



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

exportations

Question écrite n° 89958

Texte de la question

M. Pierre Morel-A-L'Huissier attire l'attention de Mme la ministre déléguée au commerce extérieur sur les exportations de vins et de spiritueux français. Représentant 7,74 milliards d'euros en 2005, celles-ci progressent de 2,2 % par rapport à l'année précédente. Toutefois, en 2004, les exportations avaient reculé de 3,1 %. Dans ces conditions, bien que ce rebond des exportations en 2005 tombe à point nommé dans le difficile contexte économique que connaît actuellement le secteur vitivinicole, il n'en est pas moins avéré que les parts de marché perdues sont loin d'avoir été reconquises. Aussi, il lui demande de bien vouloir lui préciser les mesures de reconquête durable que le Gouvernement entend mettre en place ou accompagner en ce sens.

Texte de la réponse

Le ministre délégué au commerce extérieur se félicite de la progression de 2,2 % en valeur de nos exportations de vins et spiritueux en 2005, après deux années difficiles et six années de baisse consécutive. Elles se sont élevées à 7,7 milliards d'euros en 2005. La balance commerciale des vins et spiritueux reste un des points forts du commerce extérieur français, puisque l'excédent pour 2005 a été de 6,7 milliards d'euros, soit 86 % du solde de la balance commerciale agroalimentaire (7,7 milliards d'euros). Il s'agit d'ailleurs d'un des premiers excédents commerciaux de la France, derrière l'aéronautique et l'automobile, mais devant la parfumerie. Cela étant, le ministre délégué est conscient que la filière viticole française connaît une grave crise structurelle depuis plusieurs années et est loin d'avoir reconquis les parts de marché perdus, en particulier au Royaume-Uni et aux Etats-Unis. Il a bien pris la mesure des difficultés que connaissent actuellement les vins français confrontés à la concurrence des vins du Nouveau Monde et à une surproduction mondiale. Le dispositif d'aide à l'exportation relevant du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie intervient en complément de celui du ministère de l'agriculture et de la pêche qui a annoncé un « plan stratégique de développement pour les vins français », le 29 mars dernier. Ce plan prévoit notamment un volet export qui s'articule autour de deux axes principaux : renforcer l'image des vins français à l'étranger en développant en particulier une marque et un logo « France » et avoir des entreprises viticoles plus puissantes à l'international. A cette fin, une nouvelle procédure de soutien au développement international des entreprises viticoles, le comité d'appui aux stratégies export, a pour objectif de consolider des entreprises ayant déjà fait leurs preuves à l'export. Ce dispositif est instruit par l'Office national interprofessionnel des fruits, des légumes, des vins et de l'horticulture, et les aides sont attribuées par un comité national présidé par le ministère de l'agriculture et de la pêche, dans lequel les services du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie ont un siège. Au-delà de ce plan qui comporte des mesures conçues en fonction des problématiques du secteur viticole, les mesures de soutien au commerce extérieur mises en oeuvre par le ministère de l'économie, des finances et de l'industrie sont au bénéfice de l'ensemble des secteurs exportateurs, y compris du secteur viticole. Les mesures Cap export, que le ministre délégué au commerce extérieur a annoncées en octobre 2005, et qui sont toutes entrées en vigueur au 1er janvier 2006, s'adressent tout particulièrement aux petites et moyennes : entreprises, y compris celles du secteur viticole. Certaines constituent une incitation au recrutement de salariés export, d'autres encouragent les entreprises à se regrouper pour aborder les marchés d'exportation, et plusieurs d'entre elles sont susceptibles d'intéresser les membres de

la filière viticole : le crédit d'impôt prospection commerciale prévoit une aide fiscale en cas de recrutement d'un salarié dédié à l'exportation. Ce crédit d'impôt porte sur 50 % des dépenses de prospection engagées dans le monde entier sur une période de vingt-quatre mois à compter de la date de recrutement d'un salarié dédié à l'export. Il est plafonné à 40 000 euros par entreprise, et ce montant est doublé lorsque les entreprises se regroupent dans le cadre d'un groupement d'intérêt économique ou d'une association (type loi de 1901). Les dépenses prises en compte sont principalement des frais de déplacement et de séjour à l'étranger, des frais de participation à des salons professionnels, des dépenses d'adaptation et de traduction de brochures et de site internet. Afin d'encourager l'emploi des jeunes, les indemnités des volontaires internationaux en entreprises (VIE) font également partie des dépenses éligibles ; les traitements et salaires perçus par des personnes ayant leur domicile fiscal en France, et qui exercent leur activité dans la prospection de marchés extérieurs pendant plus de cent-vingt jours au cours d'une période de douze mois consécutifs dans un Etat autre que la France, sont exonérés d'impôt sur le revenu à raison de l'activité exercée à l'étranger. Cette mesure s'adresse aux salariés export, et son objectif est de les encourager à passer plus de temps à l'étranger ; la procédure de labellisation, gérée par Ubifrance, a été renforcée : sont désormais éligibles, en plus des pavillons France sur des foires et salons, les présentations de produits et savoir-faire, les rencontres d'acheteurs et de partenaires, et les promotions commerciales. Le taux de subvention peut atteindre 50 % pour les secteurs faisant l'objet d'un plan d'action sectoriel, ce qui est le cas du secteur agroalimentaire, puisque le ministre de l'agriculture et de la pêche et le ministre délégué au commerce extérieur ont lancé ce plan sectoriel le 30 mars dernier. Le comité de labellisation d'Ubifrance a décidé, le 14 juin 2005, de labelliser l'édition 2006 de Vinexpo-Asia-Pacific, qui se tiendra en mai prochain à Hong-Kong ; la procédure du volontariat international en entreprise, qui permet aux entreprises françaises de confier à un jeune, homme ou femme, jusqu'à vingt-huit ans, une mission professionnelle à l'étranger, a connu une forte progression dans le secteur des vins et spiritueux. Alors qu'en 2003, seulement 13 VIE étaient affectés dans les filiales étrangères de sept entreprises viticoles françaises, leur nombre a sensiblement augmenté à partir de 2004, grâce à l'assouplissement de la procédure du volontariat. Début 2006, 43 VIE sont affectés dans les filiales étrangères de 23 sociétés de vins et spiritueux. Il convient également d'attirer l'attention sur la procédure d'assurance-prospection, gérée par la COFACE pour le compte de l'Etat, qui permet de couvrir les PME (chiffre d'affaires inférieur à 150 millions d'euros) contre les risques d'échec de prospection à l'étranger et peut être assortie d'avances de trésorerie. Dans le cadre de Cap export, la part des dépenses prises en charge peut atteindre 80 % des budgets de prospection lorsque les démarches sont entreprises dans l'un des cinq pays pilotes (Chine, Etats-Unis, Inde, Japon et Russie). La filière viticole représente une part non négligeable de l'assurance-prospection, avec une part relative de 11 % des contrats de garantie. Le ministre délégué au commerce extérieur signale enfin deux autres procédures gérées par Ubifrance : le Sidex, qui permet l'invitation de décideurs étrangers, et une nouvelle procédure financée par le ministère des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et des professions libérales visant à encourager la création de groupements à l'exportation.

Données clés

Auteur : [M. Pierre Morel-A-L'Huissier](#)

Circonscription : Lozère (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 89958

Rubrique : Commerce extérieur

Ministère interrogé : commerce extérieur

Ministère attributaire : commerce extérieur

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 28 mars 2006, page 3227

Réponse publiée le : 16 mai 2006, page 5161