



Le V.I.E PME progresse chaque année sans que ses effets réels sur la croissance à l'international aient été mesurés. Lors d'une Masterclass animée par Stéphane Boulet, Karine Guiderdoni, maître de conférence à Aix-Marseille Université, présente les résultats d'une étude inédite sur l'usage du dispositif par les PME et ses impacts concrets.

L'analyse de Karine Guiderdoni : ce que révèle l'étude sur le V.I.E PME

Stéphane Boulet : Quelles sont les principales singularités du V.I.E ?

KG : Le V.I.E, ou Volontariat International en Entreprise, est un dispositif propre à la France. Concrètement, une jeune personne de 18 à 28 ans, française ou européenne, fraîchement diplômée, se voit confier une mission de 6 à 24 mois au sein d'une entreprise française implantée à l'étranger, que ce soit dans la vente, la technique ou les fonctions support. Pendant sa mission, elle bénéficie du statut d'agent territorial et perçoit une allocation mensuelle qui varie selon le pays d'affectation.

C'est aussi un dispositif ancien : créé en 2000, il prolonge le Service national en entreprise instauré en 1983, lui-même issu du service de coopération. Il reste surtout très populaire, avec environ 100 000 jeunes et près de 8 000 entreprises concernés depuis 2001, selon Business France. Le dispositif est en outre particulièrement bien suivi (données mensuelles publiées par Business France, sites dédiés, Club des anciens V.I.E, prix V.I.E, conférences en école ou en université). Sa dernière singularité tient à son fonctionnement : une triade d'acteurs qui repose sur un principe gagnant-gagnant.

SB : Comment cette triade d'acteurs fonctionne-t-elle et quels sont les gains attendus ?

KG : Entre les trois acteurs, le jeune diplômé, l'entreprise française et Business France, les échanges portent sur trois registres : l'information, l'opérationnel et le financement. Business France gère l'administratif, le juridique et le social du contrat ; le jeune et l'entreprise, eux, sont liés par la mission elle-même, l'entreprise devant en assurer le suivi pendant que le jeune s'en acquitte.

Le V.I.E est pensé comme un dispositif gagnant-gagnant. Côté entreprise, les bénéfices sont nombreux : maîtrise des coûts, gestion RH facilitée dans une logique de « prêt à l'emploi », accès à une banque de CV de jeunes talents, gain de notoriété auprès des jeunes diplômés et renforcement de la dimension internationale. Côté jeune diplômé, le dispositif offre un revenu correct, un cadre de travail structuré à l'étranger et une expérience à haute valeur ajoutée, avec un accès au réseau V.I.E qui débouche sur un développement personnel et une reconnaissance professionnelle valorisée par le VIE Award : un vrai tremplin vers une carrière internationale.

SB : À quels types d'entreprise ce dispositif s'adresse-t-il ?

KG : Historiquement, le V.I.E s'adressait surtout aux grandes entreprises dotées de filiales à l'étranger. Il s'est ouvert aux PME ces dernières années. Quand une PME n'a pas de filiale sur place, un portage géographique est possible via l'OSCI ou les CCI à l'international ; en l'absence de référent local, les Conseillers du commerce extérieur de France peuvent encadrer le jeune sur le terrain.

Sur le plan financier, plusieurs solutions existent pour les PME : subventions régionales exceptionnelles, chèque de relance V.I.E de 5 000 à 10 000 euros, intégration des coûts dans l'Assurance Prospection Bpifrance ou dans le Prêt Croissance internationale. Les PME peuvent également se regrouper pour partager un V.I.E, une formule à temps partagé qui réduit la charge financière individuelle.

SB : Quels étaient les sujets et le contexte de votre recherche ?

KG : Le dispositif V.I.E s'inscrit dans le concept d'Export Promotion Program (EPP) : un ensemble de services publics et privés destinés à aider les entreprises à surmonter les obstacles de leur internationalisation. La littérature académique sur le sujet est abondante et interroge le type d'aide à apporter, informationnelle, opérationnelle ou financière, ainsi que la nature des connaissances mobilisées. Un débat traverse ce champ : le lien entre l'utilisation de ces dispositifs et la performance à l'export reste controversé. Leur rôle dans l'internationalisation des entreprises, en revanche, est peu étudié, faute d'analyses longitudinales.

SB : Et sur le sujet du V.I.E en particulier ?

KG : C'est un paradoxe : le V.I.E est unique, ancien et populaire, mais aucune recherche académique ne s'y était encore intéressée. Sans approche longitudinale, il est difficile de comprendre son usage dans la durée et d'en mesurer les effets. Les études sur les EPP prennent généralement l'entreprise comme unité d'analyse ; or celle-ci bénéficie souvent de plusieurs dispositifs simultanément, ce qui complique l'isolement des effets propres au V.I.E. Business France conduit bien certaines évaluations, mais elles s'intègrent à des enquêtes d'impact plus larges où les entreprises utilisatrices du V.I.E ne représentent qu'environ 10 % de l'échantillon, avec une fiabilité statistique limitée par leur caractère déclaratif.

Notre objectif était donc de comprendre comment les entreprises utilisent le V.I.E dans le temps, si cet usage varie selon leur profil, et quels effets il produit sur leur rythme de développement international, leur étendue géographique et leur croissance.

SB : Quelle méthodologie avez-vous utilisée ?

KG : Dans le cadre d'une convention de recherche, nous avons eu accès à la base de données V.I.E de Business France pour la période 2011-2016, soit 8 512 entreprises. Nous avons croisé ces données avec celles d'Orbis, de la Coface et des Douanes, ainsi qu'avec des bases mesurant le risque pays et la dimension culturelle comme l'International Country Risk Guide et Globe. Le panel final réunissait 4 780 entreprises aux données fiables et complètes. Cette approche quantitative a été complétée par une étude qualitative fondée sur des entretiens semi-directifs exploratoires auprès de PME.

SB : Quels résultats avez-vous obtenus ?

KG : Le nombre d'entreprises utilisatrices du V.I.E croît de façon constante entre 2011 et 2016. Les entreprises concernées se situent surtout dans les secteurs « technologie & services » et « industrie & cleantech », à 49 % en Ile-de-France. Entre 2009 et 2011, les grandes entreprises et les ETI dominaient le recours au V.I.E, avant une rupture en 2012 chez les grandes entreprises puis une chute en 2014. Depuis 2013, les PME y ont recours de façon constante et, si elles restent derrière les ETI et les grandes entreprises en volume sur la période, elles arrivent en tête pour le taux de croissance.

Les secteurs les plus utilisateurs sont la finance et l'assurance, les technologies de l'information et télécommunications, puis l'automobile et le transport. En taux de croissance, ce sont plutôt la santé et les technologies de l'information et télécommunications qui progressent le plus. Côté régions, l'Ile-de-France arrive en tête, suivie de l'Auvergne-Rhône-Alpes, de l'Occitanie et des Hauts-de-France, une hiérarchie qui évolue lentement au rythme du tissu économique local et des politiques publiques incitatives.

SB : Quels enseignements en tirez-vous ?

KG : Nous avons pu dégager une typologie des entreprises selon la fréquence de leur recours au dispositif. Sur la période 2011-2016, 72,2 % des entreprises n'ont utilisé le V.I.E qu'une seule fois, 23,6 % l'ont utilisé deux fois et 4,1 % plus de quatre fois. Les utilisateurs uniques sont plutôt des PME et des ETI de l'industrie et de la cleantech, basées à Paris, dans les Hauts-de-Seine, le Rhône ou le Nord, avec des destinations comme la Chine, l'Allemagne, les Etats-Unis, le Royaume-Uni et la Belgique.

Les « convaincus », qui utilisent le dispositif deux fois en cinq ans, sont eux aussi plutôt des PME et des ETI, mais du secteur technologie & services, implantées dans les Hauts-de-Seine, à Paris et dans le Nord, avec les Etats-Unis, l'Allemagne et la Belgique comme destinations privilégiées. Les « accros », qui y ont recours plus de quatre fois, sont en revanche de grandes entreprises de l'industrie ou de la cleantech, basées à Paris ou dans les Hauts-de-Seine, tournées vers la Chine, le Royaume-Uni et l'Allemagne.

SB : Et quels sont, plus spécifiquement, les résultats pour les PME ?

KG : Sur la période, les PME les plus utilisatrices du V.I.E appartiennent aux secteurs technologie & services et industrie & cleantech, avec un effectif compris entre 51 et 150 personnes. Le profil des missions confiées est orienté commercial à 42 %, production ou technique à 37 %, et support (RH, finance, qualité) à 21 %. Les PME utilisent donc le dispositif à la fois pour explorer de nouveaux marchés et pour exploiter des activités

déjà engagées à l'international, en envoyant majoritairement leurs V.I.E vers des pays développés, en Europe ou en Amérique du Nord.

SB : Quelle est leur perception du dispositif V.I.E ?

KG : Elle est globalement positive. D'après les verbatim recueillis, les PME y voient d'abord un moyen de repérer et de fidéliser des talents. Le dispositif leur permet aussi d'explorer de nouveaux marchés, même si l'impact sur le chiffre d'affaires n'est pas immédiat, d'exploiter des activités existantes et d'élargir leur périmètre géographique à l'international. Les critiques portent surtout sur le coût de certains services, le manque d'expérience du jeune diplômé, le risque d'échec et des difficultés de suivi.

SB : Vous vous êtes penchée aussi sur les jeunes PME à croissance rapide à l'international. Que nous apprennent-elles ?

KG : Nous avons étudié 122 jeunes PME à croissance rapide à l'international, ou international new ventures, qui s'internationalisent dès leur création ou dans les six ans qui suivent. L'objectif était de mesurer, avec une approche longitudinale, l'effet de l'intensité d'usage du V.I.E sur leur comportement à l'international : chiffre d'affaires export, extension géographique, rapport au risque.

Premier résultat : plus une entreprise recourt au V.I.E, plus sa présence à l'international s'étend. Ensuite, pour les entreprises déjà expérimentées à l'international, au-delà de trois ans, un usage intensif du dispositif augmente le chiffre d'affaires export ; l'expérience internationale et l'usage du V.I.E se renforcent donc mutuellement. Ces entreprises utilisent d'ailleurs davantage le V.I.E sur des pays où elles sont déjà présentes, dans une logique d'exploitation, plutôt que pour explorer de nouveaux marchés. À l'inverse, les entreprises moins expérimentées, moins de trois ans à l'international, voient leur chiffre d'affaires export diminuer à mesure qu'elles multiplient les V.I.E : utilisé trop tôt et en trop grand nombre, le dispositif produit un effet négatif.