATION
21.09.2021

- Rappel de la démarche EIT de la CPME Réunion
- Présentation des partenaires : Association SBA et Club Export Réunion
- Tables rondes thématiques sur la commande publique et l'internationalisation

espaces d'intelligence territoriale

cpme LA RÉUNION

UNION EUROPEENNE

REGION REUNION
www.regionreunion.com

Ce projet est cofinancé par l'Union européenne et la Région Réunion

CONTEXTE & OBJECTIFS

1) LES CONTRATS DE FILIERES DE LA REGION REUNION

Identification de **6 filières prioritaires** par la Région Réunion en 2016 suite à l'adoption du **SRDEII** (Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation) :

Agroalimentaire - Bâti-tropical - Economie bleue - Ecotourisme - ENR -Numérique

Pour chacune de ces filières, des comités de filières se sont tenus afin d'établir une feuille de route des acteurs pour 3 ans pour :
- Fédérer les acteurs de la filière en développant la coopération ;
- Identifier les projets de la filière et partager l'information ;
- Partager les orientations et initiatives de l'Etat.

2) LA DEMARCHE ESPACE D'INTELLIGENCE TERRITORIALE DE LA CPME REUNION

- Le lancement de ces EIT est issu d'un projet présenté par la CPME Réunion dans le cadre du POE FEDER 2014- 2020 mesure « Structuration de filières » ;
- La CPME Réunion est résolument engagée dans la structuration des filières, sur la base de la dynamique Ré-Enraciner l'Economie LocaLE **(REELLE)** qui propose une **vision du développement économique durable fondée sur les échanges locaux** ;
- Le travail de la CPME Réunion sur 3 EIT (Agroalimentaire - Bâti-tropical - Numérique) s'inscrit en complémentarité avec celui des contrats de filière de la Région Réunion.

OBJECTIFS DES ATELIERS THEMATIQUES EIT DE LA CPME REUNION

1) Identifier des éléments de diagnostic et des pistes de solutions sur des problématiques d'intérêt commun en relation avec la thématique ;
2) Remonter les informations à la Région dans le cadre de ses travaux sur le SRDEII ;
3) Echanger et favoriser le partage et les retours d'expérience pour les entreprises

Au sein de cet **EIT NUMERIQUE**, 4 ateliers thématiques sont programmés de septembre à novembre 2021 à destination des entreprises réunionnaises :

Commande publique
Internationalisation
le 21.09.21 de 9h à 11H

Recrutement
Formation
le 12.10.21 de 9h à 11H

Economie circulaire
Economie de la fonctionnalité
le 26.10.21 de 9h à 11H

Digitalisation des entreprises
le 09.11.21 de 9h à 11H

PRESENTATION DE LA STRATEGIE DU BON ACHAT (SBA)

Pourquoi le SBA ?

L'enjeu principal est de créer les conditions pour que les acheteurs publics définissent leur stratégie du bon achat. L' objectif est d'utiliser **l'achat public comme levier de développement des entreprises locales.**

- Rendre visible et lisible la commande publique pour les opérateurs économiques.
- Imaginer les conditions de rapprochement de l'offre et la demande.
- Moderniser la commande publique.
- Accompagner les acteurs publics et privés de la commande publique.

Développer et faciliter l'accès à la commande publique

Créée en 2016, l'association SBA a été présidée par la CPME pendant 3 ans. L' ADIR préside depuis 2019 la SBA. Issue d'une ambition territoriale commune, la SBA est le fruit :

- **D'un constat** : Les TPE/PME ne participent pas suffisamment à la commande publique (30% du montant total des marchés attribués – cf OECE).
- **D'une volonté européenne** : favoriser l'accès des TPE/PME à la commande publique (création du Small Business Act Européen en 2008).
- **D'une coopération** : entre les acheteurs publics, les organisations professionnelles ou publiques et les chambres consulaires.
- **D'une exigence :** la définition d'une stratégie d'achat intelligente et vertueuse.

Objectifs de l'association

1) Développer une stratégie du bon achat ou faire de **l'achat public ordinaire un levier de développement économique, social et environnemental pour La Réunion.**
2) Favoriser un **accès plus équitable** pour les TPE/PME à la commande publique

Comment ? **Par le dialogue,** au sein de groupes de travail, entre la demande des acheteurs et les besoins des opérateurs afin d'**identifier en amont des difficultés respectives et de proposer des solutions.**

UNE STRATEGIE PORTEE PAR UNE AMBITION TRIPLE A

ANTICIPATION
Amélioration de l'information aux opérateurs économiques et de la compréhension de la commande publique

ADAPTATION
Faliciter l'accès des petites et moyennes entreprises aux marchés publics

ANCRAGE TERRITORIAL
Développer les savoir-faire locaux, leurs accès aux marchés publics et les pérenniser

L' AMBITION DE LA CONVENTION SBA

Le Small Business Act Réunion est un protocole (convention SBA) entre un acheteur public local et les organisations professionnelles qui engage les parties à organiser le code de la commande publique de façon équitable pour les TPE/PME

Qui sommes nous ?

- **14 Acheteurs publics** signataires de la convention SBA : Aéroport de Roland Garros, CHU, SODIAC, SIDR, CINOR, TCO, Région, Département, et les mairies (Saint-Denis, Le Port, Saint-Paul, La Possession, Petite- Ile et Saint-Leu).
- **11 Opérateurs publics** : CRESS, CERBTP, CCIR, Chambre d'agriculture de la Réunion, CMAR, CNFPT, MDEN, MDES, Pôle emploi Réunion, Université de la Réunion, URSIAE.
- **16 Organisations professionnelles** : ADIR, AACC, CAPEB, CPME, CINOV Réunion-Mayotte, CROAR, CROEC, Digital Réunion, FDSEA, FRBTP, FRCA, FAR, SDIFOI, SYNTER, U2P, UNTEC.

ACHETEURS PUBLICS

1)Adapter les critères à l'offre territoriale permettant aux entreprises locales de s'adapter et de se structurer.

2)Faire de l'achat public un levier de développement pour les PME/TPE locales.

3)S'engager pour le développement durable, l'achat public innovant et l'insertion.

Convention signée pour 3 ans

FILIERES ECONOMIQUES LOCALES

1) Développer le savoir-faire local, le pérenniser et le faire connaitre.

2) Innover et développer de nouveaux services ; devenir autonome face à la production extérieure.

Rémy MEIN, Chargé d'étude SBA : referent.sba@adir.info

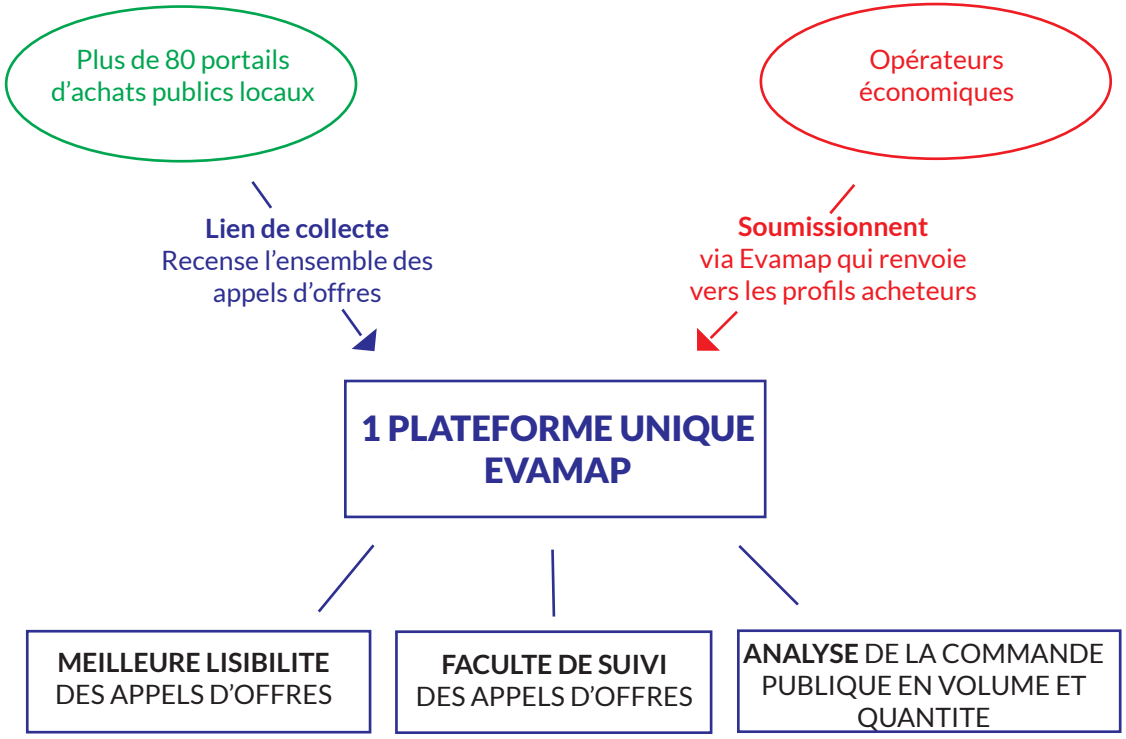
PRESENTATION DE LA STRATEGIE DU BON ACHAT (SBA)

PRINCIPAL FREIN A L'ACCES A LA COMMANDE PUBLIQUE : LA PROFUSION DES PORTAILS EN LIGNE

La dématérialisation des marchés publics obligatoire depuis 2018 induit une multitude de portails d'achats publics à l'image du mille-feuille territorial. Les conséquences pour les professionnels sont :

- le manque de lisibilité des appels d'offre
- l'absence d'indicateurs sur le volume de la commande publique
- le non suivi des commandes
- l'impossibilité de se projeter dans la commande publique

SOLUTION : LA CREATION D'EVAMAP - PLATEFORME LOCALE UNIQUE



ECHANGES & DISCUSSION

• La question de l'utilité de la création d'une nouvelle plateforme est posée par un des participants. Le référent SBA explique alors que celle-ci permettra de **regrouper tous les marchés publics locaux sur une même interface (contre 80 actuellement) pour une meilleure lisibilité de l'offre.** Cette interface permettra également une visualisation plus pertinente de l'état de la commande publique sur le territoire grâce au **suivi sur les engagements des partenaires** effectué par l'association. Le référent SBA encourage les entreprises présentes à participer aux groupes de travail SBA proposés par l'ADIR.

• Une remarque est faite quand à la possibilité, pas assez exploitée, d'utiliser la commande publique, la visualisation des offres dans l'optique de **préparer au mieux son internationalisation via une veille constante de son environnement.**

• L' importance de capitaliser en premier lieu sur **la formation des entreprises à la réponse aux marchés publics** est évoqué. Le référent SBA indique que l'association ne peut statutairement proposer ce genre de formation mais qu'il serait souhaitable d'envisager des partenariats locaux pour mettre en place ce type de formation.

• Cette plateforme est un outil pédagogique qui permettra également de **mobiliser et réunir les entreprises** autour du sujet de la commande publique, tout comme les Journées du Territoire le sont (événement organisé par l'association SBA, une à deux fois par an). Les entreprises sont aussi très interessées par l'aspect aval de cette plateforme c'est à dire connaître les attributions et se rendre compte de la part des marchés publics locaux attribuée aux entreprises réunionnaises.

• Il est fait remarqué que plus nous faciliterons l'accès aux TPE/PME à la commande publique mieux l'économie du territoire se portera.

Rémy MEIN, Chargé d'étude SBA : referent.sba@adir.info

TABLE RONDE N°1 : COMMANDE PUBLIQUE

Quelles sont les difficultés qu'implique la dématérialisation des marchés publics pour nos entreprises réunionnaises ? Quels sont les besoins en accompagnement (également besoins en compétences) nécessaires afin qu'elles puissent plus facilement accéder / répondre aux marchés publics dématérialisés ?

1 DIFFICULTES RENCONTREES :

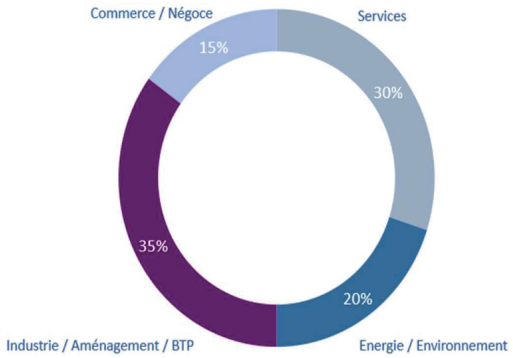
- ACCES A L' EQUIPEMENT/RESEAU
- NIVEAU DE COMPETENCE NUMERIQUE (mais également la sécurité informatique : téléchargement java/parefeu..)
- FORMATION A L'UTILISATION DE LA PLATEFORME
- VERIFICATION DE LA CONFORMITE DES DOCUMENTS NUMERISES (taille, poids..)
- GESTION DU TEMPS POUR LE CHEF D'ENTREPRISE (regrouper les pièces administratives, trouver des partenaires, établir une offre..)
- LISIBILITE, ACCESSIBILITE DE L'INFORMATION (trop de plateformes de marchés publics)

2 BESOINS IDENTIFIES :

- FORMATION A LA REPONSE AUX MARCHES PUBLICS
- ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE AU NUMERIQUE/PLATEFORME
- DONNER DE L' AMBITION AUX CANDIDATS : inciter les chefs d'entreprises à s'intéresser à la commande publique (REX, témoignages, success story...)
- DEMYSTIFIER CERTAINES CROYANCES : appels d'offres attribués d'avance, copinage...
- FORMATION A LA MISE EN FORME DE LA REPONSE : développer la partie DESIGN / MARKETING pour «donner envie» au client

PRESENTATION DU CLUB EXPORT REUNION

Créée en 1998 et comptant 120 entreprises exportatrices adhérentes de secteurs d'activités variés, l'association **Club Export Réunion accompagne les entreprises dans leur stratégie de développement international** (3 antennes dans les pays de la zone OI : Madagascar, Seychelles, Maurice) Le Club Export promeut la **valeur ajoutée régionale**, la **coopération économique et environnementale** grâce à l'organisation d'événements et de rencontres d'affaires dans l'océan Indien en s'appuyant notamment sur un réseau de partenaires clairement identifiés : CCI, GEM, SIM, SCI, ADIM, Business Mauritius, AMM, Cap Business, COI, CCEF...



DES RÉSULTATS CONCRETS ET MESURABLES

+ de 500 entreprises ayant participé à des événements et actions du Club Export ces 10 dernières années : L'ouverture à l'international a désormais pleinement intégré les préoccupations du chef d'entreprise

30 jeunes en Volontariat International en Entreprise (VIE) par an positionnés en moyenne pour les entreprises réunionnaises : Les implantations dans l'océan Indien et au delà se concrétisent

+ de 500 M€ : La valeur exportée totale a doublé en 20 ans et l'export concerne aujourd'hui plus de 1200 entreprises avec en particulier une croissance très marquée de **l'exportation de services** (x 2 pour la dernière décennie)

Des perspectives de développement prometteuses dans l'espace régional et sur le continent africain, dans de nombreux secteurs (agro alimentaire, santé, énergie, déchets, services)

PUBLICATION DU LIVRE BLANC DE L'INTERNATIONALISATION DU CLUB EXPORT

Des solutions pour l'internationalisation des entreprises réunionnaises à l'horizon 2026

UNE DÉMARCHE COLLABORATIVE ET PARTENARIALE

- AXE 1 : Structurer l'offre réunionnaise à l'export
- AXE 2 : Améliorer l'environnement des affaires à l'international
- AXE 3 : Dynamiser la capacité de projection à l'international

PARMI LES 19 PROPOSITIONS DÉVELOPPÉES AU SEIN DU LIVRE BLANC :

- Créer une **base de données de l'international**
- Fédérer les acteurs publics et privés autour d'une « **task force** » permanente à l'international (APE, FRET...)
- Améliorer l'**offre locale éducative à l'international** & favoriser la **montée en compétence des dirigeants**
- Construire ou consolider des outils de financement adaptés à la taille des PME locales par la création d'un **fonds spécifique Outre-mer, outils de financements participatifs, recours à la défiscalisation.**
- Développer de nouvelles approches de l'export via **l'exportation collaborative**
- Proposer un **accompagnement technique renforcé** (structuration interne du Club Export et via des réseaux d'experts comme les OSCI)
- Renforcer la **visibilité et la lisibilité de l'offre réunionnaise à l'export**, en développant des outils promotionnels visant à mieux la présenter (catalogues sectoriels).
- **Appuyer la structuration de filières dans l'océan Indien** pour permettre aux entreprises du territoire de s'inscrire dans une chaîne de valeur à l'échelle régionale et favoriser l'émergence d'initiatives entrepreneuriales conjointes en fonction des opportunités offertes par chaque pays.

Sandra DUCHER, Secrétaire Générale CER: sandra.ducher@clubexport-reunion.com

PRESENTATION DU CLUB EXPORT REUNION
LES PROJETS 2021-2024

ZOOM SUR L'EXPORTATION COLLABORATIVE

L'Exportation Collaborative consiste en la **création d'un groupe** pertinent de partenaires, bâtir **une stratégie et une offre commune** dans le but d'établir un plan d'action du **développement marketing et commercial** (analyse et études de marché, mise en marché, consolidation de la position).

01 PRÉPARATION

- Recrutement des participants et animation tout au long de l'année du groupement
- Diagnostic export des membres

02 OUTILS MARKETING

- Création d'outils marketing et de communication communs dans la langue du pays
- Constitution d'une offre plus complète et plus attrayante pour les cibles visées

03 PROSPECTION/ DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

- Identification de clients étrangers et partenaires
- Identifications de fournisseurs étrangers
- Actions et suivi commercial tout au long de l'année par nos équipes locales

04 ACTIONS PROMOTION-NELLES

- Construction de marque
- Organisation d'actions de promotion pour travailler l'image de vos produits (salons, conférences, dégustations ...)

ZOOM SUR LA STRUCTURATION DE FILIERES - VOLET INTERNATIONAL

Dans le cadre du SRDEII, le Club Export s'inscrit pleinement dans la démarche de structuration de **filières d'excellence** en cours à l'echelle du territoire en s'engageant sur ces 3 à 4 filières prioritaires pendant les 3 années à venir :
AGROALIMENTAIRE / BATI-TROPICAL / NUMERIQUE /ENERGIES RENOUVELABLES

OBJECTIFS

- Structuration des filières pour adresser des marchés extérieures à fort potentiel tout en limitant les risques inhérents à la démarche export de l'entreprise
- Intégrer un « réflexe » Internationalisation chez les chefs d'entreprise(s) afin d'actionner les leviers / gisements / potentialités économiques de développement du territoire portés par les contrats de filières

PROGRAMME D'ACTION DU CLUB EXPORT RÉUNION SUR 5 ANS

1. **Identification de filières d'exportation réunionnaise en valorisant le savoir-faire et les compétences réunionnaises**
   - Cartographie de l'offre réunionnaise à l'Export en collaboration avec les acteurs de l'export (EIT CPME REUNION, REGION REUNION, PARTENAIRES..)
2. **Mise en place de l'exportation collaborative**
   - Identifier le domaine sur lequel les entreprises souhaitent se positionner à l'export (spécialisation différenciée de l'activité réunionnaise) / **action en partenariat avec la CPME & le Club Export**
   - Montage de 3 à 4 groupements sectoriels sur 5 ans
   - Structurer l'offre réunionnaise dès l'amont, (mise en place de la communication digitale, marketing international, l'offre commerciale, le volet juridique..) : Animateur des groupements: Club Export avec suivi sur 3 ans
3. **Intelligence économique**
   - Veille et aide réponses AO
4. **Mieux faire connaître dans la filière les dispositifs déjà existants Boîte à outils export**

ECHANGES & DISCUSSION

• Il est précisé que pour amorcer l'axe 1 du Livre Blanc : Structurer l'offre réunionnaise à l'export, **il est nécessaire que la collectivité régionale édite son marketing territorial,** c'est la priorité. Il faut une marque quand nous exportons, il faut que les prospects/clients puissent situer La Réunion. Cette marque permettra en outre de décliner des marques ombrelles sur la ville durable, la santé, le numérique..

• L'export collaboratif n'existe pas à La Réunion alors qu'en métropole nous pouvons le voir avec les Huiles de Provence, le Beaujolais, les Rosés au Japon. **En terme d'export, de groupements collaboratifs, les entreprises bien qu'elles puissent être concurrentes entre elles à La Réunion, ne peuvent/doivent pas être concurrentes à l'international !** Nous sommes tellement petit à l'échelle du monde, à La Réunion, que nous ne pouvons nous permettre de penser de la sorte.

• En terme de formation, il n'existe **pas vraiment d'offre spécifique sur le territoire,** le Club Export souhaite travailler avec l'Université de la Réunion et d'autres partenaires afin d'engager la démarche et de proposer d'ici peu une **offre éducative sur l'international** : connaître son environnement, les opportunités sur l'océan indien, former au management interculturel, négocier à l'international.. Il en est de même pour la formation des dirigeants à l'export, très peu d'offres sont proposées (mises à part Business france et Formatex), l'idée est alors de se **rapprocher des syndicats patronaux locaux pour développer une offre à destination des entreprises.**

•Il faut rendre visible ces formations auprès des chefs d'entreprises, beaucoup ne savent pas que des formations existent et qu'elles peuvent être prises en charge. Il est nécessaire d'utiliser les crédits des OPCO alloués à la formation sur le territoire (sous-consommation chronique à La Réunion) avant que ceux ci ne repartent en métropole car non utilisés et que l'enveloppe se réduise les années suivantes. **IMPORTANT : un décret sorti le 9 septembre annonce une prise en charge des formations (catalogue élargi) pour les entreprises (FNE) à 100% jusqu'à la fin de l'année !**

•Pour finir il est préciser qu'il est important de ne **pas opposer ancrage territorial et internationalisation,** les deux fonctionnent totalement ensemble. Faire l'un ne veut pas dire renoncer à l'autre au contraire : **pouvoir se développer à l'international pour mieux s'ancrer localement.**

•**SAVE THE DATE :** Présentation du Livre Blanc du Club Export Réunion le 29 Octobre de 17h à 19h à l'Amphi Bio-climatique de l'Université de Saint-Denis.

Sandra DUCHER, Secrétaire Générale CER: sandra.ducher@clubexport-reunion.com

TABLE RONDE N°2 : INTERNATIONALISATION

Quels outils digitaux / bonnes pratiques pour une entreprise réunionnaise qui souhaite s'internationaliser ?
3 propositions par groupe – Classement par ordre de priorité

1. STRUCTURATION DE L'OFFRE REUNIONNAISE : Mettre en place une cartographie des acteurs/entreprises qui exportent déjà où qui souhaitent le faire afin de trouver des partenaires plus simplement

2. INTERMEDIATION/ACCOMPAGNEMENT SUR LES MARCHES : Faciliter l'accès à l'information sur les marchés étrangers via des antennes fiables sur place (type business france/ club export) ou de la veille réglementaire/juridique accessible et compréhensible par tous

3. ANALYSE/VEILLE INTERNE : Définir ses besoins et capacités, le potentiel de son entreprise avant de se tourner vers les marchés publics ou vers l'export (situation financière, collaboration et partenaires, stratégie, developpement commercial..)

AUTRES SUGGESTIONS DU GROUPE :

- Marketing territorial: Création d'une identité commune, d'une marque EXPORT pour le territoire
- Adopter les bonnes pratiques en terme de partenariat/groupement avant de penser à exporter ensemble (confiance, contrats..)
- Se rapprocher de partenaires pouvant accompagner les entreprises dans l'internationalisation comme le Club Export Réunion

espaces d'intelligence territoriale

VALORISONS LES SAVOIR-FAIRE AVEC LA STRUCTURATION DE FILIÈRES !

cpme LA RÉUNION

UNION EUROPEENNE

REGION REUNION
www.regionreunion.com

Ce projet est co-financé par l'Union européenne et la Région Réunion

PARTICIPANTS À L'EIT NUMÉRIQUE - ATELIER THÉMATIQUE #1 COMMANDE PUBLIQUE / INTERNATIONALISATION

Franck AH-KIT – Chargé de mission CPME Réunion
Valérie BILLAUD - Chargée de mission CPME Réunion
Indra PERIANMODELY - Chargée de mission CPME Réunion
Mickaël Ha-Sum – Chargé de mission DIDN - Région Réunion
Sandra DUCHER - Secrétaire Générale - Club Export Réunion
Rémy MEIN - Référent SBA - ADIR
Stéphane COLOMBEL – Président Digital Reunion
Marco LI-WAN-FONG - Représentant CR-CSUR Reunion
Laura DELEERSNYDER – Directrice cabinet conseil Inlovation

Contact : Franck Ah-Kit - fahkit@cpmereunion.re - 0262 96 43 16