



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

exportations

Question écrite n° 4168

Texte de la question

M. Dino Cinieri attire l'attention de M. le secrétaire d'État chargé des entreprises et du commerce extérieur sur le rapport du Conseil économique et social rédigé sur le thème « PME et commerce extérieur » et lui demande de bien vouloir lui préciser ses intentions relatives à la revalorisation des moyens affectés à la politique de présence des entreprises françaises dans les salons professionnels qui constituent de véritables articles de promotion à l'étranger.

Texte de la réponse

La présence française sur les salons étrangers a été retenue comme l'un des cinq critères d'évaluation d'Ubifrance dans la convention d'objectifs et de moyens 2006-2008. Cet objectif a été pleinement atteint puisqu'en 2006, 8 159 entreprises ont exposé sur un salon étranger dans le cadre d'un pavillon français contre un objectif de 5 217. Pour l'année 2007, les tendances sont elles aussi très positives. Ubifrance et le réseau des missions économiques (ME) préparent et mettent en oeuvre chaque année une programmation de manifestations à l'étranger en interrogeant les fédérations professionnelles sectorielles, les ME, certains ministères techniques et la direction générale du Trésor et de la politique économique (DGTPE). Cette programmation (n + 1) est préparée au premier semestre de l'année « n ». Validée en septembre, elle est ensuite diffusée à l'ensemble de partenaires et des entreprises à partir du mois de septembre. Étant très en amont, elle permet aux partenaires consulaires de coordonner leurs actions pour l'année « n + 1 ». Elle existe depuis de nombreuses années. Cette programmation annuelle se décline sous la forme de pavillons français, rencontres de prescripteurs et d'acheteurs, etc. En 2007, 127 pavillons français ont été organisés sur des salons sectoriels ou multisectoriels à l'étranger. Elle est complétée par les opérations labellisées, dont les premiers dossiers sont examinés en fin d'année « n » pour l'année suivante. La labellisation consiste à donner à un opérateur tiers qui organise un pavillon français sur un salon étranger le label Ubifrance. Ce label se traduit par le versement d'une subvention visant à réduire par, exemple le coût du stand pour les entreprises exposant sur ce pavillon. Depuis le lancement de la procédure en 2003, 392 opérations organisées dans le cadre d'un salon professionnel ont été labellisées. Parmi ces opérations, 185 d'entre elles ont été réalisées par un opérateur privé, 197 par une organisation professionnelle, 179 par une chambre de commerce et 33 par d'autres opérateurs. Un comité organisé chez Ubifrance et regroupant notamment l'Assemblée des chambres française de commerce et d'industrie, l'Union des chambres de commerce et d'industrie françaises à l'étranger et plusieurs fédérations professionnelles examinent régulièrement les dossiers d'opérateurs. Enfin, les ME sont à la disposition des entreprises et notamment des PME qui souhaitent un accompagnement particulier en amont et/ou en aval de la manifestation. Cette prestation est une prestation d'accompagnement réalisée conformément à la demande des entreprises.

Données clés

Auteur : [M. Dino Cinieri](#)

Circonscription : Loire (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 4168

Rubrique : Commerce extérieur

Ministère interrogé : Entreprises et commerce extérieur

Ministère attributaire : Entreprises et commerce extérieur

[Date\(s\) clé\(s\)](#)

Question publiée le : 11 septembre 2007, page 5502

Réponse publiée le : 18 décembre 2007, page 8041