

## EDITO DU PRESIDENT

Je rappelle souvent que notre Club n'est en aucun cas un syndicat professionnel mais un « think tank à la française » autrement dit un laboratoire d'idées au service des TPE et PME.

A la suite de la brillante intervention de **Monsieur le Ministre Jean-Pierre FOURCADE, Sénateur des Hauts de Seine**, à notre dernier dîner au Sénat de sur la politique financière de notre Gouvernement et au cours duquel nous avons abordé le financement des PME, j'ai décidé de consacrer mon édito à la présentation d'une étude que nous avons faite sur la nature des difficultés financières rencontrées par les TPE et PME et en particulier celles qui sont adhérentes de notre Club quel que soit leur secteur d'activité et le degré technologique de ces entreprises. Cette étude a été animée par notre ami **Patrick BAUMANN, professeur à Polytechnique** dont la compétence est unanimement reconnue en la matière.

Nous ne donnons évidemment, qu'une vue partielle des problèmes de financement des TPE / PMI / PME. Il a été fait également appel aux portefeuilles clients, et à l'expérience d'intervenants extérieurs opérant dans cette tranche bien spécifique des entreprises industrielles ou de services liés.

### NATURE DES DIFFICULTES RENCONTRÉES :

Les petites entreprises par leur taille souffrent toujours de la crise économique même si les dépôts de bilan ont reculé, 5910 défaillances au cours du dernier trimestre contre 7000 à la même période de 2009. Ce recul des défaillances est uniquement lié à la légère diminution des dépôts de bilan des grandes entreprises.

La cause de vulnérabilité la plus grande demeure comme par le passé, la baisse du CA qui atteint plus particulièrement les entreprises sous-traitantes, les co-traitants dans des secteurs tel que, la mécanique, l'automobile, le textile l'habillement, le bâtiment, etc ...

A l'examen des dossiers de ces sociétés, et après analyse de leur situation le seul reproche que l'on pourrait faire à certains de ces dirigeants de métiers souvent traditionnels est de ne pas avoir créé et lancé des produits propres, c'est par exemple le cas des 150 entreprises « façonniers » qui travaillent quasi exclusivement pour la Haute Couture, et détiennent un savoir faire unique au plan technique.

Cette démarche au niveau de l'industrie exige de gros moyens financiers qu'ils n'ont pas en propre, et ne trouvent pas au niveau de leur banque ainsi, qu'au changement de mentalité et d'habitudes que tous les chefs d'entreprises ne peuvent pas effectuer.

Les grandes entreprises sans pour autant généraliser ont tendance depuis le recrutement « d'acheteurs » souvent issus de l'industrie agro-alimentaire et des GMS soit à rapatrier une partie des ensembles, sous ensembles, pièces sous-traitées, soit à les faire fabriquer dans des pays de l'Union Européenne dont les coûts de main d'œuvre sont inférieurs aux nôtres (Tchécoslovaquie, Roumanie, Bulgarie, etc ...)

### LES DIFFICULTÉS RENCONTRÉES AVEC LES BANQUES :

On constate que ce sont souvent des chefs d'agence nouvellement nommés qui prennent ces mesures, attachés plus à l'observation stricte des règles internes, qu'à la valeur du dirigeant et à l'avenir à moyen terme de l'entreprise.

La recherche d'une nouvelle banque qui accepte de se substituer à la banque défaillante est une opération délicate rarement couronnée de succès.

La médiation du crédit dirigée par Monsieur René RICOLL mis en place au cours de la crise économique en 2009 et 2010 a souvent débloqué efficacement la situation d'entreprises de toutes tailles en difficulté avec leur banque qui supprime des concours bancaires sans justificatifs réels, soit refuse les demandes de prêts indispensables à leur développement.

A la date de notre intervention, on observe une évolution dans la nature des difficultés rencontrées, 20 à 30 % des dossiers concernent désormais des sociétés qui n'arrivent pas à financer leurs projets de développement.

Nous observons au Small Business que les entreprises PMI / PME traditionnelles par le métier ont du mal à redémarrer et à financer les investissements nécessaires. L'industrie à l'exception de quelques secteurs tel que l'agro-alimentaire, la santé, etc ...est au niveau de celui de l'année 1997.

Les entreprises les plus touchées sont les plus petites employant de 10 à 50 salariés qui n'ont pas de réserves. Ces entreprises, outre le fait d'employer de nombreux salariés à l'échelle nationale, permet à la France de limiter l'achat de produits étrangers et de déséquilibrer la balance commerciale du commerce extérieur. Malheureusement ces sociétés n'intéressent pas la majorité des banques ni même OSEO.

Les pouvoirs publics oublient trop que la majorité des TPE / PMI / PME n'ont pas accès au marché financier, et ne peuvent émettre des obligations comme le fait EDF sur près de 30 ans.

Pour sécuriser leur financement du fait des taux bas, les grandes sociétés rééchelonnent actuellement leurs dettes à 30 ans par exemple TOTAL à un taux de 3,20%.

### **QUELLES SONT LES RAISONS QUI EXPLIQUENT L'ATTITUDE DES BANQUES :**

Tout milite pour que les grandes banques de réseau tiennent le haut du pavé et ne s'intéressent pas au monde spécifique des PMI / PME.

On constate au niveau des tribunaux de commerce que les défaillances des petites sociétés sont plus importantes qu'avant la crise économique.

Le personnel baptisé souvent abusivement conseil n'est pas formé à l'analyse du risque, inexistant chez les moins de 50 ans. Ce personnel a une mauvaise connaissance de l'économie et de l'industrie.

Les critères de sélection ne sont pas adaptés aux petites entreprises, de surcroît certains secteurs ont une mauvaise image : textile, habillement, maroquinerie, imprimerie, brochage, etc ...

L'étude du dossier se limite en général à utiliser un logiciel standard créé à partir de moyennes issues de la centrale des bilans de la Banque de France, on peut se poser la question de savoir, à titre d'exemple, quels sont les points communs dans la mécanique et la chaudronnerie entre une société qui fabrique des réservoirs pour AIRBUS INDUSTRIES, et celle qui réalise des pièces pour les cuisinières ROSIERE.

Les banques qui aujourd'hui fonctionnent avec des effets de levier pour elles-mêmes de 20 % refusent à leurs clients des dettes supérieures à 2 ou 3 fois leurs fonds propres.

Il nous paraîtrait normal de durcir les fonds propres des banques de réseau et de diminuer leur effet de levier et de ramener leur rentabilité à la moyenne de l'économie réelle.

Les grandes banques poussent les équipes au court terme et ne les amènent pas à l'autonomie, à la prise de risque limitée.

A l'inverse, la Caisse des Dépôts et Consignation a fait de l'investissement à long terme son mot d'ordre.

Les dossiers de demandes de prêts des TPE / PME / PMI sont jugés peu rémunérateur, risqués par opposition à l'immobilier des particuliers, y compris par OSEO qui a une attitude élitiste. Les entreprises notées en catégorie de « haut rendement » sont soutenues en priorité, et souvent au détriment des autres sociétés.

Les besoins des banques en fonds propres additionnels liés à BALE 3.

## PROPOSITIONS :

Nous proposons tout d'abord de corriger les défauts énoncés ci-dessus.

De créer et de mettre en place des prêts participatifs sous une forme simplifiée pour répondre aux besoins de toutes les petites ou moyennes entreprises qui n'ont pas les moyens de faire face à leur développement avec leurs seuls fonds propres insuffisants. Les PPS par leur procédure allégée, leur rapidité d'attribution constituaient du temps du CRÉDIT D'ÉQUIPEMENT DES PME sous l'autorité de la CAISSE DES DÉPÔTS ET CONSIGNATION un soutien efficace et apprécié des dirigeants.

Face aux besoins de liquidités importantes des PMI/PME, et à la faiblesse de leur actionariat, nous proposons de renforcer leurs fonds propres à long terme (au minimum 10 années) en ouvrant leur capital à un organisme qui dépendrait de la Caisse des Dépôts et Consignation en lui donnant la possibilité de collecter de l'argent auprès des personnes physiques à un taux de rémunérateur ou avec un avantage fiscal comme pour le livret A. Pour répondre aux besoins en logements sociaux, il a été créé le livret A des Caisses d'Épargne, nous proposons la création d'un **livret spécifique au profit des entreprises TPE PMI / PME**, qu'il faut non seulement encourager mais développer pour lutter contre le chômage qui ne diminue pas. Toutes les études montrent que « l'action » « ou « la part » est le plus souvent l'un des meilleurs investissements sur la durée au-delà de 10 ans même après la crise économique que nous subissons. L'une des conséquences de ce renforcement du capital social des PMI / PME permettrait d'éviter le rachat des « entreprises moyennes » les meilleures par des sociétés étrangères qui, après un délai de convenance, délocalisent la production, laissant en France une simple structure de distribution et un personnel réduit.

L'objectif serait de renforcer la structure financière des TPE / PMI / PME pour réaliser un programme d'investissements, quel que soient le secteur d'activité ou la forme juridique de l'entreprise.

Une priorité dans l'attribution des prêts participatifs simplifiés pourrait être accordée aux **entreprises industrielles ou de services liés, notamment celles qui seraient valorisées par des regroupements sous forme d'alliances ou d'accords de coopération industrielle.**

L'alliance ou la coopération industrielle va permettre de réunir plusieurs entreprises pour qu'elles soient plus fortes, et complémentaires l'une par rapport à l'autre, par exemple une imprimerie et un brocheur ou d'entreprises du même secteur d'activité pour vaincre ensemble des difficultés exacerbées par la crise. Nous proposons à titre illustratif, de « regrouper » les 150 « façonniers » de la Haute Couture en plusieurs sous ensembles pour obtenir de meilleurs conditions bancaires.

Le Club du Small Business veut aussi encourager un certain nombre de « savoir faire » régionaux en s'appuyant sur l'industrie touristique qui est « la première industrie de France »

La durée du prêt serait dans l'idéal une douzaine d'années et pourrait être assortie d'un différé initial d'amortissement de capital de 3 ans.

Dans le passé, l'ouverture d'esprit des collaborateurs du CEPME a permis non seulement de conforter des entreprises fragiles mais surtout de répondre rapidement et simplement aux opportunités de développement des entreprises TPE / PME.

Jean-Marie BOUCHER

\*\*\*\*\*

**Toute l'équipe du Club du Small Business vous souhaite de bonnes fêtes de fin d'année.**

**VIVE LES PME ET BONNE ROUTE POUR 2011 !**

\*\*\*\*\*

Nous attirons votre attention sur les propositions que nous vous avons faites concernant votre protection sociale. Des hausses substantielles vont intervenir au niveau des mutuelles. Avant la fin de l'année, n'hésitez pas à vous informer auprès de nos spécialistes du cabinet de Clarens. Informations gratuites auprès de monsieur Thierry Mi-geon - Tél. : 01 44 13 13 75 .

## LES ENTREPRISES FAMILIALES : BASE DU CAPITALISME DURABLE

« Les entreprises familiales réalisent en Bourse des performances supérieures au marché. » titre La Tribune du 17 novembre dernier, en prenant comme référence les résultats des sociétés patrimoniales du SBF 250, depuis le 1er janvier 2010. Ce constat est le même depuis plus de 20 ans dans l'ensemble des pays « industrialisés » ou émergents. Toutes les études internationales le confirment, en particulier, les indices du Crédit Suisse et celui d'ODDO (banque familiale créée en 1849) qui ont montré que les actions soumises à une influence familiale ont « sur-performé » en moyenne de 8 % par an depuis plus de 10 ans.

Longtemps considéré comme ringard, le capitalisme familial tient sa revanche. On le célèbre dans le monde entier, en découvrant ses vertus et son universalisme. De Berlin à Santiago du Chili, en passant par Bangalore, Abou Dhabi, Istanbul, Saint-Pétersbourg, Rabat et Le Cap, on découvre que l'entreprise familiale est le modèle dominant efficace et « humain » quelque soit les cultures et les particularismes ce qui ne veut pas dire qu'elles fonctionnent à l'identique. En Chine, par exemple, les moeurs l'emportent sur les lois et « limitent » la valeur des contrats, ce qui ne les empêchent pas de proliférer, là où elles ont été inventées (\*). L'entreprise familiale représente, selon les pays de 70 à 90 % des entreprises actives dans l'économie.

Il ne s'agit pas de les idéaliser, elles sont humaines avec tous défauts que cela comporte et spécialement leurs problèmes de transmission. Mais leur fonctionnement, leurs résultats, leur méfiance vis-à-vis de l'endettement, leur volonté de maintenir leurs emplois en période de crise, en font un modèle alternatif en termes de développement durable. Celui-ci est trop souvent réduit au respect de l'environnement, alors que sa définition repose sur trois piliers, écologique certes, mais économique aussi (développement « viable » et « durable »), et social (développement « équitable » et « vivable »).

Le propos prêté à Antoine de Saint-Exupéry: « Nous n'héritons pas de la Terre de nos ancêtres, nous l'empruntons à nos enfants », souvent cité à propos de développement durable à une traduction évidente pour le chef d'entreprise familiale soucieux de pérenniser et transmettre sa société au point, souvent, de ne pas rémunérer son capital voire de ne pas se rémunérer lui-même. Ce cas de figure peut sembler utopiste, des milliers de chefs d'entreprise l'ont expérimenté au plus fort de la crise pour « passer le cap » (ce fut le cas pour des dizaines de chefs d'entreprises mécaniques, souvent des TPE, de la vallée de l'Arve dans l'hiver 2008-2009).

### L'ENTREPRISE FAMILIALE SE FOCALISE SUR LE METIER, L'INTERET A LONG TERME DE L'ACTIONNAIRE ET LE BON SENS

Les équipes de recherche de Crédit Suisse Private Banking ont mené à l'enquête ont avec l'Insead, examiné un échantillon d'entreprises sous forte influence familiale, en le comparant à un échantillon d'entreprises anonymes d'une valeur supérieure à 1 Milliard de dollars.

Le constat est sans appel : Les entreprises familiales surclassent les autres dans tous les secteurs d'activité. Selon l'étude, trois facteurs concourent à cette meilleure performance : un management axé sur le long terme, une meilleure adéquation entre les intérêts de la direction et ceux des actionnaires, et une concentration sur les métiers de base. Constat valable pour les grandes entreprises comme pour les petites.

L'orientation sur le long terme est illustrée par l'exemple de Toyota, entreprise familiale, qui a su miser dès la fin des années 1980 sur la technologie des moteurs hybrides. En lançant la première voiture hybride, la Prius, en 1997, Toyota a pris une avance considérable sur l'ensemble de ses concurrents, tel GM. Si l'on considère les TPE familiales, on retrouve la même préoccupation, consciente la plupart du temps, celle de transmettre à un membre de la famille l'entreprise créée ou héritée. En clair, la survie de l'entreprise, l'anticipation du long terme l'emporte nettement sur les profits à court terme. Nous sommes à l'opposé du système de valeur des grandes entreprises côtés dont le dirigeant salarié n'ignore pas que son « espérance de vie » moyenne à la tête de 4 à 5 ans et qui, c'est humain, va surpondérer ses résultats à court terme.

Dans une entreprise familiale, le management de la société est surveillé de près, parce que chaque décision, bonne ou mauvaise, se traduit directement dans l'enrichissement ou l'appauvrissement de la famille. Contrairement aux entreprises dominées par le management, où les objectifs sont dilués et les prises de décision éclatées en plusieurs pôles de pouvoir.

La focalisation sur le métier de base est aussi une de ses forces. Autre caractéristique des entreprises familiales : elles sont souvent, mais pas toujours, plus jeunes, en tout cas, plus petites et plus rentables. La jeunesse s'explique par le renouvellement de ces entreprises. La plus petite taille provient de la volonté de rester concentré sur un petit nombre de métiers.

Quant à la rentabilité, l'explication vient du fait que les salaires moyens versés sont plus bas dans les entreprises familiales, en contrepartie d'une forte valorisation du travail et de la loyauté. La forte personnalité des « petits patrons » comme celle des « tycoons » est aussi un facteur de fidélisation.

Le capitalisme a favorisé entre 1980 et aujourd'hui les actionnaires, qui se sont octroyé une grande part de la création de valeur. Entrons nous dans une nouvelle période, marquée par le retour des entrepreneurs, grands ou petits, aux industriels préférés aux financiers, la question est sur la table ?

Les marchés boursiers valorisent fortement les entreprises familiales: Hermès, la plus prestigieuse des marques de luxe, en est l'exemple le plus médiatisé; Jean-Louis Dumas a multiplié le chiffre d'affaires par 40 en moins de 30 ans, en restant fidèle à tous les principes de l'artisanat d'art. C'est ce capitalisme qui redonne la main aux entrepreneurs, humanise et vivifie l'espoir d'une nouvelle économie d'entreprises.

L'exemple de Bouygues est caractéristique: En 2001, son PDG, Martin Bouygues, choisit de ne pas se porter candidat à une licence UMTS estimant son prix exorbitant. Les dirigeants de France Télécom, aux capitaux publics, n'avaient pas hésité à engager la société sur un tarif colossal, de même que Vivendi à une époque où la direction multipliait les investissements. Cela n'a pas empêché Bouygues Télécom de bâtir une position importante sur le marché français... Et peu de temps après, la possibilité d'acheter une licence à un tarif plus raisonnable a démontré qu'il avait eu raison d'être prudent.

### **BEUCOUP D'ENTREPRISES (FAMILIALES) FRANÇAISES SONT CHAMPIONNES EUROPEENNES OU MONDIALES MAIS ELLES SONT DEUX FOIS MOINS NOMBREUSES QU'EN ALLEMAGNE**

Les familles qui dirigent des entreprises leaders sont nombreuses et souvent moins connues que la marque de leurs entreprises. Les Durand sont à la tête d'Arc international (cristerie d'Arques, leader mondial des verres de table, les Besnier, numéro 1 mondial du fromage avec Lactalis, les Hamelin, n°1 de la papeterie en Europe (marque Canson et Oxford), Les Roux, numéro 1 des bateaux à voile (Beneteau, Jeanneau), Lesaffre, n°1 mondial de la levure, Lescure, n°1 mondial du petit électroménager, la liste (loin d'être exhaustive) est longue et montre la richesse des créations d'entreprises françaises performantes. Elle serait beaucoup plus longue, si nombre d'entre elles n'avaient été rachetées, faute de soutiens financiers, par des grands groupes, français ou étrangers.

On se félicite souvent du montant des investissements étrangers en France; il faut s'en réjouir, mais noter qu'une partie notable a financé le rachat de PME innovantes. Nous avons cité un certain nombre d'entreprises connues de grandes tailles, il serait injuste de ne pas mentionner les TPE familiales qui représentent 94 % des entreprises de notre pays et la majorité des adhérents de notre Club du Small Business. Leur taille ne les empêche pas de partager les mêmes valeurs, la même préoccupation d'être proches de leurs clients et fournisseurs, la même capacité d'excellence.

Nos entreprises familiales (comme les autres) se porteraient mieux si elles ne supportaient pas le poids d'une « fiscalité directe sur les entreprises (est) en moyenne supérieure à 5 points à ce qu'elle est chez nos voisins européens ! », la formule a pour auteur François Fillon (discours de politique générale du 24 novembre). Yvon Jacob soulignait « la dégradation de la compétitivité de l'industrie française. Si nous avons gardé la même position qu'il y a dix ans, nous aurions enregistré, l'an dernier, 100 milliards d'euros de plus de ventes, et cela aurait rapporté de 30 à 40 milliards de plus à l'Etat. » Accessoirement, en laissant disparaître un millions d'entreprise en moins de vingt ans, nous détenons un record européen. Les champions de la biodiversité feraient bien de se préoccuper d'une espèce en voie d'attrition: les PME françaises.

Les financements à long terme sont quasiment introuvables en dehors de l'appel au marché, note pour sa part Yvon Gattaz, chacun d'entre nous en a fait l'expérience. Il appelait de ses vœux, « le rétablissement des prêts bonifiés, des prêts participatifs, ainsi qu'une meilleure canalisation de l'épargne des Français vers l'industrie. » A juste titre, le gouvernement veut faire grossir les PME. Pour l'essentiel des entreprises familiales, les ETI (entreprises à taille humaine) sont des entreprises entre 250 et 5 000 salariés, et entre 43 millions et 1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires. Une grosse partie de notre déficit commercial s'explique par le manque de sociétés de cette taille. Ernst & Young en recense 5153, deux fois moins qu'en Allemagne (dont 2000 champions mondiaux...) et au Royaume-Uni. Pour Bercy, moins de 1 000 sur les 5000 répertoriées seraient vraiment indépendantes des grands groupes. Nicolas Sarkozy a fixé des objectifs ambitieux, d'ici à 2012, créer 2 000 entreprises de plus de 500 salariés. Beaucoup a été fait pour les PME. Mais si nous voulons faire grossir nos PME, pour en faire des «ETI», chères, à juste titre à Yvon Gattaz, il faut aussi réhabiliter l'entreprise familiale, matrice de toutes les réussites, petites et grandes.

Gilbert PENA

## Pour un logo « Entreprises familiales » qui compléterait le «made in France»

Yves Jégo, député UMP de Seine-et-Marne, a proposé dans un rapport intitulé « *En finir avec la mondialisation anonyme, La traçabilité au service des consommateurs* », remis le 6 mai 2010, au président de la République d'imposer le marquage de l'origine nationale sur tous les produits mis en vente dans l'Union européenne, afin d'«en finir avec la mondialisation anonyme»

Il avance l'idée de créer un label, qui ferait l'objet d'une certification et de contrôles par un ou des organismes agréés, destiné à valoriser les produits d'origine française. Sa principale proposition : élaborer un « made in » facultatif à trois étoiles et mettre fin à l'interprétation au cas par cas de la DGCCRF.

L'objectif de ce « made in » à étoiles est de différencier les produits en fonction de leur degré de fabrication française, c'est-à-dire leur impact économique et social plus ou moins fort sur le territoire national. Un texte législatif national est souhaitable pour valoriser un marquage facultatif de l'origine nationale qui soit plus fiable et plus informatif pour le consommateur.

Ce « made in » à étoiles serait évidemment facultatif et pourrait bénéficier sans exclusive à tous les produits mis en vente en France respectant les conditions d'attribution. Les critères d'attribution des étoiles doivent faire l'objet de discussions approfondies avec les acteurs concernés. La valeur ajoutée, qui est l'un des critères de détermination de l'origine prévus par le code des douanes communautaire, semble être un critère approprié à une labellisation marquée par la progressivité. Les seuils devraient bien évidemment être adaptés aux grandes catégories de produits. Le seuil de 45% ne s'applique pas en effet à tous les biens.

À titre d'exemple, les seuils étant à ce stade arbitraires, le critère de la valeur ajoutée pourrait être utilisé de la façon suivante pour l'attribution des étoiles : Entre 45% et 60% de valeur ajoutée : « Made in France » simple ; Entre 60 et 75% de valeur ajoutée : « Made in France » 1 étoile ; Entre 75 et 90% de valeur ajoutée : « Made in France » 2 étoiles ; Au-dessus de 90% de valeur ajoutée : « Made in France » 3 étoiles.

Une autre option pourrait être ouverte pour les produits auxquels il est difficile d'appliquer le critère de la valeur ajoutée. L'attribution des étoiles pourrait par exemple être effectuée en fonction du nombre d'étapes du processus de fabrication réalisé dans le pays d'origine pour les textiles (cf. exemple du système de points attribués à chaque étape du processus de fabrication proposé par le Syndicat des Textiles de l'Est pour un label régional). Il s'agirait là d'un système proche de celui mis en place en Italie par la loi Reguzzoni-Versace du 17 mars 2010.

S'agissant d'un label, il sera aisé à contrôler, dès lors que l'entreprise qui le demandera pour un produit devra apporter les preuves du respect des critères d'attribution aux administrations ou aux organismes qui assureront ce contrôle.

Le projet d'un nouveau label a pour objectif de donner un sens concret aux valeurs qualitatives associées à la Marque France, tant sur le territoire national que sur le marché européen et les marchés tiers. Il pourrait être attribué à une entreprise, à un produit ou à un service.

Il s'agit là d'un enjeu majeur, non seulement pour le consommateur, mais aussi pour la définition et la promotion de la « marque France » : faire rimer France avec transparence, permettre à notre pays de jouer un rôle pionnier par une labellisation volontaire, très qualifiante et porteuse de sens à l'intérieur comme hors de nos frontières.

### **Pourquoi pas un logo « Entreprise Familiale de France », (EFF) ?**

Pourquoi un logo de plus ? Il serait une garantie supplémentaire de maîtrise de savoir-faire sur le territoire national et d'une volonté, parfaitement démontrée par toutes les études et rapports, de conserver au maximum les emplois français sur le territoire.

En effet, une entreprise familiale française offre une garantie que n'offre pas forcément une entreprise installée sur le territoire, mais filiale d'un groupe international. Certes, il faudrait valider ce projet par rapport au droit communautaire (la loi italienne sur le marquage d'origine et le « made in Italy » se heurte à l'opposition des Etats du nord de l'Europe, ce qui ne l'a pas empêché d'être votée par les parlementaires italiens).

Il faudra, très rapidement, que l'Union européenne se préoccupe plus de sauver les entreprises et les emplois européens que les principes absurdes d'un ultralibéralisme idéologique- qui n'est pas le libéralisme des pères fondateurs - qu'elle seule revendique. Il en va de la survie de nos économies et de sa propre survie).

Nous proposons de réfléchir, ensemble, en associant les membres du Club du Small Business à un logo complémentaire qui pourrait être le suivant « Entreprises familiales françaises », en abréviation « EFF » qui compléterait les logos proposés par Yves Jégo.

Soulignons que sur ces questions, le consensus des Français est une réalité qui transcende toutes les sensibilités politiques et philosophiques, le Français souhaite garder leurs entreprises, leurs savoir-faire et les emplois correspondant en France.