



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

affaires étrangères : services extérieurs

Question écrite n° 106713

Texte de la question

M. Francis Falala appelle l'attention de M. le ministre des affaires étrangères sur les propositions inscrites dans le rapport d'information sur les services de l'État à l'étranger présenté par MM. Eric Woerth et Jérôme Chartier. Parmi celles-ci, les auteurs proposent, en matière de rationalisation de l'organisation des réseaux, notamment de mener une stratégie d'ensemble pour que chaque institution du réseau économique concentre son action sur les domaines où elle dispose d'un avantage comparatif. Aussi, il souhaite connaître son sentiment et ses intentions relativement à cette proposition. - Question transmise à M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie.

Texte de la réponse

Chaque institution du réseau économique concentre son action dans le domaine où elle a un avantage comparatif : avec les grands groupes, les relations du réseau public sont anciennes, étroites et structurées (suivi et financement des grands contrats, contacts très réguliers avec les chefs d'entreprises et les équipes, tant en France qu'à l'étranger). Les dirigeants des filiales des entreprises à l'étranger sont présents à la section locale des conseillers du commerce extérieur ; quant aux petites et moyennes entreprises, une partie importante de l'activité du réseau lui est consacrée. Pour aider les PME à gagner des marchés à l'international, la ministre déléguée au commerce extérieur a lancé en 2005 le dispositif « Cap Export », un ensemble de mesures incitatives répondant aux besoins des PME (volontariat international en entreprise, crédit d'impôt export, exonérations fiscales, nouvelle garantie COFACE de préfinancements, assurance prospection de la COFACE, labellisation d'opérations collectives...). L'approche des petites et moyennes entreprises et leur connaissance des procédures publiques d'accompagnement va s'accroître rapidement, avec la signature par Ubifrance de partenariats agréés avec les organismes en région (agences des conseils régionaux, chambres de commerce) dans le but de diffuser l'offre du réseau public. Plus généralement, la force du réseau économique réside dans son maillage à l'international, bien réparti et évolutif. Elle est aussi dans le grand nombre de ses usagers, qui est en croissance régulière (12 000 en 2005, soit + 7 % par rapport à 2004) et dans sa capacité à attirer de nouveaux clients. Les campagnes nationales de communication lancées par Ubifrance qui ont vocation à mieux faire connaître le dispositif aux entreprises devraient renforcer la force du réseau. En comparaison, la présence internationale des autres partenaires est limitée : antennes de certains conseils régionaux à l'étranger ; seulement 20 % des chambres de commerce et d'industrie françaises à l'étranger font du soutien aux entreprises, ce qui représente 26 % de leur chiffre d'affaires ; peu de consultants ont enfin une taille suffisante. Aujourd'hui, l'État, à travers son établissement public Ubifrance, demeure le seul acteur public ou parapublic capable d'assurer partout dans le monde et dans des conditions de coût limité pour les petites et moyennes entreprises, un service d'appui aux exportateurs. En revanche, d'autres formules peuvent être expérimentées localement en fonction des moyens des autres acteurs. C'est le cas au Maroc dans le cadre de la convention déléguant à la chambre de commerce française locale une partie des services d'appui aux entreprises du réseau Ubifrance.

Données clés

Auteur : [M. Francis Falala](#)

Circonscription : Marne (1^{re} circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 106713

Rubrique : Ministères et secrétariats d'état

Ministère interrogé : affaires étrangères

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 10 octobre 2006, page 10471

Réponse publiée le : 16 janvier 2007, page 557