



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Politique et réglementation

Question écrite n° 2661

Texte de la question

M. Raymond Marcellin appelle l'attention de M. le ministre des affaires étrangères sur le rapport et l'avis relatif à « l'image de la France à l'étranger et ses conséquences économiques », adopté par le Conseil économique et social en avril dernier. Ce rapport rappelle que l'image de notre pays à l'étranger conditionne largement « à la fois nos performances à l'exportation et l'attractivité de notre territoire, c'est-à-dire la compétitivité globale de la France ». Or, l'inadéquation, constatée en 1984 par le CES, entre la perception de notre pays à l'étranger et la réalité économique, industrielle, technologique et financière française reste d'actualité. Ainsi, à cet égard, il est symptomatique de constater « que si notre culture et notre qualité de vie en France sont reconnues, nous ne tirons pas en terme d'image tous les bénéfices de notre position de quatrième exportateur mondial ». En conséquence, il lui demande de bien vouloir lui indiquer quelles suites il entend donner aux propositions faites par le CES pour promouvoir l'image de la France à l'étranger.

Texte de la réponse

L'avis du Conseil économique et social du 17 juin 1984 et le rapport établi par M. Claude Legros en 1993 sur l'image de la France à l'étranger et ses conséquences économiques, soulignent fort opportunément le lien qui existe entre cette image et les performances de notre pays, en particulier à l'exportation. Ces travaux du Conseil économique et social constatent en effet le « déficit d'image » dont souffre notre pays, en particulier à l'égard de nos principaux concurrents ; ils notent que cette situation tient à une absence de politique véritablement structurée dans ce domaine. Cette double observation conduisait le Conseil économique et social dans le rapport Legros de 1993 à recommander l'adoption d'un certain nombre de mesures destinées à favoriser cet effort de promotion, même s'il reconnaît que cette possibilité relève aussi des opérateurs privés. Conscients de cet impératif, les pouvoirs publics s'emploient, depuis une dizaine d'années à donner de la France à l'étranger une image reflétant ses capacités et ses performances économiques, qui sont celles d'une véritable puissance technologique moderne, apte à se comparer à ses grands partenaires. Cet effort des pouvoirs publics a suivi trois orientations principales : la première consiste à renforcer davantage la place et le rôle qui reviennent logiquement au ministère des affaires étrangères dans l'effort d'ensemble de promotion de l'image de la France à l'étranger. Celui-ci dispose d'un réseau diplomatique de première importance et contrôle près des deux tiers des crédits consacrés à la promotion de l'image de la France. S'appuyant sur ce réseau, un certain nombre d'actions ont été engagées. On peut citer la publication du bimestriel Label France, destiné principalement aux dirigeants économiques et politiques des pays étrangers, ainsi que l'aide à l'exportation de la presse française. Cet effort est à relier à notre politique culturelle extérieure, dont l'action s'articule autour de quelques instruments tels que l'Agence pour l'enseignement du français à l'étranger (300 établissements sous tutelle), le réseau des centres culturels et instituts français (présents sur les cinq continents) et ainsi qu'une diffusion des médias audiovisuels, par le biais de TV 5, de Radio-France Internationale et de la SOFIRAD ; la seconde revient à utiliser au mieux les instruments existants, en recherchant une synergie entre les différents acteurs en matière économique. C'est ainsi que le réseau mondial de nos postes diplomatiques et consulaires, et notamment leurs services commerciaux, les postes d'Expansion économique (PEE), est mobilisé non seulement pour assurer sa

mission traditionnelle d'aide a nos entreprises sur les marches etrangers, mais egalement pour le soutien a l'image de la France. Les postes d'Expansion economique servent de relais a l'action du Centre francais du commerce exterieur (CFCE) et du Comite francais des manifestations economiques a l'etranger (CFME) ou de l'Agence pour la cooperation technique industrielle et economique (ACTIM). De meme, il a ete convenu de renforcer la coordination entre le reseau des PEE et les services exterieurs de la DATAR, qui ont pour tache d'attirer les investisseurs etrangers en France. La mobilisation de l'ensemble des moyens ainsi que l'approfondissement des synergies entre les differentes structures existantes constituent l'un des elements de reponse a l'imperatif de promotion de l'image de la France. Ce travail, qui s'inscrit dans la duree, s'accompagne d'une action destinee a mieux faire connaitre la France comme pays d'accueil pour les investissements internationaux. A cet egard, la DATAR est presente dans les grands pays industrialises d'ou proviennent les investissements etrangers en France. Parallelement, une mission a ete confiee en 1992 a un ambassadeur itinerant delegue aux investissements internationaux. Par son action, l'ambassadeur delegue s'emploie a sensibiliser les milieux d'affaires de nombreux pays aux possibilites d'investissement en France. La troisieme orientation porte sur le resserrement des priorites geographiques. De ce point de vue, l'accent est mis sur l'intensification de notre effort de presence sur les marches solvables. Dans cette perspective, les choix que le Comite francais des manifestations economiques a l'etranger (CFME) a retenu au cours des dernieres annees traduisent le souci d'une plus grande visibilite de l'offre et du potentiel technologiques francais en Asie du Sud-Est, ainsi que sur quelques grands marches porteurs (Mexique, Argentine...). Cet effort de selectivite vise a assurer une presence accrue sur des marches d'avenir et repond au souci d'une utilisation plus cillee des moyens (necessairement limites) dont l'Etat dispose pour promouvoir l'image de la France a l'etranger. Enfin, le souci de renforcer davantage et surtout d'ameliorer la coordination au niveau interministeriel des efforts entrepris pour promouvoir l'image de la France comme puissance commerciale, industrielle, agricole ou technologique vient de trouver tout recemment une traduction concrete supplementaire. A la demande du Premier ministre, une structure souple a ete mise en place fin 1993 aupres du Service d'information et de diffusion du Premier ministre. Cette structure reunit regulierement tous les responsables, dans differents ministeres, ayant en charge la promotion de l'image de la France.

Données clés

Auteur : [M. Marcellin Raymond](#)

Circonscription : - UDF

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 2661

Rubrique : Commerce exterieur

Ministère interrogé : affaires étrangères

Ministère attributaire : affaires étrangères

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 21 juin 1993, page 1671

Réponse publiée le : 9 mai 1994, page 2297