

LA DIPLOMATIE ECONOMIQUE



QU'EST-CE QUE LA DIPLOMATIE ECONOMIQUE ?

UNE PRIORITE POUR L'ECONOMIE

Depuis 2012, Laurent Fabius, alors ministre des Affaires étrangères, a fait de la **diplomatie économique** une des **priorités majeures de la politique étrangère de la France**. Les objectifs sont : soutenir les entreprises à l'exportation, attirer vers la France les investissements étrangers créateurs d'emplois, adapter le cadre de régulation européen et international des intérêts économiques défensifs et offensifs et faire connaître le dynamisme de nos entreprises et notamment nos startups. Ainsi, 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'était 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 visa.

TALON D'ACHILLE DE L'ECONOMIE FRANÇAISE

Le commerce extérieur reste le talon d'Achille de l'économie française. En 2018, le pays accuse d'un déficit de près de 60 milliards d'euros.

C'est pourquoi, la diplomatie économique est également une des **priorités du Président Macron**, qui déclare que « *Nous devons mener une diplomatie économique et notamment axer notre action collective sur une stratégie export pour les ETI et les PME, qui seule réduira notre déficit commercial* ».

SOUTENIR LES ENTREPRISES FRANÇAISE

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 sur ces sujets et a mis en place une stratégie collective de diplomatie économique avec ses partenaires. Quels sont les outils pour développer les entreprises françaises à l'international et les dispositifs d'aide à l'export ?

CREATION DU « PARCOURS EXPORT » POUR FACILITER L'INTERNATIONALISATION DES PME FRANÇAISE

Matthias Fekl, ancien 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 2015**. Cet évènement 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 FILIERES 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** (agroalimentaire, santé, ville durable, nouvelles technologies de l'information et de la communication, tourisme, industries culturelles et créatives).

CREATION 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, destiné à faciliter la mise en relation et à les orienter vers le bon interlocuteur institutionnel**. Elle s'assure également que leurs intérêts sont bien pris en compte à l'occasion des négociations susceptibles d'avoir un impact sur leurs activités.

NOMINATION DE REPRESENTANTS SPECIAUX

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. Voici quelqu'un : Jean-Pierre Bianco, l'ancien ministre et Secrétaire général de l'Elysée l'Intérieur, pour l'Algérie ; Jean-Paul Herteman, le président-directeur du groupe Safran, pour le Canada ; et Robert Hue, l'ancien président du groupe d'amitié France-Afrique du Sud du Sénat, pour l'Afrique du Sud. Retrouvez la liste complète [ici](#).

DEVELOPPEMENT DU ROLE DES REGIONS DANS LE PROCESSUS DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE

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.

De plus, l'actuel Secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, Jean-Baptiste Lemoyne, s'est attelé au développement du **plan pour l'export**. Le but étant de simplifier le dispositif d'aides en faisant des régions les chefs de file du développement sur les territoires. Il y a également une volonté de créer **une plate-forme informatique commune**, courant 2019, afin qu'il puisse y avoir un point d'entrée à toute les entreprises.

CLUD 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 STRATEGIQUE DE L'EXPORT (CSE)

Créé en 2014, le CSE est composé de **17 membres et présidé par le secrétaire d'Etat 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, Tokyo, Londres, Le Cap, etc.).

CREATIVE FRANCE

Sur un principe un peu similaire, la nouvelle campagne « Créative France » a été lancée par Manuel Valls lors de sa visite au Japon en octobre 2015 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 a été également massivement affichée en France à Orly et Roissy. Elle est portée par des «égéries» dans tous les secteurs: gastronomie (la chef Hélène Darroze), design (le designer Philippe Starck), mathématiques (Cédric Villani), etc.

Pour plus d'informations :

- [Business France](#)
- [Les conseillers du commerce extérieur](#)
- [CCI France international](#)
- [Bpifrance : les outils destinés aux entreprises françaises pour l'exportation](#)