

Communiqué de presse

Business France est l'agence nationale au service de l'internationalisation de l'économie française. Elle est chargée du développement international des entreprises et de leurs exportations, ainsi que de la prospection et de l'accueil des investissements internationaux en France. Elle promeut l'attractivité et l'image économique de la France, de ses entreprises et de ses territoires. Elle gère et développe le VIE (Volontariat International en Entreprise).

Créée le 1er janvier 2015, Business France est issue de la fusion d'UBIFRANCE et de l'AFII (Agence française pour les investissements internationaux).

Les offres de service « historiques » de chacune des lignes de métiers sont préservées : 55 lignes produits pour UBIFRANCE réparties en 4 gammes (et le VIE) et une dizaine de services, à titre gratuit pour l'AFII.

L'une des évolutions majeures sera la mise en place d'un système d'information intégré et partagé entre les lignes de métiers « export » et « attractivité » dont l'élément central sera à terme une base de données partagée visant à démultiplier les opportunités pour la nouvelle Agence. Par exemple, l'organisation d'un « vendre à » avec un grand compte belge peut être l'occasion de l'interroger sur ses besoins concernant l'offre française et ses perspectives de développement en France, permettant de « taguer » un éventuel projet d'investissement et de le renseigner dans la base.

A l'étranger, l'Agence joue un rôle important pour la diplomatie économique, faisant partie du triangle d'or : ambassades, services économiques, Business France.

Du fait de son nouveau périmètre d'activité et de son réseau étendu, la nouvelle agence devient plus encore un interlocuteur de choix pour les régions et ambitionne de leur proposer une offre de service globale, tant concernant l'export que l'attractivité.

Business France dispose d'une présence dans les pays stratégiques d'aujourd'hui et de demain. Par ailleurs l'agence souhaite se renforcer dans les pays matures, en particulier aux Etats-Unis, afin d'exploiter pleinement les projets déjà existants et engranger des résultats immédiats. Elle souhaite aussi explorer de nouvelles géographies comme en Egypte, au Nigéria et en Afrique du Sud qui représentent à eux trois 75% du PIB du continent africain. Enfin, Business France peut compter sur les CSE pour prolonger l'action de l'agence dans les pays où l'agence ne possède pas de bureau.

Côté export, l'option actuellement à l'étude consiste à dégager des marges de manœuvre en Europe afin d'autoriser l'ouverture de nouveaux pays ou le renforcement sur des géographies à fort potentiel.

Business France dispose de 1 500 collaborateurs situés en France et dans 70 pays. Elle s'appuie sur un réseau de partenaires publics et privés.

Quelques chiffres clés:

- 6 millions d'emplois sont directement ou indirectement induits par l'export en France

- 20 000 entreprises étrangères sont présentes en France où elles emploient plus de 2 millions de personnes, réalisent 28% du total de la R&D et 1/3 des exportations françaises.
- Fin 2014, près de 13 600 PME & ETI ont été accompagnées par UBIFRANCE (Filière Agrotech 26,6%, Filière MHS 25,4%, Filière ITI 24,8%, Filière NTIS 18,8%, Evènements Spéciaux 4,4%).
- On compte fin 2014, 8 413 VIE en poste pour le compte de 1 848 entreprises. (l'objectif du Pacte de compétitivité est de 9000 VIE en poste fin 2015)
- En 2014, 5 000 entreprises étrangères ont été rencontrées par les équipes de l'AFII.
- En 2013 la France a attiré 685 nouveaux projets qui ont créé ou maintenu 29 631 emplois

Dossier de presse

I. LES MISSIONS DE LA NOUVELLE AGENCE

Les missions respectives actuelles des deux agences, quoique par nature différentes, tendent vers un même objectif : celui de l'internationalisation de l'économie française.

Les trois missions de l'agence sont :

- Le développement international des entreprises et de leurs exportations
- La prospection et l'accueil des investissements internationaux
- L'attractivité et l'image économique de la France, de ses entreprises et de ses territoires

Ces missions se déclinent comme suit :

- **proposer des solutions et services dédiés aux entreprises et aux investisseurs étrangers** tant pour favoriser l'export que pour accueillir les investissements, notamment par des actions de prospection, d'accompagnement, et d'accueil ;
- **contribuer à la définition des programmes publics nationaux et territoriaux visant au développement à l'international de filières sectorielles** et au renforcement de l'attractivité du territoire, y compris par des regroupements sectoriels et géographiques et la réalisation de synergies entre entreprises ;
- **accompagner la prise de décision et l'amélioration de la performance des entreprises exportatrices et des investisseurs industriels ou financiers en France.**
- **participer à l'optimisation des performances des ETI et entreprises innovantes** afin d'accélérer leur développement en dehors de leur marché domestique et accroître significativement leur taille ;
- **assurer le développement et la gestion du dispositif public relatif au programme Volontariat International en Entreprise / Administration;**
- **effectuer, fait effectuer ou participer à toutes actions de coopération internationale dans les domaines de sa compétence ;**
- **assurer la veille de l'image et de l'attractivité économique de la France à l'international**, et animer des réseaux d'influence sur le plan économique et international ;
- **analyser et proposer des mesures publiques concernant l'internationalisation de l'économie française ;**
- **concevoir, développer et diffuser des outils de communications pertinents** au service de ces objectifs qu'elle adapte à chacune de ses cibles en France et à l'international.

Situation initiale

Les deux agences délivrent des prestations individuelles et collectives : un catalogue interne de 55 lignes produits pour UBIFRANCE réparties en 4 gammes (et le VIE). L'AFII propose une dizaine de services, à titre gratuit (à l'exception des missions ciblées (3000 euros/mission)).

1. UBIFRANCE : 13 000 PME et ETI (5800 en prestations individuelles dont 3800 hors projets collectifs), des prestations aux régions (pour 2M€ en 2012). En outre, l'Agence gère plus de 8000 V.I.E. en poste.
2. AFII : grands groupes étrangers (env. 5000 entreprises prospectées par an), des clients régionaux (50 missions ciblées avec les territoires)

Enjeux

Les six enjeux de Business France sont :

1. Une mission de service public réaffirmée
2. Une offre de services adaptée aux spécificités de chaque entreprise et plus largement de chaque client et partenaire;
3. Une participation active à la nécessaire clarification de l'écosystème d'acteurs ;
4. Une agence au service des territoires ;
5. Une présence dans les pays stratégiques d'aujourd'hui et de demain ;
6. Une communication & une stratégie d'influence ciblées, cohérentes et démultipliées.

II. UNE OFFRE DE SERVICES ADAPTEE AUX SPECIFICITES DE CHAQUE ENTREPRISE

Les offres de service historiques

Les offres de service « historiques » de chacune des lignes de métiers sont préservées : c'est la conséquence logique du constat de la spécificité de chacun des métiers.

Pour autant, elles s'inscriront dans une logique d'enrichissement réciproque en élargissant la cible des clients potentiels des deux activités, via des synergies commerciales clairement identifiées et un partage des bases de données et des informations.

L'une des évolutions majeures sera la mise en place d'un système d'information intégré et partagé entre les lignes de métiers « export » et « attractivité » dont l'élément central sera à terme une base de données partagée visant à démultiplier les opportunités pour la nouvelle Agence. Ce sera un chantier important du plan stratégique numérique.

L'organisation d'un « vendre à » avec un grand compte chinois ou coréen peut être l'occasion de l'interroger sur ses besoins concernant l'offre française et ses perspectives de développement en Europe, permettant de « taguer » un éventuel projet d'investissement et de le renseigner dans la base.

Autre exemple, avec les pôles de compétitivité, en particulier au titre des partenariats technologiques. L'action conduite par UBIFRANCE dans le cadre du programme d'internationalisation des pôles de compétitivité de la DGE doit s'enrichir d'une dimension leur permettant d'attirer des investissements étrangers au sein des pôles.

III. UNE AGENCE AU SERVICE DES TERRITOIRES

L'Etat a décidé de confier aux **régions** un rôle central et de stratégie dans l'internationalisation des PME et ETI de leur ressort, idem au titre de l'attractivité. C'est l'objectif des PRIE. Il s'agit d'une opportunité majeure qui doit les conduire à organiser autour d'elles le jeu des autres acteurs. Business France doit y jouer un rôle central.

Du fait de son nouveau périmètre d'activité et de son réseau étendu, la nouvelle agence devient plus encore un interlocuteur de choix pour les régions et ambitionne de leur proposer une offre de service globale, tant concernant l'export que l'attractivité.

IV. UNE PRESENCE DANS LES PAYS STRATEGIQUES D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN

- Se renforcer dans les pays matures, en particulier aux Etats-Unis, afin d'exploiter pleinement les projets déjà existants et engranger des résultats immédiats ;
- Explorer de nouvelles géographies, afin de construire l'avenir. L'Egypte, le Nigéria et l'Afrique du Sud représentent 75% du PIB du continent africain.
- Enfin, Business France peut compter sur les CSE pour prolonger l'action de l'agence dans les pays où l'agence ne possède pas de bureau (environ 30 pays) en propre et pour renforcer son action dans les pays où seule la dimension export est adressée.

Côté export, l'option actuellement à l'étude consiste à dégager des marges de manoeuvre en Europe afin d'autoriser l'ouverture de nouveaux pays ou le renforcement sur des géographies à fort potentiel.

V. STRATEGIE DE COMMUNICATION

La nouvelle mission de communication de l'image de la France à l'international s'incarnera par la création d'une nouvelle direction : ce sera le troisième pilier de notre agence. L'ambition de cette nouvelle mission sera conditionnée aux moyens qui seront donnés à l'agence pour pouvoir la mettre en oeuvre.

VI. DIPLOMATIE ECONOMIQUE

La diplomatie économique est une chance et l'Agence joue un rôle important pour la faire vivre et la faire réussir dans le triangle d'or : ambassades, services économiques, Business France.

L'Ambassadeur est le premier représentant de la France dans un pays étranger. Il coordonne l'action de l'ensemble des services et entités françaises dans le pays. Le CSE anime les actions économiques de la France dans le pays.

Quelques chiffres clés AFII et UBIFRANCE

- Impact majeur de l'export et de l'attractivité sur l'économie :

Près de 6 millions d'emplois sont directement ou indirectement induits par l'export en France, soit près d'un quart de la population active employée (25,8 millions) ;
Plus de 20 000 entreprises étrangères sont présentes en France où elles emploient plus de 2 millions de personnes, le quart de l'effectif salarié du secteur de l'industrie, et réalisent 28 % du total de la R&D des entreprises et le tiers des exportations françaises, et 1/3 des exportations françaises. Près de 40% des entreprises étrangères en France ont réinvesti au cours des cinq dernières années (signe de confiance dans l'écosystème français).

Résultats UBI

- Pour fin 2014, le nombre de PME & ETI différentes accompagnées par UBIFRANCE en propre près de 13 600, - nombre d'accompagnements individuels près de 13 500, avec des opérations innovantes, notamment dans le domaine des NTIC :

- Répartition par activités UBIFRANCE sur 2013 en nombre d'accompagnements :
- Filière Agrotech : 26,6%
- Filière MHS : 25,4%
- Filière ITI : 24,8%
- Filière NTIS : 18,8%
- Evènements Spéciaux (Forums d'affaires et Ateliers) : 4,4%

Rappel des familles à l'export :

- Mieux se nourrir
- Mieux vivre en ville
- Mieux communiquer
- Mieux se soigner
- Mieux voyager
- Mieux se divertir

Réalisation de 600 opérations collectives annuelles, dont 213 pavillons France en 2013 :

□ Ex : Innotrans (septembre 2014), salon mondial du transport ferroviaire à Berlin (2750 exposants, 138 900 visiteurs). Organisation d'un Pavillon France pour 102 exposants (+13%) en partenariat avec Fer de France de 1370 m2 répartis sur 3 halls

□ Ex : Arab Health (janvier 2015) à Dubaï, salon de référence de la santé au Moyen-Orient (3750 exposants, 87500 visiteurs). Organisation d'un Pavillon France de 116 exposants (+9%) de 1350m2, soit le 7^{ème} pavillon national

□ Ex : Rencontres franco-chinoises de la santé organisées dans le cadre du China-Health Forum (5000 congressistes du monde entier réunis à Pékin) le 15 août 2014, par le Club Santé Chine (voulu par le ministère du Commerce extérieur, inauguré par le Président de la République le 26 avril 2013. Compte 107 membres dont 69 implantés en Chine)

Dernier exemple : CES de Las Vegas (janvier 2015), salon mondial de l'électronique grand public où apparaissent toutes les innovations de rupture.

- nouveaux courants d'affaires 9 400
- nombre de PME et ETI accompagnées ayant généré des courants d'affaires 4 700.
- 35% des PME et ETI accompagnées ont développé un nouveau courant d'affaires sur seulement 6 mois

Résultats sur les objectifs du Pacte de compétitivité :

- les VIE : Objectif n° 16 : 9000 VIE en poste à fin 2015. On compte fin 2014, 8 413 VIE en poste pour le compte de 1 848 entreprises. Fin 2014, plus de 50 000 VIE partis à l'étranger pour le compte des entreprises françaises depuis sa création en 2011.
- ETI et PME de croissance : Fin 2014, plus de 659 ETI et PME de croissance se sont engagées dans un accompagnement personnalisé dans la durée.

□ Ex : Linkbynet, entreprise de 600 personnes et 35 millions de CA spécialisée dans l'infogérance et l'hébergement de SI et Sites e-business qui avait besoin de mettre en place un centre de production en Asie pour répondre aux besoins de ses clients. Accompagnée depuis 1 an par un CAI IDF. Orientée vers le Vietnam après une étude d'implantation. A obtenu son certificat d'investissement en 3 mois et a ouvert sa filiale sur place. Va recruter un VIE et ambitionne d'embaucher 30 salariés sur place à la mi-2015. A signé un premier contrat au Vietnam.

□ Ex : Entreprise de conception de machines-outils pour l'industrie 30 millions de CA dont 25 à l'export pour un effectif de 151 personnes en Lorraine. Besoin d'ouvrir de nouveaux marchés. Suivi depuis 1 an par une CAI Signature d'un premier contrat en Indonésie et en Hongrie 10 mois après le début de l'accompagnement.

□ Ex : Académie Scientifique de Beauté (ASB), fabricant de produits cosmétiques haut de gamme. Entreprise familiale créée en 1928, 12 millions de CA dont les 2/3 à l'export pour un effectif de 80 personnes. Mise en place d'un accompagnement personnalisé sur 5 pays. Signature d'un partenariat avec un distributeur à Dubaï, et plusieurs marques d'intérêt en Inde actuellement en cours de suivi.

Résultats AFII

- En 2014, 5 000 entreprises étrangères ont été rencontrées par les équipes de l'AFII. Près de 900 offres d'accueil (+15% par rapport à 2013 qui était déjà une année record) ont été transmises aux investisseurs, valorisant des sites d'implantation dans toutes les régions métropolitaines. 335 visites en France d'investisseurs étrangers ont été accompagnées par l'AFII (moins de 300 en 2013 pour la même période).

- En 2013, la dynamique de l'investissement étranger créateur d'emploi s'est maintenue, avec une contribution à l'emploi supérieure à celle de 2012 : la France a attiré 685 nouveaux projets contre 693 en 2012. Ces décisions d'investissement ont créé ou maintenu 29 631 emplois en 2013 contre 25 908 en 2012.

- L'AFII est à l'écoute des investisseurs internationaux. Son rôle est d'écouter d'informer et de convaincre les entreprises étrangères d'investir en France, c'est le travail quotidien de notre réseau à l'étranger, ou de maintenir ses activités en France, c'est le travail de notre équipe en France.

- En France, l'AFII a créé des clubs pays qui regroupent les communautés d'affaires de la Corée, du Brésil, de la Chine, de la Russie et du Japon, afin de les informer des derniers développements en matière législatif et de les écouter afin de faire remonter les points négatifs aux ministères concernés et ainsi aider à l'amélioration de l'environnement des affaires en France.

Cette position en prise directe avec les besoins et les attentes des investisseurs étrangers confère à l'AFII un rôle majeur de conseil auprès du gouvernement :

- L'AFII est chargée de proposer chaque année au Gouvernement des mesures pour améliorer l'environnement des affaires et renforcer l'attractivité de la France. L'AFII assure le suivi des mesures adoptées jusqu'à leur application et fait la promotion auprès des investisseurs et décideurs étrangers des réformes mises en oeuvre.

- **L'AFII assure le secrétariat du CSA. Cette instance consultative informelle rassemble autour du Président de la République ou du Premier ministre un nombre restreint de hauts dirigeants d'entreprises étrangères.** Le rôle du CSA est de fournir la perception de la communauté internationale des affaires sur l'attractivité et la compétitivité de la France, et d'émettre des recommandations pour renforcer l'attractivité de notre pays. La réunion du CSA joue un rôle clé d'impulsion du travail interministériel pour l'amélioration de l'environnement des affaires et de communication externe à haut niveau sur l'attractivité de la France.

- **Le Livre Blanc de l'attractivité de la France, qui analyse 17 des plus importants classements économiques internationaux** a été publié fin août, premier pas d'une action d'influence pour élever la position de la France dans ces classements

- **Tableau de bord de l'attractivité** qui mesure l'attractivité de la France par rapport aux principaux pays européens, selon des indicateurs économiques quantitatifs.

- **Conférence des dirigeants français** : Conférence ciblant les dirigeants français occupant leurs fonctions au sein d'entreprises étrangères (présentes ou non en France)