

LES DOSSIERS DE L'ASFE

PRÉSENCE ÉCONOMIQUE FRANÇAISE À L'ÉTRANGER

Nul ne peut nier la réalité de la mobilité internationale des biens, des capitaux et des hommes. L'évolution du monde, des sociétés nationales et des progrès techniques ne fait qu'accélérer ce phénomène. Les derniers chiffres de l'INSEE, selon lesquels il y avait en 2013 au moins 2,1 millions de Français à l'étranger, confirment que la France participe pleinement à cette évolution.

Si certains pensent encore que l'expatriation d'un cadre français ou un investissement direct à l'étranger sont des ressources perdues, il paraît plus pertinent d'y voir des atouts pour le rayonnement international de notre pays. L'existence d'une diaspora française importante à l'étranger est un facteur positif. La présence économique de la France à l'étranger et les expériences de nos compatriotes participent du développement de l'économie nationale.

Fort de ce constat, l'Etat a développé une véritable politique en la matière, dénommée «diplomatie économique» depuis 2012 et a mis en place des structures et des outils pour favoriser à la fois l'attractivité de notre territoire national et le développement des entreprises françaises à l'international.

Afin de mieux connaître cette problématique, l'ASFE vous propose un dossier structuré autour des six fiches.



*"Beaucoup considère le chef d'entreprise comme un homme à abattre, ou une vache à traire.
Peu le voit comme le cheval tirant la charrue"*

Winston CHURCHILL

Le saviez-vous ?

En 2014, la France était au 6e rang du classement des pays pour le Produit Intérieur Brut (PIB), principal indicateur de la richesse produite par un pays, derrière, dans l'ordre décroissant : les Etats-Unis, la Chine, le Japon, l'Allemagne et le Royaume-Uni. L'Union européenne prise dans son ensemble est le plus grand PIB mondial.

SOMMAIRE

Fiche n°1 (pages 3 à 5)

La diplomatie économique



Fiche n°2 (pages 6 et 7)

Business France



Fiche n°3 (pages 8 à 10)

Les Conseillers du commerce extérieur



Fiche n°4 (pages 11 et 12)

CCI France International (CCIFI)



Fiche n°5 (pages 13 et 14)

Les entrepreneurs français dans le monde en chiffres



Fiche n°6 (pages 12 à 14)

Plan d'action du gouvernement pour renforcer l'internationalisation des entreprises : objectifs 2017



LA DIPLOMATIE ÉCONOMIQUE

« Les entreprises ont retrouvé le chemin du Quai d'Orsay » Remy Rioux, secrétaire général adjoint du ministère en charge des affaires économiques, colloque Sénat, 9 juillet 2015.

Depuis 2012, Laurent Fabius, ministre des Affaires étrangères, a fait de la diplomatie économique une priorité forte de son action. Les nouveaux dispositifs destinés à la diplomatie économique française ont été présentés en avril 2013 lors des Rencontres Quai d'Orsay – Entreprises. Concrètement, cela s'est traduit par 4 réformes au sein du ministère des Affaires étrangères :

- La création d'une direction des entreprises et de l'économie internationale ;
- La nomination de « représentants spéciaux du ministre pour les relations économiques » ;
- La création d' « ambassadeurs pour les régions » ;
- L'action de diplomatie économique des consulats, avec notamment une nouvelle politique de visas.

En premier lieu, seront présentés les trois premiers outils qui concernent le développement des entreprises françaises à l'international et le dispositif d'aide à l'export. En second lieu, seront exposés les nouveaux programmes mis en place pour valoriser l'image des entreprises françaises à l'international.

SOUTENIR LES ENTREPRISES FRANÇAISES

Le développement des entreprises françaises à l'étranger, notamment des Petites et Moyennes Entreprises (PME) et des Entreprises de Taille Intermédiaires (ETI), est devenu un enjeu crucial pour la France qui fait figure de mauvais élève dans ce domaine par rapport à ses voisins européens.

Le Gouvernement est de plus en plus actif et a mis en place une stratégie collective de diplomatie économique avec ses partenaires.



Nombre d'entreprises exportatrices par pays

Création du « parcours export » pour faciliter l'internationalisation des PME françaises

Matthias Fekl, secrétaire d'Etat chargé du commerce extérieur, de la promotion du tourisme et des Français de l'étranger, a lancé le 1er forum des PME à l'international en mars dernier. Cet événement est destiné à répondre à un besoin de sensibilisation et de mobilisation des PME et des ETI. Des forums se déroulent dans 13 régions de France.

Structuration de filières industrielles

Des priorités géographiques et sectorielles ont été identifiées afin de pouvoir structurer l'offre commerciale à l'international : les PME et ETI françaises auront davantage de poids si elles avancent en conglomérat. Ainsi, six secteurs prioritaires ont été identifiés et des fédérateurs ont été désignés au sein de chacun (agro-alimentaire, santé, ville durable, nouvelles technologies de l'information et de la communication, tourisme, industries culturelles et créatives).

Création d'une nouvelle direction des entreprises

Créée le 1er mars 2013 au sein du MAE (devenu depuis le MAEDI), cette direction constitue le point d'entrée des entreprises dans le ministère, grands groupes comme PME. Elle s'assure également que leurs intérêts sont pris en compte à l'occasion des négociations susceptibles d'avoir un impact sur leurs activités.

Nomination de représentants spéciaux

14 représentants spéciaux ont été nommés pour développer les relations économiques avec quelques partenaires-clefs. Ces personnalités travaillent en étroite collaboration avec les ambassadeurs, les services du MAEDI et l'ensemble des acteurs privés et publics. Elles sont pour les entreprises un point d'entrée dans le pays et de puissants relais d'influence. Elles ont été choisies pour leurs compétences professionnelles, leur connaissance de la zone ou du pays et pour leur proximité politique avec le pouvoir actuel. Notons pour les plus connus : l'ex ministre de l'Intérieur Jean-Pierre Chevènement pour la Russie en 2012, la maire de Lille Martine Aubry pour la Chine en 2013 ou encore l'ancien président du parti communiste Robert Hue pour l'Afrique du Sud en 2015.

Développement du rôle des régions dans le processus

6 ambassadeurs de régions françaises ont été nommés pour faire le lien entre les régions et le MAEDI. Ils sont à même de faire connaître et de valoriser à l'étranger les « pépites » des territoires : les ETI et PME performantes à fort potentiel d'internationalisation, mais aussi les pôles de compétitivité, les filières d'excellence, etc.

L'Etat a aussi confié aux régions la mise en œuvre de Plans régionaux d'internationalisation des entreprises (PRIE) afin d'agir à l'échelon régional pour permettre une proximité avec les entreprises et le développement de stratégies de filières. Depuis la loi NOTRe (décentralisation) du 7 août 2015, le PRIE est devenu le SRDEII (schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation) : ce schéma doit être adopté avant fin 2016 dans chaque région.

Le Club des Entrepreneurs

Créé en 2007, le Club des Entrepreneurs du ministère des Affaires étrangères a pour objectif de permettre aux dirigeants d'entreprises françaises emblématiques de présenter leur stratégie internationale aux ambassadeurs étrangers en poste à Paris.

Le Conseil stratégique de l'export (CSE)

Créé en 2014, le CSE est composé de 17 membres et présidé par le secrétaire en charge du commerce extérieur et se réunit au moins 4 fois par an. Il a pour missions d'émettre des recommandations en vue de la préparation et de l'exécution du plan stratégique de l'agence Business France, et de renforcer la coordination des acteurs français de l'export ainsi que le lien avec les régions. Un rapport annuel est présenté au Parlement sur la stratégie française d'appui à l'internationalisation des entreprises.

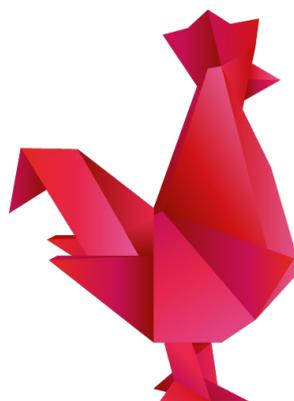
VALORISER LA MARQUE FRANCE

Depuis la prise de conscience de l'importance de la valorisation de la France et de ses entreprises à l'étranger, plusieurs programmes ont été développés pour créer une véritable « marque France » et mener des actions globales à l'international.

La French Tech

La **French Tech** est un programme piloté par le ministère en charge de l'Economie et du Numérique, créé pour renforcer l'attractivité de l'écosystème de start-up françaises, pour fédérer les acteurs et pour participer au rayonnement de la France à l'international grâce à des actions d'envergure et une campagne de communication commune réussie.

Une enveloppe de 15 M€ est spécialement dédiée au renforcement de l'attractivité de la French Tech. Des événements sont organisés à travers le monde pour promouvoir l'écosystème de start-up françaises et la grande capacité d'innovation des entrepreneurs français. Depuis 2015, plusieurs grandes métropoles mondiales ont reçu le Label French Tech (New York, Tel Aviv et Tokyo).



La
FRENCH
TECH



Cédric Villani, mathématicien français,
détouré de la médaille Fields en 2010

Créative France

Sur un principe un peu similaire, la nouvelle campagne « Créative France » vient d'être lancée par Manuel Valls lors de sa visite au Japon début octobre pour corriger le déficit d'image de la France à travers le monde. Confiée à l'agence Havas Paris avec l'appui de ses partenaires locaux et Havas Media International, la campagne Créative France repose sur un dispositif de communication puissant dans 10 pays sélectionnés pour leur potentiel de développement en matière d'échanges et d'investissements : Japon, États-Unis, Chine dont Hong Kong, Corée du Sud, Inde, Allemagne, Royaume-Uni, Brésil, Émirats Arabes Unis et Singapour. Grâce au soutien massif d'ADP, la campagne sera également massivement affichée en France à Orly et Roissy jusqu'à fin décembre. Elle est portée par des «égéries» dans tous les secteurs: gastronomie (la chef Hélène Darroze), design (le designer Philippe Starck), mathématiques (Cédric Villani), etc.

Evénements dédiés à la France

Divers événements sont organisés pour promouvoir le savoir-faire français à l'international et participent au rayonnement de la France, comme l'événement Best of France dont la première édition s'est déroulée en septembre à New York. 150 exposants de différents secteurs (tourisme, industrie, mode et beauté) ont pu faire la promotion de leurs produits et services sur Times Square pendant plusieurs jours, des divertissements culturels étaient également organisés sur le salon.

Un autre événement remarquable a été lancé cette année : « Goût de France » qui a rassemblé le 19 mars plus de 1000 chefs sur 5 continents pour célébrer la gastronomie française.



**BEST OF
FRANCE**

BUSINESS FRANCE

En février 2014, le Président de la République annonçait la fusion de l'Agence française pour les investissements internationaux (chargée du soutien au développement international des entreprises) et de l'agence Ubifrance (chargée du renforcement de l'attractivité du territoire), afin de réunir les activités de ces deux entités dans une seule et même structure : Business France.

Depuis le 1er janvier 2015, Business France est un établissement public « au service de l'internationalisation de l'économie française ». Il fonctionne sous la triple tutelle des ministres chargés de l'Economie, des Affaires étrangères et de l'Aménagement du territoire.



Business France a 4 missions principales :

- la prospection, l'information et l'accompagnement des investisseurs étrangers en France ;
- la promotion de l'attractivité et de l'image économique de la France, de ses entreprises et de ses territoires, afin d'une part d'attirer les investisseurs étrangers et d'autre part de valoriser les savoir-faire de nos entreprises et de nos territoires ;
- l'aide au développement international des PME et ETI et de leurs exportations ;
- la gestion et le développement du volontariat international en entreprises.

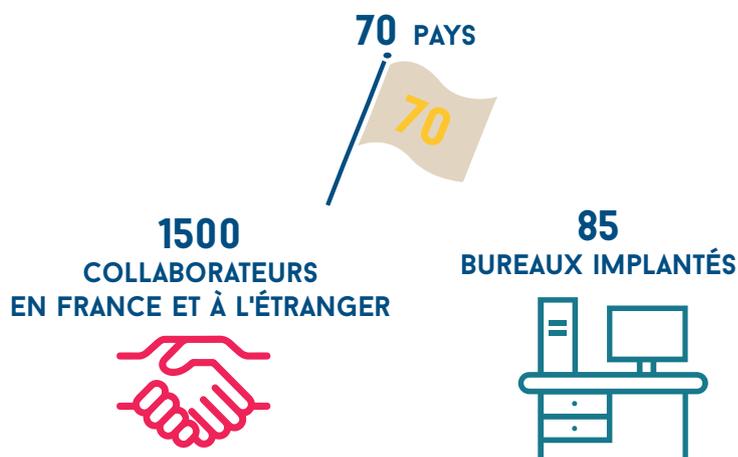
Intéresserons-nous à ces deux dernières missions réalisées hors du territoire national.

L'AIDE AU DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL DES PME ET ETI (ENTREPRISES DE TAILLE INTERMÉDIAIRE) ET DE LEURS EXPORTATIONS

Ces implantations sont les « portes d'entrée » des PME françaises sur chacun de leurs marchés, à qui elles proposent 3 types de services : le conseil (connaissance du marché local, de ses réglementations, des projets ou appels d'offres internationaux...), les contacts (identification et mise en relation avec les futurs clients ou partenaires de l'entreprise) et la communication (relations presse, promotion commerciale, publicité professionnelle...).

Ainsi, le Programme France Export répertorie, pays par pays, filière par filière, les événements à l'étranger recommandés par Business France et ses partenaires (CCIFI, etc).

Business France en quelques chiffres





LA GESTION ET LE DÉVELOPPEMENT DU VOLONTARIAT INTERNATIONAL EN ENTREPRISES (V.I.E)

C'est dans le cadre de son soutien aux entreprises françaises souhaitant s'internationaliser que la mission de gestion et de promotion des V.I.E, dévolue depuis le 1er janvier à Business France, prend tout son sens (voir fiche n°3, dossier ASF n°4 « La mobilité internationale (1/3) : l'expatriation des jeunes »).

En effet, en promouvant cette forme de volontariat auprès des entreprises qu'elle accompagne et en prenant en charge de A à Z la gestion administrative, juridique et sociale du volontaire, Business France propose une solution de Ressources Humaines livrée clef en mains, débarrassée de toute contrainte : le contrat est conclu directement entre Business France et le volontaire.

Business France propose même aux entreprises de pré-sélectionner pour eux les candidats remplissant le profil recherché.



LES CONSEILLERS DU COMMERCE EXTERIEUR

Le corps des Conseillers du commerce extérieur (CCE) est créé en 1898. Après la défaite de Napoléon III contre l'Allemagne, et alors que la France souhaite se replier sur elle-même, y compris sur le plan commercial, les pouvoirs publics créent l'Office national du commerce extérieur. Les CCE y sont rattachés, avec déjà pour mission de renforcer la place de la France à l'international.

Au cours de l'histoire, les CCE ont été associés à la création de la Banque nationale française pour le Commerce extérieur (1919), ou encore à la négociation du Traité CECA (1951) et même à celle du Traité de Rome (1957).

NOMINATION ET CRITÈRES POUR DEVENIR CCE

Les CCE sont nommés pour trois ans par décret du Premier ministre sur proposition du ministre chargé du Commerce extérieur, après s'être portés eux-mêmes candidats. Leur nomination n'est pas automatique et leur candidature est examinée par une commission interministérielle.

Parmi les critères à remplir, en plus de la nationalité française, il faut notamment justifier de 5 ans au moins d'activité et de pratique dans le domaine de l'économie internationale, avoir contribué au développement du commerce extérieur ou à la présence internationale de la France et occuper dans l'entreprise une position de responsabilité opérationnelle.

Une fois désignés, les CCE adhèrent au comité national des Conseillers du commerce extérieur de la France (CNCCE), association reconnue d'utilité publique actuellement présidée par Alain Bentéjac. Ce Comité rassemble l'ensemble des CCE et constitue le cadre dans lequel ils remplissent leur mission.

Il est possible de consulter l'annuaire des CCE à travers le monde en cliquant [ici](#).

PRÉSENCE DES CCE EN FRANCE ET À L'ÉTRANGER



Présents dans **146 PAYS**,
les CCE forment un réseau actif de plus de **4000 MEMBRES**

1300 EN FRANCE DANS 29 COMITÉS RÉGIONAUX ET DÉPARTEMENTAUX

2700 À L'ÉTRANGER DANS 110 SECTIONS

au service de la présence économique française dans le monde.

En France, les 1300 CCE mettent leur expérience des marchés internationaux au service des jeunes et des PME. Ils sont aussi les interlocuteurs et partenaires privilégiés des instances locales, consulaires et professionnelles œuvrant à la promotion du commerce extérieur et de l'attractivité du territoire (Direction générale du travail, Business France, chambres de Commerce, Medef International, Bpifrance, etc.).

À l'étranger, les 2700 CCE organisent des colloques et séminaires, le plus souvent en partenariat avec les principaux acteurs institutionnels (services économiques régionaux, Business France, chambres de Commerce françaises à l'étranger, conseils économiques des ambassades, etc.). Ces rencontres permettent aux CCE et aux décideurs économiques (français et internationaux) de confronter et de transmettre leurs expériences ou analyses. Le CNCCE est organisé en 7 commissions géographiques (Amérique du Nord, Amérique Latine et Caraïbes, Afrique-Océan Indien, Eurasie, Europe, Sud-Méditerranée et Moyen Orient, Asie Pacifique).

Les CCE ont aussi des membres correspondants et personnalités associées parmi les enseignants, leaders d'opinion, responsables d'ONG, etc.

MISSIONS DES CCE

Les CCE assurent 4 missions.

Conseiller les pouvoirs publics

En vivant au quotidien les opportunités et les risques de tous les marchés de la planète, les CCE détiennent une riche information de terrain, concrète et directement utilisable par les pouvoirs publics (préparation des voyages officiels du gouvernement, contacts avec le Quai d'Orsay, Bercy et les parlementaires des Français de l'étranger, etc.).

De plus, la Commission « conseils aux pouvoirs publics » du CNCCE est organisée en 11 groupes : Agroalimentaire, Biens de consommation haut de gamme, Droit et influence internationale de la France, Economie numérique, Fiscalité internationale, Intelligence économique, Internationalisation des pôles de compétitivité, Réglementations douanières et procédures du commerce international, Transports, Union pour la Méditerranée et enfin Vins et spiritueux.

Parrainer les entreprises

Grâce à leur expertise, les CCE accueillent gratuitement et bénévolement les entreprises françaises qui souhaitent s'implanter à l'étranger, notamment les PME, pour les aider dans leur développement international (informations sur le marché local, le cadre législatif et les réalités sociales, analyse du business plan, organisation de rencontres entre les entreprises, etc.).

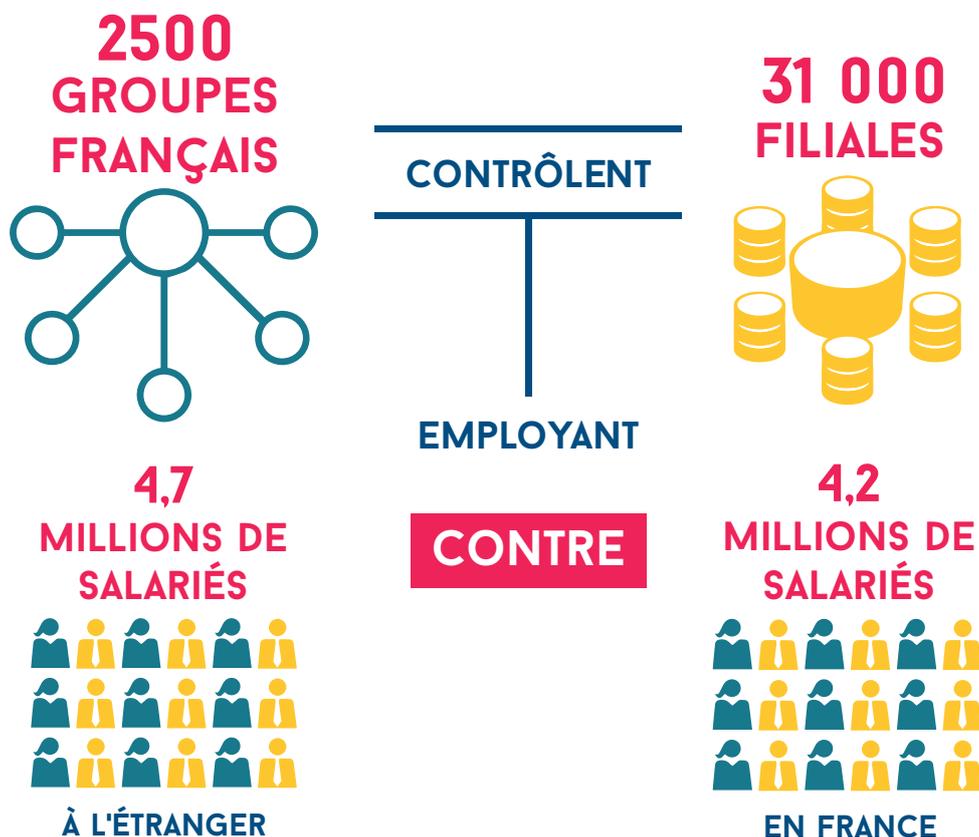
De plus, la Commission « appui aux entreprises » du CNCCE est organisée en 4 groupes d'expertise : France-PME sans contrefaçons, Parrainage PME à l'international, Partenariats et financements de l'export et enfin V.I.E.

Assurer la formation des jeunes à l'international

Pour préparer la nouvelle génération d'export, les CCE interviennent auprès de nombreux établissements d'enseignement, notamment les écoles de commerce, pour sensibiliser les jeunes aux métiers de l'international (témoignages, jurys, tutorats, etc.) et assurer la promotion des V.I.E.

Promouvoir l'attractivité de la France pour les investissements internationaux

Les CCE contribuent à renforcer l'image de la France lors de leurs contacts avec des chefs d'entreprise et autorités économiques locales à l'étranger et facilitent ainsi les décisions d'investissement en France.



Source : Insee 2010

LES SYNERGIES ENTRE CCE ET CONSEILLERS CONSULAIRES

Afin que les CCE soient mieux connus et que leur recrutement et renouvellement soient facilités, la Commission du commerce extérieur de l'AFE a proposé, en mars 2015, que les informations sur les CCE soient communiquées dans chaque poste consulaire.

De leur côté, les conseillers consulaires ont été invités à communiquer avec le CNCCE pour faire part de remarques et bonnes pratiques constatées sur le terrain.

Un point a cependant fait débat, et a donné lieu à des échanges aux sessions de mars et octobre 2015 : parmi les attributions des CCE présents à l'étranger, ceux-ci participent au conseil économique et d'influence auprès de l'Ambassadeur. Les conseillers consulaires, en revanche, ne sont pas conviés à ces conseils, alors que les textes (art. 3 de la loi du 22 juill. 2013 et art. 3 du décret du 18 févr. 2014) prévoient qu'ils ont compétence en matière d'économie et d'emploi. Lors de la session de mars, l'AFE a donc demandé que tous les conseillers consulaires soient associés aux conseils économiques et d'influence, comme les CCE. Le ministère des Affaires étrangères ayant répondu que la participation des conseillers consulaires relève de la seule appréciation de l'ambassadeur, l'AFE a demandé en mars 2015 qu'un dispositif soit mis en place permettant aux conseillers consulaires de se porter candidats auprès des ambassadeurs de leur circonscription, et qu'en cas de refus, celui-ci soit motivé par écrit par l'ambassadeur.

L'ASFE estime que cette deuxième demande est plus raisonnable et prend en compte le fait que tous les conseillers consulaires ne sont pas compétents en matière économique : si certains sont des chefs d'entreprise, beaucoup n'ont pas d'expérience dans ce domaine, exerçant des professions totalement différentes.



La City, le quartier d'affaire de Londres : on estime qu'environ 225 000 Français vivent dans la capitale du Royaume-Uni

CCI FRANCE INTERNATIONAL (CCIFI)

NOMBRE DE PAYS OÙ LES CCI SONT IMPLANTÉES



32
EUROPE



19
ASIE/
OCÉANIE



16
AMÉRIQUES



10
AFRIQUE



6
MOYEN
ORIENT

Avec plus de 32 000 membres, la Chambre de Commerce et d'Industrie Française à l'International (CCI France International /CCIFI) constitue le réseau français d'entreprises le plus important en regroupant 113 chambres de commerce et d'industrie françaises. A l'international, on dénombre aujourd'hui 166 implantations dans 83 pays.

Reconnue d'utilité publique depuis 1939, l'association est garante de l'appellation «Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'International», lesquelles sont des associations indépendantes de droit local autofinancées à 97%.

Le réseau joue un quadruple rôle incontournable dans l'animation des communautés d'affaires françaises à l'international et dans le support aux entreprises qui souhaiteraient y développer leurs activités :

- **rassembler et animer** le réseau en favorisant le partage d'information, la formation, le transfert de savoir-faire et la coopération entre les chambres de commerce, tout en favorisant le lien entre les CCI de France et l'association CCI International ;
- **représenter** les CCI FI en France et à l'étranger, auprès des pouvoirs publics (institutions publiques liées au commerce extérieur comme Ubifrance, ministères, direction du Trésor, etc.), des collectivités territoriales, des CCI, des entreprises et des partenaires ;
- **coordonner** la politique et l'activité des CCI FI ;
- **promouvoir et faire connaître les services** du réseau dans les milieux d'affaires en France et à l'étranger, et développer des partenariats.

En France, la CCIFI offre plusieurs services aux entreprises, comme la domiciliation postale (aussi disponible dans 62 pays) et la récupération de la TVA sur les dépenses effectuées dans les 27 pays de l'Union européenne et la Suisse. La CCIFI est partenaire de centaines de journées d'information. Elle organise des missions d'entreprises étrangères en France.

A l'étranger, le réseau organise près de 1800 événements (conférences, forums, salons, etc.), ainsi que des missions d'étude et de prospection. Il accompagne 5 261 entreprises.

L'annuaire CCIFI constitue une publication très prisée par les entrepreneurs, en leur permettant de développer des contacts d'affaires : coordonnées complètes des CCI FI, nom des collaborateurs permanents et des membres du Bureau, services offerts par les CCI FI...

En plus des annuaires et des guides d'affaires, le réseau publie aussi 80 revues et lettres d'information (France Monde Express) et gère autant de sites internet liés à son portail.

Le réseau est également vecteur d'emplois : plus de 2 000 personnes ont à ce jour trouvé un emploi à travers l'une des structures de services-emploi proposée par 37 CCI FI.

Avec la carte interactive de son site internet, la CCIFI propose un accompagnement adapté aux spécificités de tout projet en offrant des services d'information, de prospection, de communication, et de support à l'implantation à l'international.

Dans ce contexte, être membre de la Chambre de commerce et d'industrie française à l'international peut être un outil très intéressant pour les entrepreneurs visant l'export, tout en offrant un service d'accompagnement sur mesure et un accès privilégié au réseau d'affaires. Les adhérents reçoivent une « carte privilèges » offrant des tarifs exclusifs en France et à l'étranger (achats, services, formations, hébergement, etc.).

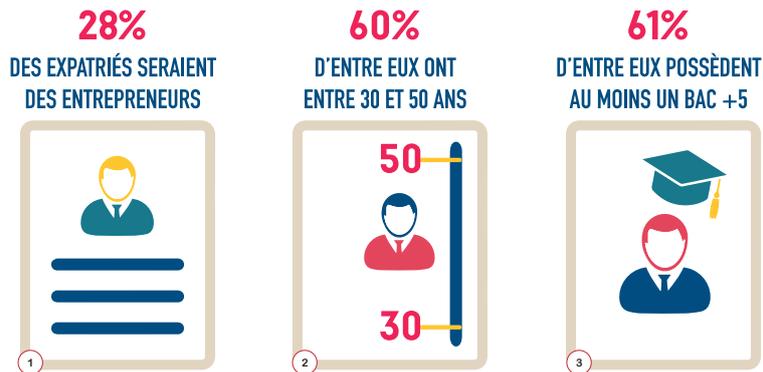


Cartographie des CCI dans le monde
source : www.cci.fr

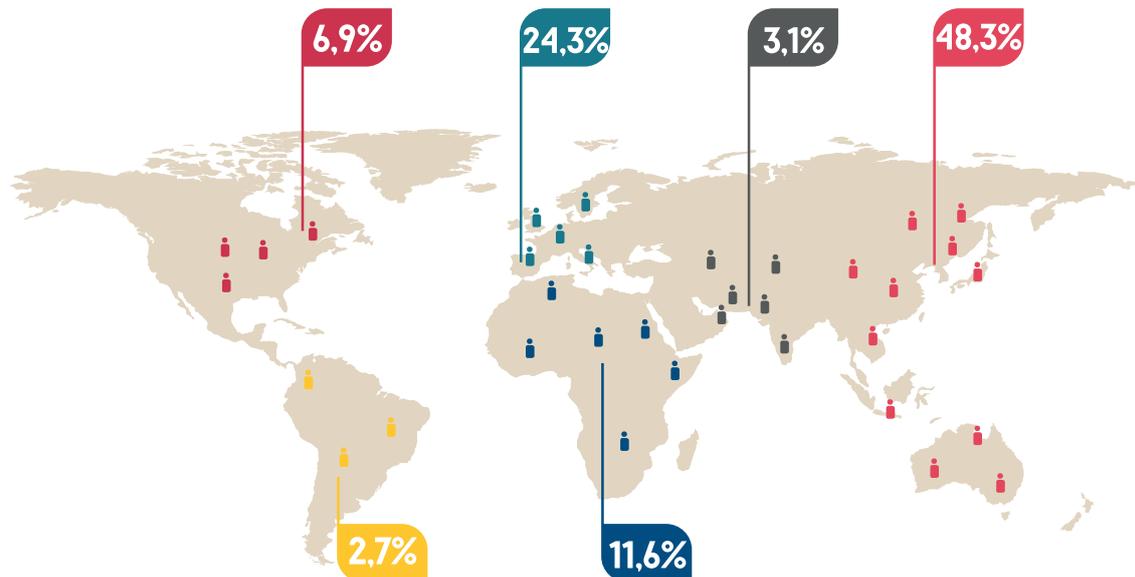
LES ENTREPRENEURS FRANÇAIS DANS LE MONDE EN CHIFFRES

Selon le dernier rapport de l'INSEE sur «l'analyse des flux migratoires entre la France et l'étranger entre 2006 et 2013», de 3,3 à 3,5 millions de personnes nées en France résideraient à l'étranger. Parmi elles, on compterait environ 2,1 millions de Français.

Ces expatriés ont divers statuts : étudiants, salariés, retraités... et entrepreneurs. Ces derniers représentent une part importante des expatriés français, dont voici quelques chiffres à titre d'illustration.



4 RÉPARTITION DES ENTREPRENEURS FRANÇAIS DANS LE MONDE



¹ Mondissimo 2013 «Expatriés, votre vie nous interesse»
^{2,3,4} Etude CCI Paris Ile-de-France et CCI France international, décembre 2014

Quelques initiatives privées

Toutefois, pour la plupart de ces entrepreneurs, la création d'entreprise dans leur pays d'accueil n'a été une démarche que postérieure à leur expatriation. Et force a été de constater pour certains que créer une entreprise loin de ses bases relevait du parcours du combattant. De ce constat sont nées diverses initiatives dont :

Les Franc-Risqueurs à Madrid

Club d'entrepreneurs francophones né « d'un manque » (selon les propos de Jean-Luc Lachaud, à l'origine du projet), cette association a pour vocation d'une part à « permettre à ses membres de rencontrer des appuis pour leur développement entrepreneurial, de mutualiser leurs expériences et prendre du recul[...] d'enrichir leur réseau relationnel... ». L'initiative répond au besoin d'accompagner les créateurs français à l'étranger dans leurs projets et de pallier les lacunes des structures institutionnelles. Projet à vocation locale, il pourrait inspirer des initiatives comparables dans plusieurs villes d'Espagne afin d'accroître les partages d'expériences entre elles.



D'autre part, les Franc-Risqueurs (sous l'impulsion de son directeur Laurent Chabbal) sont à l'origine du premier Salon Virtuel de l'Economie Francophone (SVEF), plateforme élaborée avec le soutien de l'Assemblée nationale, du Sénat et de l'Organisation internationale de la Francophonie. Pendant quatre mois en 2015, ce salon a mis en réseau l'ensemble des acteurs économiques francophones dans le monde à travers des conférences, des stands virtuels et des salles de réunions accessibles 24h/24.

W Project

Il se présente comme la plateforme des entrepreneurs français de l'étranger. Cette association a pour objectif de « transmettre et partager avec le plus grand nombre l'envie de ces Français du bout du monde, leurs expériences et des conseils concrets sur la vie et la création d'entreprise à l'étranger ». W Project a une portée internationale. Ses membres parcourent le globe à la rencontre des acteurs de l'entrepreneuriat français. De leurs rencontres, ils dressent des portraits, créent des vidéos ainsi que des fiches pays avec les indicateurs spécifiques pour une bonne création d'entreprise selon les destinations. L'objectif affiché est de construire sur le long terme une communauté d'entrepreneurs « Made By France » à l'étranger.

Outre ces deux exemples, de nombreux projets existent (Networking Carioca, [CEFC](#), etc.). Tantôt à portée nationale, tantôt à portée internationale, ces initiatives sont révélatrices du dynamisme des entrepreneurs français dans le monde et traduisent une volonté de catalyser ces expressions du rayonnement de la France à l'international.



PLAN D'ACTION DU GOUVERNEMENT POUR RENFORCER L'INTERNATIONALISATION DES ENTREPRISES : OBJECTIFS 2017

Simplifier le parcours de l'international et accompagner 3000 PME supplémentaires d'ici 2017

Une convention stratégique a été signée le 11 mars 2015 entre Business France, CCI International et CCI France international, pour définir les rôles de chaque organisme dans l'accompagnement des PME à l'international.

En France : CCI International et Business France se sont engagés à mettre en place un programme d'accompagnement commun simplifié pour les premières phases du parcours à l'export des entreprises. 3000 entreprises devraient en bénéficier de ce programme :

- les CCI définiront le diagnostic export et le plan d'action ;
- Business France prendra en charge la prospection des marchés ciblés avec pour objectif le développement d'au moins 1000 courants d'affaires.

A l'étranger : la partenariat sera décliné par les CCI françaises des pays d'accueil (associations de droit local) sous l'égide de l'Ambassadeur et du Chef du service économique, et il pourra intégrer des acteurs privés.

Créer un annuaire de contacts dédiés aux PME parmi les réseaux de France et à l'étranger des conseillers du commerce extérieur de la France (CCE)

Une convention a également été signée le 11 mars entre le CNCCEF, Business France et l'Etat pour renforcer le rôle des 3500 CCE et leur articulation avec Business France :

- désignation de 150 référents PME en France et à l'étranger pour des actions de parrainage ;
- identification de référents en régions et à l'international pour les 6 secteurs prioritaires.

Viser le cap des 10 000 Volontaires Internationaux en Entreprise (VIE) en activité

Les effets positifs de la mise en place des VIE pour l'export des PME et pour l'emploi des jeunes ont été démontrés. Le gouvernement souhaite donc renforcer ce dispositif pour atteindre 10 000 VIE en poste en 2017 (contre 8500 actuellement), pour cela :

- les CCE contribueront à la promotion du dispositif en identifiant des PME-ETI qui pourraient avoir recours à un VIE et en les mettant en relation avec Business France ;
- l'Etat s'engage à aider Business France à lever les obstacles administratifs existants dans certains pays d'accueil ;
- les réseaux consulaires se mobiliseront également pour les VIE.

Sur la question des VIE, voir fiche n°3 du dossier ASFE n°4 « La mobilité internationale (1/3) : l'expatriation des jeunes ».

Simplifier et faciliter les démarches des PME

Un guichet unique doit être mis en place d'ici 2016 afin de simplifier les procédures douanières : si 85% des procédures en douanes sont dématérialisées, les autorisations pour exporter et importer certains types de produits sont encore délivrées sous format papier par une quinzaine d'administrations différentes.

Associer systématiquement les PME aux déplacements ministériels

Les délégations accompagnant le Secrétaire d'Etat chargé du commerce extérieur, lors de ses déplacements internationaux, seront composées au moins à 30% de PME.