ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Politique et reglementation

Question écrite n° 1656

Texte de la question

M. Leonce Deprez demande a M. le ministre de l'industrie, des postes et telecommunications et du commerce exterieur de lui preciser l'etat actuel de fonctionnement de la commission d'agrement des actions d'information gouvernementale en direction de l'etranger, mise en place en avril 1991, dont l'action particulierement ephemere a ete deploree dans un recent rapport du Conseil economique et social sur « l'image de la France a l'etranger et ses consequences economiques ».

Texte de la réponse

Cree en mai 1989, le comite pour l'image de la France avait pour mission de promouvoir et de coordonner les actions en faveur de l'image scientifique et industrielle de la France. M. Maisonrouge, president de cet organisme, ayant demissionne le 1er mars 1991, le Gouvernement n'a pas donne suite a cette initiative. Neanmoins, soucieux de valoriser la notoriete et la bonne image du potentiel industriel, technologique et culturel francais sur les marches exterieurs, le Gouvernement a institue, le 11 avril 1991, une commission d'agrement relative a l'image de la France a l'etranger, placee sous la presidence du directeur du cabinet du Premier ministre, chargee de selectionner et de coordonner les operations de communication visant a promouvoir l'image de la France dans le monde. Diverses operations sont, en effet, d'ores et deja menees a cette fin ; plus fondamentalement il est clair que, s'agissant du commerce exterieur, la promotion des produits francais et de l'image technologique de la France releve de ce qui est l'activite meme d'organismes tels que le CFCE (centre francais du commerce exterieur), le CFME ou l'ACTIM et, bien evidemment, des entreprises elles-memes. Cela etant, compte tenu de l'importance de cette approche en termes « d'image » notamment sur certains marches, il importe de souligner l'existence de deux campagnes importantes de promotion de l'offre francaise menees directement sous l'egide du ministere charge du commerce exterieur. L'une, intitulee « Le Japon, c'est possible », a ete lancee en janvier 1992 et vise a developper sur le marche japonais, repute difficile, l'image et la reconnaissance de l'offre francaise. L'autre, qui s'intitule « Business France », a commence en fevrier 1993. Elle a pour objectif de modifier et developper aupres des decideurs americains l'image des produits et services francais afin d'augmenter leurs ventes aux Etats-Unis.

Données clés

Auteur : M. Deprez Léonce
Circonscription : - UDF
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 1656
Rubrique : Commerce exterieur
Ministère interrogé : industrie, postes et télécommunications et commerce extérieur
Ministère attributaire : industrie, postes et télécommunications et commerce extérieur

Date(s) clée(s)

Question publiée le : 31 mai 1993, page 1494
Réponse publiée le : 23 août 1993, page 2653