

Décryptage

LIBRES ÉCHANGES LA CHRONIQUE DE JEAN-PIERRE ROBIN

La rengaine du « Small Business Act à la française »

Jean-Pierre ROBIN

Il en est de la politique économique comme des chansons : certains refrains traversent les décennies au point d'en devenir inusables. C'est le cas du « Small Business Act » américain - en français « la législation pour les petites entreprises » - voté en 1953 par le Congrès des États-Unis, afin, dit-on, d'aider les anciens combattants de la guerre de Corée à se réinsérer dans l'économie. En 1953, Elvis Presley lançait son tube *My Happiness*. Et, pour des oreilles françaises, on ne saurait dire aujourd'hui laquelle des deux musiques est la plus populaire. Lors de l'élection présidentielle, François Bayrou, Ségolène Royale et Nicolas Sarkozy ont tous trois entonné l'air, « *il nous faut un Small Business Act à la française* », véritable mantra censé redynamiser notre économie. Le nouveau président de la République a demandé à Lionel Stoléru de lui remettre un rapport spécial sur le sujet d'ici au 31 décembre, tout en chargeant ses ministres Christine Lagarde et Hervé Novelli de s'inspirer du modèle américain en France, et si possible en Europe.

Aux États-Unis, la « *Small Business Administration* » (SBA), issue de la législation (Act) de 1953, se présente comme une agence fédérale indépendante dont le mandat est « *d'appuyer, conseiller et assister les petites entreprises* ». Disposant d'un budget annuel de 580 millions de dollars - une brouille -, sa fonction est triple. Elle distribue directement des prêts ou se porte caution sur des crédits bancaires ; elle aide à la formation et à la mise à niveau technologique du « *small business* » ; elle fait en sorte que les petites entreprises obtiennent 23 % des marchés publics lancés par les administrations publiques, soit environ 50 milliards sur les 200 milliards de dollars que représentent annuellement ces commandes. Ce troisième point est au moins aussi important que la distribution des prêts, dont le portefeuille atteint actuellement un total de 78 milliards de dollars.

On comprend que les Français soient fascinés depuis de longues années par la SBA : ses principes fondateurs et ses structures de fonctionnement ont la simplicité d'une mélodie de Presley. Quelle clarté, comparée au maquis de nos « *aides aux PME* », dont les multiples guichets ne cessent de changer d'appellation ! Citons le dernier avatar de la fusion de l'Agence pour l'innovation industrielle et de l'agence de financement Oséo (née elle-même en 2005 du rapprochement de l'Anvar et de la BDPME). Mais dès qu'on évoque le sigle typiquement hexagonal « *PME* » (Petites et moyennes entreprises), on doit se demander si les Français comprendront jamais la spécificité de la SBA américaine. Celle-ci s'intéresse en effet exclusivement à ce qui est « *small* » (petit), et non au développement des entreprises « *moyennes* », qui relève de tout autres problématiques. Tel le fameux « *plafond de verre* », qui fait que la France a un déficit de 2 000 entreprises moyennes, comparée à l'Allemagne.

La philosophie de la SBA est fondée sur la notion de « *discrimination positive* » : favoriser les petits, voire les minorités ethniques, ou encore les personnes frappées par des catastrophes naturelles. Non sans une certaine ruse, elle se refuse pourtant à indiquer un plafond absolu. « *Une entreprise est «petite» par rapport à toutes les entreprises de son secteur* », ce qui peut aller jusqu'à 100 salariés dans le commerce de gros, voire 1 500 salariés dans certains cas de l'industrie manufacturière, expliquent les Américains. Mais ils sont intransigeants sur le principe : il s'agit d'aider les David contre les Goliath d'un même secteur. Soit en leur procurant des « *crédits pour lesquels ils auraient été inéligibles ailleurs* » (dans les banques privées). Soit en défendant leurs intérêts lors de l'attribution de marchés publics, de sorte que les petits obtiennent au minimum 23 % du gâteau. La loi américaine stipule notamment que les marchés fédéraux inférieurs à 100 000 dollars sont réservés au « *small business* ». Le dossier des marchés publics est ce qui semble intéresser avant tout le gouvernement français. Il voudrait transposer le système américain dans l'Hexagone et plus encore au niveau européen. Ce qui ne sera pas chose facile, car Bruxelles rechigne à se lancer dans la « *discrimination positive* » en faveur des PME. Faute de « *SBA à l'européenne* », qui concernerait les 1 500 milliards d'euros annuels de commandes publiques, selon les chiffres de Bercy, Paris pourrait se résigner à une « *SBA à la française* », en se faufilant entre les mailles du filet : en deçà de 135 000 euros pour les commandes d'État (210 000 euros pour les collectivités locales) la réglementation européenne ne s'applique pas.

Une transposition du dispositif américain est-il réellement possible chez nous ? On en comprend l'enjeu pour les marchés publics, encore que la réalité ne soit sans doute pas tout à fait celle que l'on se plaît communément à décrire : d'ores et déjà les PME de services (moins de 250 salariés) reçoivent en France 53 % des commandes des administrations, selon une enquête récente de l'Insee. Mais plus qu'un guichet simple et efficace, la SBA exprime un état d'esprit. « *Les petites entreprises contribuent à rendre vivant le «rêve américain» pour des millions d'Américains* », insiste-t-elle dans sa présentation. À quoi les Français

rêvent-ils aujourd'hui ?

Illustration(s) :

MAXPP

© 2007 *Le Figaro*. Tous droits réservés.