

DU PRÊT COUP DE POUCE AUX PÔLES DE COMPÉTITIVITÉ

L'ÉCONOMIE WALLONNE A BESOIN DE PATRIOTISME

Paul Magnette a mis sur la table le concept de patriotisme économique wallon. Iconoclaste à l'heure de la mondialisation ? Non, il s'agit de combler une vraie lacune du sud du pays. CHRISTOPHE DE CAEVEL

Mais que fait Paul Magnette ? Quand les camionneurs, les cheminots ou les conducteurs de bus paralysent la Wallonie, on n'entend pas ou très peu le ministre-président. « Paul Magnette est absent de tous les dossiers, absent au parlement, dénonçait récemment dans *Le Soir*, le chef de file du MR wallon Pierre-Yves Jeholet. Il fait des discours, il est excellent dans cet exercice, je le reconnais. Mais il ne met pas ses mains dans le cambouis, il ne travaille pas pour la Wallonie. »

Les discours, c'est peut-être toutefois le vrai job du ministre-président. A lui de tracer la ligne et de tenter d'entraîner l'opinion quand les ministres fonctionnels mettent, eux, les mains dans le cambouis, pour reprendre l'expression du député-bourgmestre de Herve. Dans ses derniers discours, Paul Magnette a posé sur la table le concept de patriotisme économique. Un concept facile à caricaturer, un concept délicat à manier dans une économie qui exporte les trois quarts de son PIB. Mais un concept pertinent ? « Ni les ménages, ni les entreprises ne consomment suffisamment wallon », affirme-t-il. Chiffres à l'appui : 40 % de la consom-

mation des ménages est importée contre seulement 32 % en Flandre ; et 55 % des biens et services achetés par les entreprises sont importés contre 48 % en Flandre. En plaçant simplement leur consommation endogène au niveau de celle de la Flandre, les ménages et les entreprises wallonnes injecteraient chaque année 5 milliards d'euros de plus dans l'économie régionale. Soit 10 fois plus que le Plan Marshall...

Quand Amos rejoint IBA

Sur papier, le raisonnement est limpide. Mais comment le concrétiser dans l'économie réelle ? Les pouvoirs publics peuvent essayer d'agir en insérant des clauses spécifiques dans les marchés publics et, dans l'alimentation, un courant porteur existe aujourd'hui en faveur des circuits courts et des producteurs locaux. Sympathique certainement, utile sans doute mais trop anecdotique pour jouer un rôle de fond dans un redéploiement économique.

Pour le reste, tout repose sur les choix des acteurs privés,

ménages comme entreprises. Ces choix peuvent toutefois être guidés. C'est le but du travail de réseautage des cercles d'affaires, des chambres de commerce et, bien entendu, des pôles de compétitivité dont la mission est de réunir PME, grandes entreprises et centres de recherche autour de projets innovants.

Jacques Germy, directeur du pôle Mécatech (génie mécanique), a ici quelques belles histoires à raconter, par exemple comment le travail d'optique ➤

« En plaçant leur consommation endogène au niveau de celle de la Flandre, les ménages et les entreprises wallonnes injecteraient chaque année 5 milliards d'euros dans l'économie régionale »

Paul Magnette, ministre-président de la Wallonie



de précision d'Amos (téléscopes) se complète avec celui du producteur d'implants oculaires Physiolo; ou comment Les Ateliers de la Meuse ont pu s'associer avec Amos et IBA (protonthérapie) qui ont tous deux besoin de machines volumineuses et « d'une précision diabolique ». « Une fois que les entreprises se connaissent, elles travaillent tout le temps ensemble, même en dehors des projets de recherche des pôles de compétitivité, se réjouit Jacques Germy. Même les plus grandes entreprises ont besoin d'un réseau autour d'elles. Elles doivent s'appuyer sur des PME locales et, à terme, cela rend les délocalisations plus difficiles. » On comprend dès lors tout le soin accordé à l'entretien de ces réseaux, que l'on se réfère ou non au patriotisme économique.

Une PME de Fleurus montre l'exemple

Et c'est ici que l'on retrouve Paul Magnette. Il mise sur la capacité de persuasion des dirigeants. « La rhétorique ne remplit pas les portefeuilles mais la rhétorique peut faire bouger, peut faire réfléchir, a-t-il expliqué au Parlement wallon. Et en faisant réfléchir, faire agir. » L'action, c'est par exemple celle de P4P, une toute jeune entreprise située à Fleurus, que le ministre-président a visité récemment. P4P propose des méthodes de packaging sur mesure, selon un schéma très performant inspiré des chaînes de l'industrie automobile. « Celui qui a lancé cette société s'est aperçu que l'essentiel des sociétés wallonnes faisait appel, pour leur packaging, à des sociétés extérieures, poursuit Paul Magnette. Il s'est dit que c'était bien dommage que toute la valeur induite en termes de packaging ne soit pas chez nous. » En moins de deux ans, P4P a séduit de nombreuses entreprises, ce qui lui a permis de créer une quinzaine d'emplois. Pas par souci de patriotisme économique mais en ayant repéré un maillon manquant dans des chaînes d'activité et en ayant eu l'audace de s'y investir (avec d'ailleurs des aides publiques). « C'est des histoires comme celle-là que je voudrais voir se multiplier », résume Paul Magnette. Les intercommunales de développement économique s'y emploient en misant désormais sur l'implantation d'entreprises « complémentaires » sur leurs zonings, afin d'amorcer une économie plus circulaire.

L'écueil se situe bien souvent au niveau des prix. Si une entreprise se fournit à l'étranger, c'est parce que le Made in Belgium reste onéreux, en dépit des avantages liés à la proximité (délais de livraison, capacité de produire du 'sur-mesure', suivi de la production...). Quand on veut à tout prix favoriser les entreprises nationales ou régionales, on glisse vite du patriotisme au protectionnisme. « A terme, c'est alors destructeur de valeurs pour tout le monde », assène Bruno Colmant, *chief economist* chez Degroof-Petercam. Il redoute d'ailleurs que des politiques plus patriotiques butent très vite sur les dispositions européennes.

L'Europe peut toutefois être un acteur utile pour construire une certaine forme de patriotisme économique. « Si l'Union se décidait enfin à taxer réellement les nuisances environnementales, à rétablir des prix qui reflètent les vrais coûts du transport, nos entreprises gagneraient en compétitivité sur le marché intérieur, estime Benoît Bayenet, professeur d'éco-

nomie à l'ULB et vice-président de la Sogepa (bras financier de la Région wallonne spécialisé dans le soutien aux entreprises en redéploiement). Cela participerait à la politique économique européenne. Aujourd'hui, on importe des roses du Chili et du raisin d'Afrique du Sud. Est-ce vraiment pertinent? »

Les molécules chinoises de la pharmacie wallonne

Cela dit, ne rêvons pas: l'Europe et encore moins la Wallonie ne vivront pas en autarcie. Les échanges mondiaux vont continuer à se développer et les chaînes de production à s'internationaliser. « La meilleure façon de développer la Wallonie, c'est parfois de ne pas vouloir tout fabriquer nous-mêmes, confirme Jacques Germy (Mecatech). Si j'achète des composants moins chers à l'étranger et que, grâce à cela, je vends quatre fois plus mes produits finis, je contribue à l'emploi local. »

Mais parfois, cela frise la caricature. Ainsi le secteur pharmaceutique, très puissant en Wallonie (13.000 emplois, un quart des exportations), importe la plupart de ses produits intermédiaires. Les très nombreuses start-up du secteur ne pourraient-elles pas s'y intéresser? « Nous décortiquons actuellement toute la chaîne, avec les entreprises pharmaceutiques, pour essayer de comprendre pourquoi les inputs sont importés et de déterminer ce qui pourrait éventuellement être rapatrié, dit Benoît Bayenet. Certaines molécules sont produites en Chine pour le monde entier. Nous essayons de voir si la Wallonie peut capter une partie de ces marchés. »

Nous sommes là dans de la stratégie économique pure, pas spécialement « patriotique ». Le concept serait-il donc un peu forcé dans un seul but de communication? Non, répondent en chœur tous nos interlocuteurs. « Nous le voyons très bien à travers nos initiatives au niveau national, les entrepreneurs wallons ont moins cet esprit de corps que leurs confrères flamands, analyse Philippe Pire, responsable du bureau liégeois d'EY. Or, quand on a cet esprit de corps, on a plus envie de faire du business avec ses voisins. »

Il y a donc un intérêt économique évident à tenter de le développer. « L'idée était latente mais le discours du ministre-



« Les entrepreneurs wallons ont moins cet esprit de corps que leurs confrères flamands. Or, quand on a cet esprit de corps, on a plus envie de faire du business avec ses voisins. »

*Philippe Pire
Responsable du bureau liégeois d'EY*



AXELEDIPPINNE

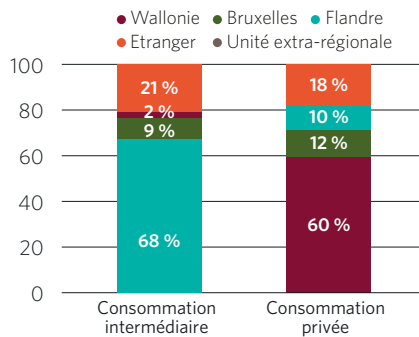
président a indéniablement ouvert une brèche, reprend Philippe Suinen, le président des Chambres de commerce et d'industrie wallonne. Avant, on ne parlait pas de manière aussi nette de patriotisme économique.» Il insiste sur la «fierté», un sentiment «trop peu répandu en Wallonie». «Nous devons être plus extravertis et avoir le toupet de parler de nos succès, et ils sont nombreux, dit-il. Nous avons encore trop cette conviction qu'il faut rester humble et discret pour être pris au sérieux.» Philippe Suinen invite donc à parler de manière plus offensive des succès de l'économie wallonne, des entreprises qui se créent. «Quelque chose est en train de se passer dans notre tissu économique, embraille Jacques Germain. Nous n'avons jamais vu autant d'innovations et, malheureusement, nous n'en sommes pas assez conscients. Peut-être avons-nous trop l'habitude de manier l'autodérision.»

Aux citoyens de jouer!

Selon Bruno Colmant, ce manque de conscience régionale s'explique aussi par l'opposition ancestrale et toujours vivace entre les bassins carolo et liégeois. «En Flandre, il y a un fort courant régionaliste (voire nationaliste, Ndlr) qui crée

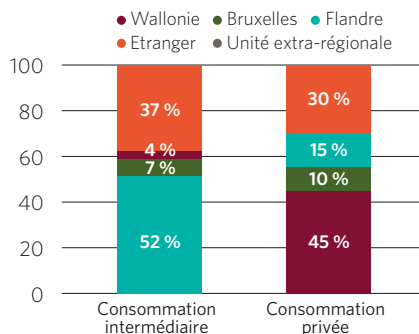
LA CONSOMMATION DES MÉNAGES

En pourcentage SOURCE : GOUVERNEMENT WALLON



LA CONSOMMATION DES ENTREPRISES

En pourcentage SOURCE : GOUVERNEMENT WALLON



PAUL MAGNETTE CHEZ P4P

La toute jeune entreprise située à Fleurus propose des méthodes de packaging sur mesure.

un effet de réseau, de cohésion qu'on retrouve moins au sud du pays, commente-t-il. Cela dit, si on veut développer une forme de préférence wallonne, il faut commencer par assurer la paix sociale et mettre en place un dialogue social de qualité. Le contexte actuel ne plaide pas en faveur d'un patriotisme économique wallon.»

La solution viendra peut-être des citoyens wallons eux-mêmes. Dans leurs achats quotidiens, pour autant que l'origine des différentes composantes d'un produit ou aliment puisse être facilement identifiée; mais aussi dans leurs investissements. Le prêt coup de pouce (avantage fiscal pour un prêt à une jeune entreprise) devrait être opérationnel à la rentrée. L'un de ses objectifs est d'inciter les citoyens à regarder de plus près les entreprises de leur coin. Et vice-versa. Si le mécanisme devait connaître un vrai succès, comparable à son pendant flamand le prêt win-win, le patriotisme économique wallon aura fait un très intéressant premier pas. ©