

# L'économie

DOMINIQUE VIENNE (CGPME) :

## "La marque Réunion est en danger"

Dans un contexte morose, l'ancrage territorial doit être un atout pour les PME et sert souvent de socle, à condition de défendre des valeurs communes partagées par tous, y compris des pouvoirs publics. Mais pour l'heure, "le maillot Réunion est attaqué", soutient Dominique Vienne, le président de la CGPME Réunion.

**Vous souteniez, fin 2014, que les chefs d'entreprise étaient à bout. Comment se sentent-ils aujourd'hui ?**

Ils sont toujours en grande difficulté, car les fondamentaux de l'économie réunionnaise ne sont pas stabilisés. Le BTP prévoit un volume d'activités en baisse cette année, les petites entreprises ont des problèmes de solvabilité, l'avenir de la canne et de la défiscalisation restent incertains... Et les seules informations rassurantes sont renvoyées après 2017.

**Pourquoi les solutions tardent-elles à venir ?**

Parce que le temps des annonces poli-

tiques n'est pas celui de l'économie. Dans un contexte de mutation politique, l'enjeu premier doit être d'assurer la transition afin d'éviter les périodes de rupture. Or, les chefs d'entreprise manquent toujours de visibilité.

**Que réclamez-vous pour les entreprises ?**

Je milite pour la création au sein du gouvernement d'un référent, un ambassadeur des TPE et PME. A la CGPME, nous défendons la notion d'économie réelle. Il est certain qu'une TPE n'a pas les mêmes besoins qu'un grand groupe. L'État devrait passer ses mesures au

crash test des TPE, pour voir si les décisions à prendre sont assimilables et bénéfiques aux très petites structures. Ce n'est pas le cas du CICE (Crédit d'impôt pour la compétitivité et l'embauche) à ce jour. Autre exemple, le droit à la formation d'un dirigeant de TPE est aujourd'hui ridicule. Il est loin d'avoir les mêmes droits qu'un salarié. A la CGPME, nous pensons qu'une motion devrait être portée au national pour aider le chef d'entreprise à se former (en déduction de ses résultats ou de l'impôt sur les sociétés).

**Vu la conjoncture, l'Etat a-t-il les cartes en main pour aider les entreprises ?**

Il est évident que nous ne sommes plus dans le modèle de l'Etat-providence, et nous ne demandons pas son retour. Nous croyons en revanche à l'Etat-stratégie.

Je le répète, en créant un ambassadeur des TPE-PME, le gouvernement ferait le lien entre la petite entreprise et l'économie réelle et verrait qu'il y a des approches différentes entre les TPE, les entrepreneurs du numérique, les PME et les grands groupes.

**Jugez-vous ce projet réalisable avant 2017 ?**

Pourquoi pas ? Le gouvernement actuel a mis en place le médiateur aux marchés, le précédent avait installé le médiateur du crédit... Créons l'ambassadeur des TPE-PME !

*"Personne ne sauvera seul les autres"*

**Certaines actions ou décisions peuvent également être prises au niveau local, ne pensez-vous pas ?**

Bien sûr que si. La loi de décentralisation de 2004 a donné des pouvoirs aux régions. Le gouvernement veut aller encore plus loin avec l'Acte III en faveur de l'attractivité du territoire et la compétitivité des entreprises.

Tout le défi pour réussir, c'est de passer de cette culture de l'Etat-providence à une collaboration entre l'Etat-stratégie et la gouvernance locale. Le but étant de conduire une stratégie de territoire.



Dominique Vienne (CGPME Réunion) : "Les régions qui gagneront sont celles qui contribueront à un projet de territoire (...) C'est notre capacité à agir ensemble qui nous fera avancer" (photo d'archives FLY).

“ Nous partageons l'idée que les donneurs d'ordres doivent accorder une place importante aux savoir-faire locaux dans les appels d'offres ”

**Qu'attendez-vous des chefs d'entreprise ? Quelle est l'attitude qu'ils doivent adopter ?**

Nous avons le devoir de collaboration. Personne ne sauvera seul les autres. Au contraire, il faut défendre collectivement le "maillot Réunion" et arrêter de croire que les problèmes des gérants de stations ne concernent que les stations, les problèmes du BTP les acteurs du BTP, etc.

Prenons le cas de la crise requin. Il est faux de croire que ce qui se passe n'est qu'une accumulation de drames familiaux et un problème pour les seules activités nautiques. C'est toute l'économie qui est touchée. Cette situation dramatique participe à la dégradation générale de la marque du territoire. Soyons donc conscients que le maillot Réunion doit être porté par tous. Aujourd'hui, le sentiment que j'ai est qu'il est attaqué.

**Que pensez-vous des solutions apportées par l'Etat à la crise requin ?**

Avec beaucoup d'autres acteurs, nous (CGPME) pensons qu'à situation exceptionnelle il faut une réponse exceptionnellement forte. Quand il y a un cyclone, on déclenche un plan Orsec. Il faut trouver un équivalent à cette menace. Voilà ce que nous avons dit, collectivement, à la ministre des Outre-

**"La marque Réunion est dégradée". Avez-vous le sentiment que le territoire perd de son identité ?**

Oui. La canne à sucre est en danger. Elle fait partie de l'histoire de l'île, de son identité. On peut donc dire que la marque Réunion est en danger. Elle l'est encore plus quand nous nous focalisons que sur les aspects négatifs, alors que des personnes ont fait de belles choses ensemble à la Réunion.

Les régions qui gagneront sont celles qui contribueront à un projet de territoire, et pas uniquement en fonction du montant des fonds européens. C'est notre capacité à agir ensemble qui nous fera avancer.

**D'accord, mais les acteurs économiques et les organisations professionnelles sont ils prêts à travailler ensemble, pour montrer la voie à suivre ?**

Les handicaps et atouts du territoire imposent à chacun de nous de travailler les uns avec les autres. C'est un devoir.

### "Où est passé le patriotisme local ?"

**Des savoir-faire qui disparaissent, un combat inégal contre de grands groupes, etc. La CGPME est-elle sensible aux appels désespérés des entreprises ?**

Je l'ai dit, tout le monde doit se sentir concerné par les problèmes des uns et des autres. Depuis octobre 2010, la CGPME défend la stratégie du SBA. Nous sommes fiers à ce jour, de dire que l'ensemble des acteurs économiques de l'île travaille à mettre en avant cette démarche auprès des acteurs publics.

Nous partageons l'idée que les donneurs d'ordres doivent accorder une place importante aux savoir-faire locaux dans les appels d'offres.

Cette logique doit permettre à des acteurs locaux de se développer, dans le secteur des télécoms, des matériaux de construction, du BTP, de la grande distribution, etc.

**Faut-il pour cela modifier le code des marchés publics ?**

Non. Ce n'est pas nécessaire, le SBA ne le modifie pas. L'idée, c'est plutôt de se dire que le donneur d'ordres doit croire en la capacité du territoire, et qu'il a également une responsabilité vis-à-vis de l'ancrage territorial.

Le politique doit-il porter l'ambition d'un tissu d'entreprises qui naît, grandit et rayonne ou est-ce seulement de la responsabilité de l'entrepreneur ?

Je trouve parfois le chef d'entreprise local bien seul dans son combat. A l'heure où l'on parle de patriotisme économique en France, on oublie d'évoquer le patriotisme local dans ces dossiers.

**Le secteur de la téléphonie est en pleine mutation. Que pensez-vous des récentes évolutions au plan local ?**

Quand nous parlons de la marque Réunion, nous devons dire aussi que les entreprises locales sont des éléments de cette marque.

Dans le cas de la vente d'Only (racheté par l'opérateur malgache Telma, ndlr.), il aurait été naturel, suivant une logique de type SBA, que les pouvoirs publics analysent les conditions et reconnaissent, de façon équitable, les offres formulées par les opérateurs locaux. Attention toutefois aux amalgames et aux faux procès. L'enjeu de la Réunion, c'est aussi de créer les conditions pour attirer des capitaux extérieurs. Le maître mot c'est l'équité, tout en prenant en compte les savoir-faire locaux. Equité n'est pas nationalisme.

T.L.

Propos recueillis par T.L.