



## **Prestations scientifiques en appui aux exportations**

### **1. Réaliser un environnement intellectuel**

Il est devenu difficile, aujourd'hui, de vendre un produit de haute technologie en se limitant au produit lui-même. L'acheteur veut, la plupart du temps, soit un transfert de technologie (comprendre comment marche ce qu'il achète), soit des aides à l'exploitation (formation, maintenance, etc.), soit les deux, bien sûr.

Dans le premier cas, il faut être vigilant quant à ce que l'on transfère : il faut savoir conserver un "gap technologique" avec le pays ou l'organisme acheteur, tout en lui permettant d'accroître ses compétences.

Une prestation scientifique, en appui à un programme d'exportations, se traduira concrètement par la mise en place d'enseignements spécialisés, d'échanges avec des laboratoires français, par l'accueil en France d'étudiants, de thésards, de chercheurs ou ingénieurs étrangers qui, à terme, vont devenir prescripteurs de nos technologies.

La prestation peut aussi concerner des aides à l'exploitation : plans de maintenance, de logistique, des aides à la définition des stocks, des écoles de conduite ou de pilotage, des aides à la préparation de missions (avions, hélicoptères), des logiciels d'exploitation (pour les trains), des méthodes de mesure (pour le nucléaire), etc.

Il faut ici comprendre que l'on ne vend plus un produit, mais un service, et que ce service a des composantes intellectuelles.

Même sur un sujet sensible, pour lequel la concurrence est évidente, des collaborations scientifiques restent possibles. Par exemple, dans le domaine du nucléaire :

- L'action sur l'environnement ;
- Les bases de données en épidémiologie.

Sur de tels sujets, la SCM a vocation à :

- définir le contenu des formations qui sont proposées ;
- aider au choix des partenaires (laboratoires universitaires, etc.) ;
- participer à la rédaction de l'offre globale.

Nous pouvons également, lorsqu'il s'agit de pays ayant développé des compétences scientifiques (typiquement : les pays de l'Est) participer à une évaluation de ces compétences : évaluer les travaux ou les publications de certains laboratoires, avant de nouer avec eux des liens de coopération.

## **2. Améliorer la compétitivité**

De manière générale, nous considérons que la recherche a vocation à :

- améliorer la qualité des produits fabriqués ;
- en réduire le coût.

Ceci, bien entendu, peut être considéré comme un argument commercial. La SCM peut par exemple définir des tests de fiabilité ou de robustesse portant sur un produit ; si ces tests s'avèrent satisfaisants, c'est un argument que le fabricant peut utiliser. De même, l'amélioration de la fiabilité d'une année sur l'autre aura un impact sur les ventes.

Contact :

assistante@scmsa.eu  
+ 33 1 42 89 10 89