

RAPPORT D'ACTIVITÉ

2009



Sur tous les terrains
de l'export


UBIFRANCE
ET LES
MISSIONS ÉCONOMIQUES

www.ubifrance.fr

Sommaire

Rétrospective : ça s'est passé en 2009	1
Profil	4
Chiffres clés	5
Messages du Président et du Directeur général	6
Gouvernance	8
Un métier, quatre filières	10

NOS MISSIONS	12
NOS ACTIVITÉS	18
NOS ORIENTATIONS 2010	26
NOS ENGAGEMENTS	28
RÉSULTATS FINANCIERS	34

Rétrospective : ça s'est passé en 2009

JANVIER

Les premières Rencontres de l'Équipe de France de l'Export

scellent la naissance du **nouveau dispositif** d'accompagnement à l'international, sous la houlette des ministres en charge de l'Économie et du Commerce extérieur.

Lors de cette journée qui s'est tenue le 15 janvier à Paris, les principaux opérateurs des aides à l'export se sont engagés à travailler en synergie pour rendre l'appui aux PME plus simple et plus efficace. Cette mobilisation a porté ses fruits puisque, dès la même année, les entreprises ont plébiscité le dispositif (50% de clients en plus).

FÉVRIER

Les Rencontres Agroalimentaires

sont le rendez-vous annuel organisé par les experts Agrotech d'UBIFRANCE, pour aider les PME du secteur à évaluer leur potentiel sur les marchés, et à mieux préparer leurs démarches export. Soixante-dix spécialistes filière du réseau se mettent à la disposition des PME pour les **éclairer sur les opportunités** d'un pays, ainsi que son cadre réglementaire ou législatif. En 2009, des opérations analogues ont touché d'autres filières: mode, habitat, santé, distribution et services, développement durable ou numérique.



FÉVRIER

Le Pavillon France

organisé par UBIFRANCE sur le Mobile World Congress, à Barcelone, rassemblait 86 entreprises et pôles de compétitivité. Sur les salons internationaux les plus stratégiques, UBIFRANCE offre aux entreprises françaises la possibilité d'**accroître leur notoriété** et de saisir des **opportunités d'affaires** grâce à une panoplie de services: rendez-vous BtoB, catalogues, cocktails d'affaires, communication web ou presse...

Quelque 264 Pavillons France ont assuré une forte visibilité à près de 6 000 exposants français en 2009.





AVRIL

Le lancement de l'Année de la France au Brésil

a prélégué à une quarantaine d'événements organisés au Brésil et en France, et plus de 560 accompagnements d'entreprises françaises sur ce **marché à fort potentiel** de développement. Dans les mois qui ont suivi, cela s'est traduit, pour 40% d'entre elles, par la signature de contrats, une implantation locale ou un accord avec un importateur.



AVRIL

Le séminaire sur le plan de relance allemand

démontre la capacité d'UBIFRANCE à apporter aux PME des informations opérationnelles pour conforter leur **stratégie** dans un environnement international qui évolue sans cesse. Les plans de relance en Chine, au Japon et aux États-Unis ont représenté autant d'opportunités que les spécialistes d'UBIFRANCE ont relayées auprès des PME françaises. Outre les séminaires pays parfois centrés sur une filière, UBIFRANCE assure des veilles personnalisées sur les marchés au profit des PME.

MAI

La Mission recherche de partenaires

organisée au Japon pour cinq pôles de compétitivité du secteur automobile et 17 de leurs membres, a favorisé un rapprochement avec leurs homologues japonais dans le domaine des systèmes embarqués pour les véhicules propres et intelligents. L'objectif est de favoriser l'émergence de **partenariats technologiques**. Dix-sept missions analogues se sont tenues dans le cadre d'un accord passé entre UBIFRANCE et la DGCIS pour favoriser l'internationalisation des pôles de compétitivité.

Intégration de 40 bureaux UBIFRANCE

Quarante Missions Économiques dans 28 pays ont rejoint UBIFRANCE, dans le but d'offrir aux entreprises un **dispositif international d'aide à l'export totalement intégré**. L'enjeu est d'améliorer la cohésion et la lisibilité de l'offre de service d'un réseau regroupant, à terme, 1 400 collaborateurs dans le monde. À l'horizon de septembre 2010, UBIFRANCE comptera 63 bureaux dans 44 pays, qui absorbent 90% des exportations françaises.

MAI

La présentation de produits français

organisée à Abu Dhabi visait à promouvoir l'excellence française dans le domaine des métiers d'art. L'offre des entreprises a été mise en valeur selon une scénographie originale, dans le cadre prestigieux du plus grand hôtel du Golfe. Cette démarche illustre la capacité d'UBIFRANCE à concevoir des **opérations innovantes et spécifiques** lorsque les salons internationaux ne sont pas adaptés à certaines typologies d'entreprises.



DÉCEMBRE

Le forum d'affaires Med-Allia

a permis à 80 PME françaises de rencontrer chacune, en deux jours, au Caire, jusqu'à 12 partenaires ou clients potentiels. Ces rencontres multisectorielles encadrées par des spécialistes de tous les domaines, offrent aux entreprises une **approche sécurisée des marchés** et la possibilité de créer, en un temps record, un **réseau de contacts d'affaires ciblés**. UBIFRANCE et ses partenaires ont regroupé leurs forces pour organiser ce forum dans la dynamique de l'Union pour la Méditerranée.



OCTOBRE

Le Forum V.I.E

est l'une des nombreuses manifestations organisées par UBIFRANCE pour permettre aux entreprises ayant des projets internationaux de rencontrer de **jeunes talents prêts à s'expatrier**. En supervisant et développant le Volontariat International en Entreprise, UBIFRANCE répond à l'insuffisance fréquente d'effectifs dédiés à l'export au sein des PME françaises. Le cap des 26 000 V.I.E partis en mission depuis le lancement de la formule en 2001, a été franchi au lendemain du Forum V.I.E.



Profil

UBIFRANCE, l'Agence française pour le développement international des entreprises

UBIFRANCE est un établissement public national à caractère industriel et commercial, placé sous la tutelle de l'État.

UBIFRANCE facilite l'approche des marchés étrangers grâce à des prestations sur mesure et des actions collectives à des tarifs subventionnés.

Sa mission est d'accompagner les entreprises françaises à chaque étape de leur démarche export, quel que soit leur profil.

UBIFRANCE forme un réseau intégré de spécialistes en France et dans le monde qui soutiennent les efforts des PME à l'international et mobilisent de nouvelles entreprises ayant un potentiel à l'export. Ses équipes simplifient la découverte des marchés, la détection d'opportunités et la prise de contact avec des partenaires ou des clients potentiels.

Notre accompagnement est à la fois collectif et personnalisé. En participant à nos opérations collectives, les PME profitent de l'impact d'actions d'envergure. Nous accompagnons leurs projets sur le long terme, quels que soient leur domaine d'activité, leur taille ou leur niveau de développement à l'export.

Chiffres clés 2009

1 000

hommes et femmes
multiculturels
dans le monde

1 400 collaborateurs en 2010

40

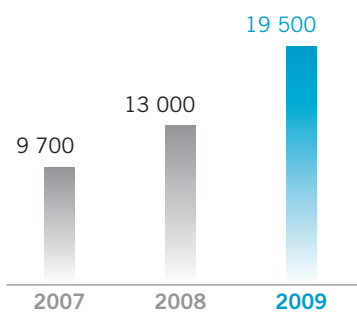
bureaux
UBIFRANCE - Missions
Économiques

63 bureaux en 2010

dans **28** pays

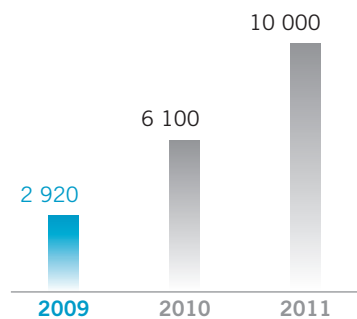
44 pays en 2010

Accompagner les entreprises sur les marchés extérieurs



En 2009, UBIFRANCE a réalisé près de 20 000 accompagnements d'entreprises sur les marchés extérieurs, dont la moitié dans les pays d'Europe et du bassin méditerranéen, et pour près d'un tiers sur des salons professionnels.

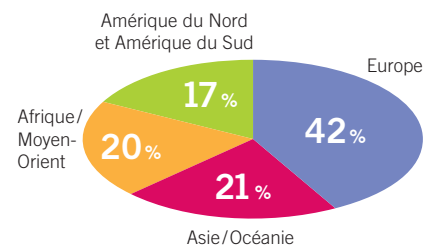
Mobiliser de nouveaux exportateurs



En 2009, UBIFRANCE et les CCI se sont associés pour accompagner sur les marchés étrangers plus de 2 900 nouvelles entreprises, potentiellement ou très faiblement exportatrices. Leur objectif est de porter ce chiffre à 10 000 en trois ans.

Volontariat International en Entreprise (V.I.E)

6 357 V.I.E dans **137** pays



Au 31 décembre 2009, 6 357 Volontaires Internationaux en Entreprise étaient en mission dans le monde pour le compte de 1 546 entreprises, parmi lesquelles 500 nouvelles sociétés utilisatrices de la formule.



Messages du Président et du Directeur général

Alain Cousin Président du Conseil d'administration d'UBIFRANCE

Convaincu que la dégradation de nos échanges extérieurs résulte en partie de la faiblesse de nos PME en France, le gouvernement a fait du soutien au développement des PME une priorité.

Leur accompagnement à l'international s'inscrit naturellement comme l'un des maillons de cette politique.

J'avais eu l'honneur de rédiger, en 2007, un rapport parlementaire pour le compte de la commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale, qui préconisait une nouvelle organisation du dispositif public d'appui aux entreprises à l'international.



Proposer aux entreprises la meilleure agence d'accompagnement à l'international de l'Union européenne.

La volonté d'être toujours plus efficace et compétitif

C'est dans ce contexte que les ministres en charge de l'Économie et du Commerce extérieur ont demandé à UBIFRANCE, dans le cadre de la Convention d'objectifs et de moyens 2009-2011, de répondre à trois priorités : doter le gouvernement d'un outil efficace au service de sa politique en matière de soutien à l'internationalisation des PME ; proposer aux entreprises la « meilleure agence d'accompagnement à l'international de l'Union européenne » ; et fédérer autour d'UBIFRANCE les acteurs du commerce extérieur.

Répondre aux objectifs stratégiques

Avec la nomination, en 2008, de Christophe Lecourtier en tant que Directeur général de l'Agence, et la mise en place d'une nouvelle équipe de direction autour de lui, une véritable dynamique s'est engagée pour répondre aux objectifs stratégiques fixés par notre tutelle d'ici à la fin de l'année 2011.

Tout d'abord, notre ambition est de porter à 20 000 le nombre d'accompagnements d'entreprises sur les marchés extérieurs, grâce à des opérations collectives (salons, missions, etc.) ou individuelles. Deuxième objectif : identifier et emmener à l'international 10 000 nouvelles entreprises non exportatrices ou faiblement exportatrices dans le cadre d'un partenariat avec le réseau des Chambres de commerce et d'industrie.

Enfin, il faut développer la procédure du Volontariat International en Entreprise (V.I.E) – notamment auprès des PME – et porter à 10 000 le nombre de jeunes en poste à l'étranger grâce à cette formule.

Les fondations de ce nouvel UBIFRANCE sont maintenant bien établies, et cette Maison des Exportateurs vouée à un développement durable.

Cela, grâce au soutien rigoureux et constant de nos tutelles politiques et administratives, à l'appui constructif du Conseil d'administration, à l'investissement sans faille de son Directeur général et à l'engagement de ses salariés au service des entreprises françaises.



Christophe Lecourtier Directeur général d'UBIFRANCE

L'Agence a soutenu près
de 20 000 missions d'entreprises
à l'étranger en 2009,
soit deux fois plus qu'en 2007.

L'année 2009 aura été pour UBIFRANCE l'année de tous les défis, sinon de tous les dangers.

Premier défi : Celui de la réorganisation. À peine cinq ans après sa naissance et la fusion des personnels et des métiers issus du CFCE et de l'Actim, le « projet d'entreprise 2009-2011 » a mis en œuvre une nouvelle organisation répondant à deux objectifs majeurs. En premier lieu, répondre à la demande de simplicité et de lisibilité de nos clients, en offrant à chaque secteur d'activité (entreprises et fédérations) des interlocuteurs dédiés. En second lieu, inscrire notre nouveau réseau de bureaux à l'étranger (les Missions Économiques) dans le prolongement de cette organisation en filières, selon une « chaîne de valeur » facilitant l'accompagnement des entreprises depuis la France jusqu'aux marchés étrangers.

Deuxième défi : La croissance organique, à travers l'ouverture de 40 bureaux dans 28 pays. Voulu par le gouvernement à travers la révision générale des politiques publiques, cette réforme a profondément modifié la réalité d'UBIFRANCE : depuis la fin 2009, l'Agence compte une majorité de salariés à l'étranger. C'est une « force de frappe » humaine considérable qui est désormais au service exclusif des entreprises, particulièrement des PME.

Troisième défi : Créer et faire fonctionner un réseau d'alliances au service des entreprises. Signés en 2008, les accords avec les CRCI/CCI ont été suivis par la création d'un réseau régional d'« agents de liaison » d'UBIFRANCE dans chaque région métropolitaine, supervisés par six directeurs interrégionaux (DIR).

Pour la première fois, UBIFRANCE travaille en parfaite complémentarité avec le premier réseau de conseil aux entreprises de France. D'autres partenaires majeurs ont rejoint cette Équipe de France de l'Export, lancée en janvier 2009 sous le parrainage de Christine Lagarde et d'Anne-Marie Idrac : l'Uccife, les conseillers du commerce extérieur de la France, OSEO, Coface, INPI, l'OSCI, avec le concours de notre puissance tutélaire, la Direction générale du Trésor.

Quatrième défi : Faire face à la situation économique mondiale, et jouer auprès des entreprises le rôle de « brise crise » souhaité par le gouvernement. Pour ce faire, UBIFRANCE a mis les bouchées doubles : l'offre d'opérations collectives à l'étranger a progressé de plus de 50 % en 2009, et s'est structurée autour d'un programme national rassemblant tous les opérateurs (le Programme France) ; le niveau des aides de l'État a été porté à 50 % en moyenne des dépenses opérationnelles des entreprises, jamais atteint en France.

Le résultat a été éloquent : confrontées à la crise, les entreprises françaises ont plébiscité la réforme. L'Agence a soutenu près de 20 000 missions d'entreprises à l'étranger en 2009, soit deux fois plus qu'en 2007. De profondes évolutions du V.I.E ont été engagées. Elles ont permis à 500 nouvelles entreprises, principalement des PME, d'avoir recours à cette formule unique au monde.

Pour la première fois, et au moment le plus critique, notre pays a choisi de se doter d'un outil public entièrement dédié au développement international de ses entreprises. L'année 2010 est placée sous le signe de la consolidation de ce démarrage réussi.

Gouvernance

UBIFRANCE est placé sous la tutelle du ministre de l'Économie, de l'Industrie, de l'Emploi, du secrétaire d'État chargé du Commerce extérieur et de la Direction générale du Trésor.

Le Conseil d'administration d'UBIFRANCE

est composé de 28 membres : un député, un sénateur, cinq représentants de l'État, six représentants des conseils régionaux, organisations professionnelles et consulaires, cinq personnalités qualifiées et dix représentants du personnel.

Le président, choisi parmi les parlementaires ou les personnalités qualifiées, sur rapport du secrétaire d'État chargé du Commerce extérieur, est nommé par décret pour cinq ans.



Alain Cousin
Président du Conseil d'Administration

Comité exécutif

1 Christophe Lecourtier
Directeur général

2 Arnaud Leretour
Directeur général adjoint
et Directeur des opérations

3 Lorenzo Cornuault
Directeur V.I.E
Directeur de l'établissement de Marseille

4 Benoît Trivulce
Directeur des Ressources Humaines
Groupe

5 François Sporrer
Directeur administratif et financier
Groupe

6 Yann Danou
Directeur des Systèmes d'Information
Groupe

7 Frédéric Rossi
Chef du Département Pilotage du réseau
& Qualité

8 Laurent Barbet
Chef du Département Monitoring
stratégique et Maîtrise d'ouvrage



6 Directeurs interrégionaux

Le nouveau visage d'UBIFRANCE

UBIFRANCE a réorganisé sa structure pour atteindre les nouveaux objectifs et pour assurer le succès de l'intégration de ses bureaux à l'étranger.

L'Agence a réorganisé ses équipes opérationnelles en filières sectorielles pour mieux répondre aux attentes des entreprises. Elle s'est dotée d'une cellule de pilotage pour accompagner le changement à travers son réseau mondial. Elle a créé une direction des RH, une direction financière et une direction des systèmes d'information à la mesure d'un groupe multisites. Parallèlement, elle a déployé des délégués régionaux et des directeurs interrégionaux pour faciliter la coopération avec ses partenaires en régions.

1 Didier Bourguignon

NORD-OUEST

BASSE ET HAUTE-NORMANDIE, NORD-PAS-DE-CALAIS, PICARDIE

2 Bruno Tessier

OUEST

BRETAGNE, CENTRE, PAYS DE LA LOIRE

3 Antoine de Dianous

GRAND EST

ALSACE, BOURGOGNE, CHAMPAGNE-ARDENNE, FRANCHE-COMTÉ, LORRAINE

4 Pascal Lecamp

SUD-OUEST

AQUITAINE, LIMOUSIN, MIDI-PYRÉNÉES, POITOU-CHARENTES

5 Gilles Della Guardia

GRAND SUD-EST

AUVERGNE, LANGUEDOC-ROUSSILLON, PACA, CORSE, RHÔNE-ALPES

6 Élisabeth Rochas

ÎLE-DE-FRANCE

PARIS, VAL-DE-MARNE, SEINE-ET-MARNE, SEINE-SAINT-DENIS, HAUTS-DE-SEINE, YVELINES, ESSONNE, VAL-D'OISE



Directeurs pays

EUROPE

ALLEMAGNE

Bertrand Le Tallec

AUTRICHE

Nadine Fraysse-Eckstein

BELGIQUE

Jean-Charles Hirondele

DANEMARK

Georges Régnier

ESPAGNE

Nicolas de Moucheron

FINLANDE

Yvane Bocchi-Wirman

GRÈCE

Michel Bauza

HONGRIE

Bruno Roquier-Vicat

IRLANDE

Marc Debels

ITALIE

Pierre Lignot

NORVÈGE

Philippe Jolivel

PAYS-BAS

Corine Rivollier

POLOGNE

Michel Lodolo

PORTUGAL

Cyrille Leveaux

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

Daniel Gallissaires

ROUMANIE

Michel Oldenburg

ROYAUME-UNI

Henri Baïssas

SUÈDE

Bruno Lanternier

SUISSE

Fabrice Lelouvier

TURQUIE

Axel Baroux

AMÉRIQUE DU NORD

CANADA

Patrick Imbert

ÉTATS-UNIS

Hervé Ochsenbein

AFRIQUE / PROCHE-ORIENT

ALGÉRIE

Bertrand de la Forest Divonne

ÉMIRATS ARABES UNIS

Chantal Garnier

TUNISIE

Jacques Torregrossa

ASIE / OCÉANIE

AUSTRALIE

Stephan Dubost

CHINE

Isabelle Fernandez

JAPON

Philippe Bardol



1 métier

Accompagner les entreprises françaises à l'international

À chaque étape de leur développement international, les entreprises trouvent chez UBIFRANCE une réponse sur mesure, à travers une panoplie de produits et de services déclinés en quatre gammes.

■ Conseil : cibler les marchés export

Faire le choix de l'export constitue souvent pour les entreprises un cap difficile à franchir. La raison d'être d'UBIFRANCE est précisément de les aider à surmonter ces difficultés. Les produits d'information d'UBIFRANCE leur permettent d'**identifier des opportunités d'affaires**, d'anticiper et de suivre l'évolution des marchés étrangers, ainsi que leur environnement juridique et réglementaire. Que ce soit sous forme de séminaires, de publications, d'études ou de veilles personnalisées, UBIFRANCE apporte aux entreprises des informations adaptées pour les aider à bien cibler leurs marchés à l'export et à se préparer à la prospection.

■ Contacts : rencontrer de futurs clients et partenaires

Pour identifier et prospectionner les interlocuteurs pertinents, ou valider l'adéquation d'un produit avec les attentes d'un marché, UBIFRANCE propose aux entreprises des solutions efficaces. Aussi bien sous la forme de **prestations individuelles** que d'**actions collectives d'envergure**, UBIFRANCE et les Missions Économiques facilitent la mise en contact des PME françaises avec leurs futurs clients, agents ou partenaires. Les actions collectives (pavillons France sur salons, rencontres de partenariat ou d'acheteurs) sécurisent la démarche à l'export des PME et renforcent la visibilité de l'offre française dans le monde.

■ Communication : gagner en visibilité auprès des décideurs étrangers

Pour gagner en visibilité et en notoriété, dans un environnement mondial toujours plus concurrentiel, les entreprises disposent, grâce à UBIFRANCE, d'outils de relations presse et d'e-business. Des spécialistes, en contact avec des centaines de journalistes, les aident à bâtir une stratégie de communication pour atteindre les décideurs étrangers : 90 % lisent la presse professionnelle. Le site **ubifrance.com**, le portail officiel des exportateurs français, permet aux entreprises de tous les secteurs d'activité de disposer d'une vitrine pour présenter leurs produits et saisir en ligne des opportunités d'affaires.

■ V.I.E : renforcer les ressources humaines à l'international

Le succès des entreprises sur les marchés étrangers dépend de la présence active d'hommes et de femmes sur le terrain. UBIFRANCE apporte des solutions de ressources humaines mobiles à travers le Volontariat International en Entreprise (V.I.E). Cette formule souple permet aux entreprises de confier à des jeunes talents des missions professionnelles à l'étranger (prospection commerciale, suivi de contrats, animation d'un réseau de distribution...) à des conditions avantageuses. Pour les entreprises, le V.I.E est à la fois une formule de prérecrutement et un tremplin pour l'emploi : 70 % des V.I.E se voient proposer un poste par leur entreprise d'accueil à l'issue de leur mission. Via **www.ubifrance.fr**, les entreprises ont accès aux CV de plus de 70 000 candidats aux compétences très variées (techniques, commerciales, linguistiques, gestion...).



4 Filières

Une organisation des équipes selon une logique sectorielle

Par son nouveau projet, UBIFRANCE s'engage à offrir un accompagnement individuel à chaque entreprise. Conséquence : une profonde réorganisation de ses équipes par filière, déclinée aussi bien en France que dans ses bureaux à l'étranger. Cette réorganisation permet d'offrir aux PME des interlocuteurs spécialisés dans leur secteur d'activité, ainsi qu'un accompagnement dans la durée.

AGROTECH



La filière Agrotech rassemble les produits alimentaires, les boissons, les vins et spiritueux, et les équipements et fournitures pour l'agriculture et les industries alimentaires.

I.T.I.



La filière Infrastructures Transports et Industries couvre les travaux publics, les routes, l'aéroportuaire, les transports ferroviaires et urbains, le secteur portuaire, la logistique et la sécurité maritime, l'environnement, l'énergie, la chimie, l'industrie automobile, le secteur naval, les matériaux, la plasturgie, les textiles techniques, la mécanique et l'aéronautique.

M.H.S.



La filière Mode Habitat Santé regroupe les secteurs d'activité orientés vers la personne : habitat, décoration, artisanat, produits ou événements culturels ou sportifs, tourisme, mode, luxe, santé, biotechnologies et cosmétiques.

N.T.I.S.



La filière Nouvelles Technologies Innovation et Services rassemble les TIC (électronique, informatique, télécoms), le spatial, l'audiovisuel et les contenus, ainsi que les services (banques, assurance, formation, immobilier, commerce, franchise et distribution, publicité et événementiel). Cette filière compte également une équipe dédiée aux pôles de compétitivité.

I.M.



Intelligence Marchés est un département transversal qui fournit de l'information opérationnelle sur l'environnement des affaires et les opportunités (projets et appels d'offres, marchés porteurs). Il conçoit et met en œuvre une programmation événementielle multisectorielle pour accompagner les entreprises françaises sur les marchés émergents à fort potentiel. Il définit la stratégie globale de production d'information, et encadre l'activité éditoriale d'UBIFRANCE.



NOS MISSIONS



Accompagner les victoires internationales des PME



Dans le cadre de la réforme du dispositif d'appui au commerce extérieur, UBIFRANCE est appelé par les pouvoirs publics à jouer un rôle moteur, en synergie avec les autres partenaires de l'exportation, pour remédier à l'une des principales faiblesses de notre commerce extérieur : le nombre restreint d'entreprises exportatrices et la place limitée des PME dans le commerce extérieur français.

Relever le défi de chaque projet export

UBIFRANCE dans le monde

L'année 2009 a été marquée par le transfert progressif des activités de nature commerciale des Missions Économiques à UBIFRANCE, désormais doté de son propre réseau à l'étranger.



BUREAUX INTÉGRÉS LE 1^{ER} JANVIER 2009

ALLEMAGNE
Düsseldorf

ÉMIRATS ARABES UNIS
Dubai

ÉTATS-UNIS
– New York
– Chicago
– Atlanta
– San Francisco

ITALIE
Milan

ROYAUME-UNI
Londres

TURQUIE
Istanbul

CANADA
– Toronto
– Vancouver
– Montréal

ESPAGNE
– Barcelone
– Madrid

BUREAUX INTÉGRÉS LE 1^{ER} SEPTEMBRE 2009

ALGÉRIE
Alger

AUSTRALIE
Sydney

AUTRICHE
Vienne

BELGIQUE
Bruxelles

CHINE
– Canton
– Chengdu
– Hong-Kong
– Pékin
– Shanghai
– Wuhan

DANEMARK
Copenhague

JAPON
– Tokyo
– Osaka

FINLANDE
Helsinki

GRÈCE
Athènes

HONGRIE
Budapest

IRLANDE
Dublin

NORVÈGE
Oslo

PAYS-BAS
Amsterdam

POLOGNE
Varsovie

PORTUGAL
Lisbonne

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE
Prague

ROUMANIE
Bucarest

SUISSE
Zürich

SUÈDE
Stockholm

TUNISIE
Tunis

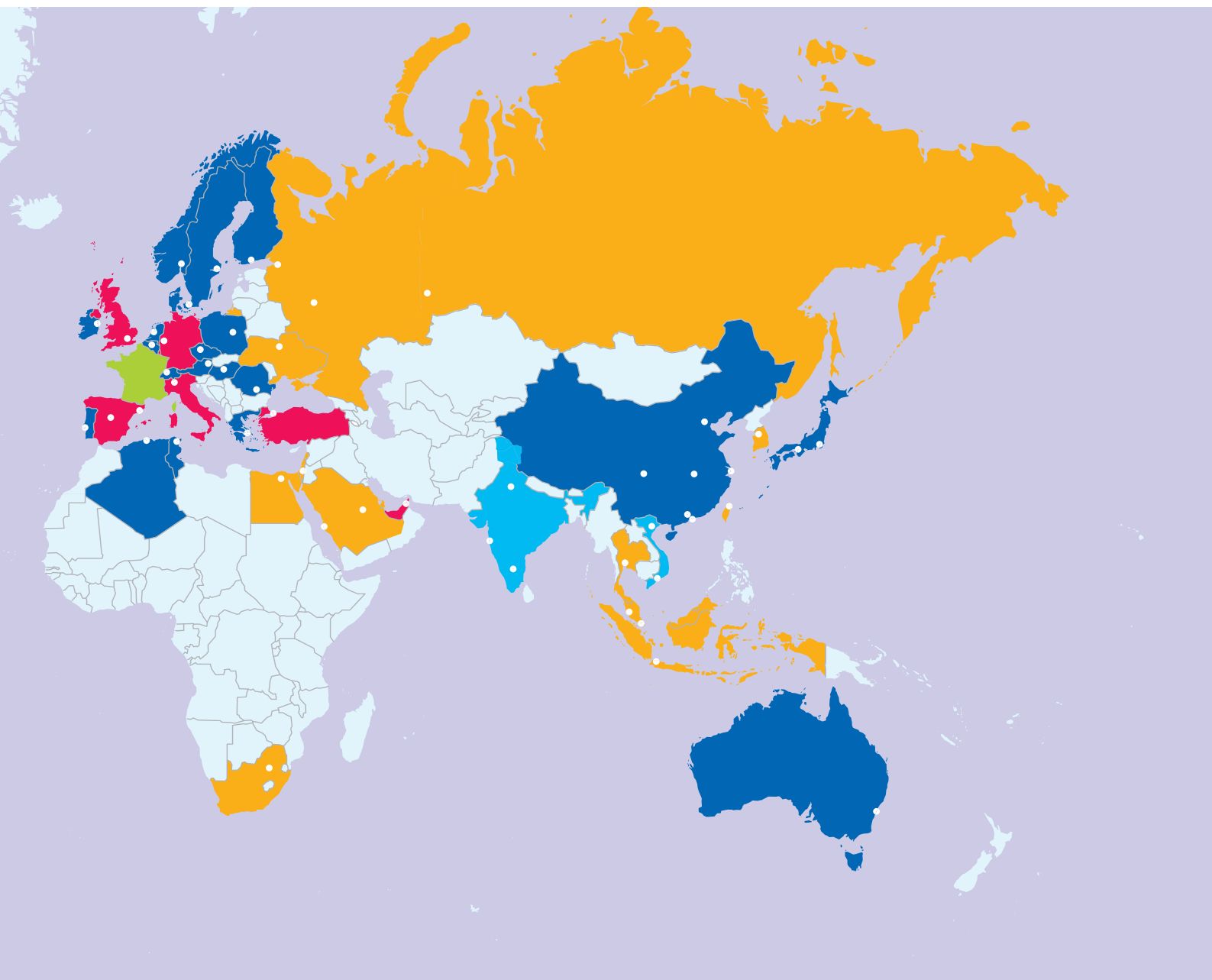
Des Directeurs Pays animent des équipes réparties dans 44 pays, sur un ou plusieurs sites, et structurées en filière de sorte à tisser de véritables communautés sectorielles mondiales en relation avec les équipes d'UBIFRANCE en France.



Axel Baroux

Directeur
UBIFRANCE Turquie

Nos équipes multiculturelles, organisées en filières, ouvrent les portes des marchés étrangers aux PME françaises.



**BUREAUX INTÉGRÉS
LE 1^{ER} JANVIER 2010**

INDE

- New Delhi
- Bombay
- Bangalore

VIETNAM

- Ho Chi Minh-Ville
- Hanoï

BUREAUX INTÉGRÉS LE 1^{ER} SEPTEMBRE 2010

**AFRIQUE
DU SUD**

- Johannesburg

**ARABIE
SAOUDITE**

- Riyad
- Djeddah

BRÉSIL

- Rio de Janeiro
- São Paulo

CORÉE DU SUD

- Séoul

ÉGYPTE

- Le Caire

INDONÉSIE

- Djakarta

ISRAËL

- Tel-Aviv

MALAISIE

- Kuala Lumpur

MEXIQUE

- Mexico

SINGAPOUR

- Singapour

RUSSIE

- Moscou
- Saint-Petersbourg
- Iekaterinbourg

THAÏLANDE

- Bangkok

TAÏWAN

- Taipei

UKRAÏNE

- Kiev

UBIFRANCE en régions

Six directeurs interrégionaux contribuent à cimenter les liens entre UBIFRANCE et ses partenaires de l'Équipe de France de l'Export. Avec l'appui de 22 délégués d'UBIFRANCE, présents dans chaque région, ils entretiennent un dialogue permanent avec les différents acteurs locaux (CCI, conseils régionaux, interprofessions, groupements professionnels locaux...), afin de coopérer efficacement à l'accompagnement des entreprises et la mise en place du « Programme France ».

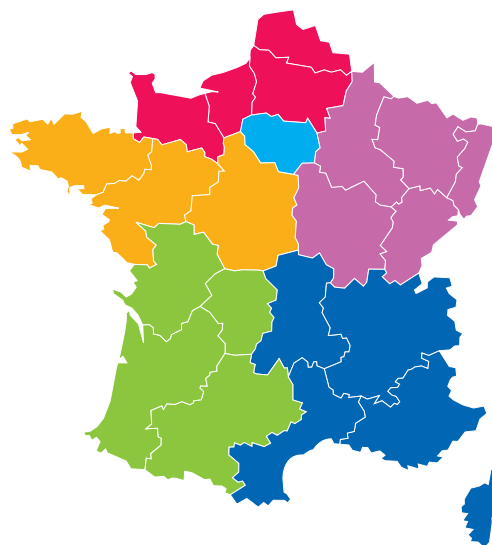
Didier Bourguignon

Directeur interrégional Nord-Ouest



Une confiance mutuelle s'est installée avec nos partenaires au plus grand profit des entreprises. UBIFRANCE est désormais perçue comme un organisme régional, ce qui est primordial pour l'accessibilité de nos services aux PME locales.

Proche des PME en régions



■ GRAND SUD-EST

Auvergne, Corse, Languedoc-Roussillon, Paca, Rhône-Alpes

■ NORD-OUEST

Basse et Haute-Normandie, Nord-Pas-de-Calais, Picardie

■ GRAND EST

Alsace, Bourgogne, Champagne-Ardenne, Franche-Comté, Lorraine

■ OUEST

Bretagne, Centre, Pays de la Loire

■ ÎLE-DE-FRANCE

Paris, Val-de-Marne, Seine-et-Marne, Seine-Saint-Denis, Hauts-de-Seine, Yvelines, Essonne, Val-d'Oise

■ SUD-OUEST

Aquitaine, Limousin, Midi-Pyrénées, Poitou-Charentes

Chaîne de valeur logistique

UBIFRANCE a conclu des partenariats avec des groupes, pour offrir aux PME, dans le cadre de leurs démarches à l'export, des solutions logistiques à des tarifs préférentiels : Air France pour les transports

aériens, Chronopost pour l'expédition de plaquettes ou d'échantillons, HSBC pour des services bancaires ciblés sur des projets internationaux. En 2010, UBIFRANCE enrichira cette chaîne de valeur logistique en passant une convention

avec un groupe hôtelier pour les hébergements à l'étranger, et avec Viadeo pour faciliter l'accès de nos clients aux solutions offertes par le réseautage social virtuel : recrutement, développement de communautés d'affaires, contacts BtoB.

UBIFRANCE capitaine de l'Équipe de France de l'Export

UBIFRANCE a engagé une politique structurelle de coopération avec les différents acteurs du soutien à l'export, proches des entreprises, dans l'ensemble des secteurs et des régions françaises.

La dynamique d'une équipe

L'Équipe de France de l'Export a été mise en place pour **rassembler les forces et les expertises** des différents acteurs de l'accompagnement des entreprises à l'international. Créée en avril 2008 à l'initiative de Christine Lagarde, ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi, et d'Anne-Marie Idrac, secrétaire d'État chargée du Commerce extérieur, l'Équipe de France de l'Export regroupe UBIFRANCE et les Missions Économiques, l'Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie (ACFCI), l'Union des chambres de commerce et d'industrie françaises à l'étranger (UCCIFE), les principales agences publiques de soutien aux exportations (Coface, INPI, OSEO, AFD...), les conseillers du commerce extérieur de la France (CCEF), les opérateurs spécialisés dans le commerce international (OSCI, Sopexa, Adepta...), l'association Pacte PME International et la Direction générale du Trésor (DG Trésor).

Plus simple, plus efficace, plus compétitif

Les partenaires de l'Équipe de France de l'Export travaillent main dans la main pour :

- **simplifier** le dispositif d'appui aux entreprises françaises autour d'une « chaîne de valeur ». En amont de cette chaîne, les Chambres de commerce et d'industrie (CCI) assurent la prospection et la détection des PME non exportatrices ayant un potentiel à l'export. Ensuite, UBIFRANCE et son réseau de Missions Économiques dans le monde préparent et accompagnent les PME dans leurs démarches à l'export. Au bout de la chaîne, les Chambres de commerce et d'industrie françaises à l'étranger soutiennent les PME dans leurs projets d'implantation locale ;
- **doubler** le nombre d'accompagnements d'entreprises (20 000 d'ici à fin 2011) et élargir la cible géographique des exportateurs déjà accompagnés ;
- **accompagner** 10 000 nouvelles entreprises non exportatrices d'ici à fin 2011 ;
- **développer** conjointement la formule du Volontariat International en Entreprises (V.I.E), qui contribue au renforcement de la présence française sur les marchés extérieurs ;
- constituer un **programme concerté** d'actions collectives d'accompagnement d'entreprises à l'international dénommé « Programme France » ;



Jean-Philippe Arvert

Directeur CCI International Lorraine

« La grande confiance entre la déléguée régionale UBIFRANCE et CCI International Lorraine constitue un atout essentiel pour proposer aux entreprises régionales des actions adaptées à leurs besoins. La conquête de nouvelles entreprises exportatrices passe avant tout par ce travail en binôme et la capacité à créer une confiance mutuelle. De plus, la complémentarité entre mon équipe et les attachés sectoriels UBIFRANCE a prouvé son efficacité, notamment dans l'organisation de manifestations comme les Journées Pays, les rencontres B2B, les missions individuelles ou collectives. Notre partenariat est un vrai tremplin pour le développement des entreprises lorraines sur les marchés internationaux. »

- suivre chaque entreprise accompagnée pour **évaluer** en permanence les actions mises en œuvre à leur bénéfice, et garantir dans la durée l'efficacité des aides apportées.

Les missions de l'Équipe de France de l'Export

- **Informier** les exportateurs potentiels sur les dispositifs existants d'aide à l'exportation, informer les entreprises primo-exportatrices sur les caractéristiques des marchés qu'elles souhaitent cibler, les accompagner dans la recherche d'un financement (Coface, OSEO), voire subventionner certaines de leurs démarches prospectives.
- **Accompagner et faciliter** l'accès aux marchés étrangers : les PME peuvent bénéficier d'aides et de dispositifs de conseil et de portage pour leur implantation commerciale sur les marchés étrangers. Pacte PME International développe, par exemple, un réseau de sociétés prêtes à héberger, au sein de leurs locaux, les équipes de PME ou TPE primo-exportatrices.



NOS ACTIVITÉS



Soutenir les entreprises aux moments décisifs



Les équipes d'UBIFRANCE se sont fortement mobilisées pour aider les entreprises à relever les défis de l'export. 92 % des clients d'UBIFRANCE se sont déclarés satisfaits de ses services*. Près de la moitié des entreprises accompagnées en 2009 étaient déjà clientes d'UBIFRANCE.

* Baromètre Ipsos 2009.

Accompagner les entreprises

UBIFRANCE a réalisé 19 500 accompagnements d'entreprises sur les marchés étrangers en 2009, contre 13 100 l'année précédente et 9 700 en 2007, doublant ainsi le nombre de ses accompagnements en deux ans. UBIFRANCE a dépassé de 37 % ses objectifs fixés pour 2009. Dans le cadre de ses partenariats, UBIFRANCE a accompagné, dès 2009, près de 3 000 primo-exportateurs sur 4 000 détectés.

Green Pass

Pour soutenir le développement international des éco-entreprises, UBIFRANCE a mis en place le Green Pass, un dispositif d'accompagnement d'une durée de 6 à 18 mois et compatible avec les services de ses partenaires (CCI, Coface, OSEO, INPI). Les TPE/PME sont suivies par un correspondant sectoriel d'UBIFRANCE à chaque étape de leur projet export : l'identification et la prise d'informations sur un à trois marchés cibles, la validation du potentiel auprès de contacts locaux ciblés et l'organisation de rendez-vous BtoB dans les pays retenus.

Progression des accompagnements par filière

Avec 4 315 accompagnements d'entreprises, la filière des infrastructures, des transports et de l'industrie enregistre une **progression de ses activités de 136 %** en 2009. Les secteurs économiques touchant la personne (habitat, tourisme, biotechnologies, cosmétique, santé, mode et culture) ont fait l'objet de 5 014 accompagnements, en progression de 123 % par rapport à l'année précédente. La filière technologies de l'information et de la communication a enregistré une progression de 157 % de ses accompagnements, au nombre de 3 593 en 2009. Les 4 243 accompagnements dans la filière des technologies et produits agroalimentaires représentent, quant à eux, une hausse de 117 %.



Nasser El Mamoune

Chef du département ITI
(infrastructures, transports, industries)

À l'heure du plan de relance verte et du Grenelle de l'environnement, le poids économique des éco-entreprises françaises est évalué à 60 milliards d'euros. Face au leadership des grands groupes historiques français, la place des PME reste encore modeste sur les marchés internationaux. En 2009, UBIFRANCE a organisé 30 opérations collectives, soit 522 accompagnements d'éco-entreprises, en particulier sur le pourtour méditerranéen, l'Asie et l'Europe.

Programme Primo-Pass : coup de pouce anti-crise

Fin 2009, UBIFRANCE met en place un programme export spécifique aux TPE (entreprises de moins de 20 salariés) et primo-exportateurs pour les accompagner dans leurs projets sur les marchés étrangers. Ce programme comprend un panel de prestations sur mesure, réalisées à un tarif préférentiel selon les besoins précis des clients sur le marché local ciblé : préparation à un salon professionnel, suivi de prospects, traduction de documents commerciaux... Il est directement accessible aux entreprises ou *via* les fédérations pouvant prendre en charge une partie du coût des prestations. Voulu par Anne-Marie Idrac, le Programme *Primo-Pass* est une aide à la sortie de crise économique.



Isabelle Fernandez

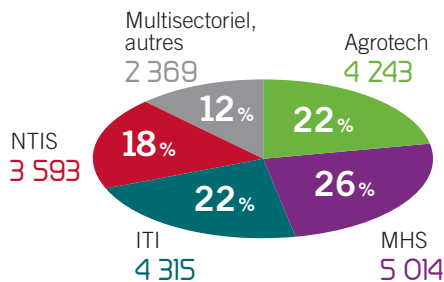
Directrice UBIFRANCE Chine





En Chine, les équipes d'UBIFRANCE ont accompagné plus de 1200 entreprises en 2009. Les accompagnements individuels ont progressé de 110 %, et les accompagnements collectifs de 131 %. Du côté des V.I.E, la Chine talonne désormais les États-Unis

pour la première marche du podium, avec 620 jeunes Volontaires en mission dans le pays, fin 2009, pour le compte de 314 entreprises, dont 44 % de PME.

Accompagnements par filière

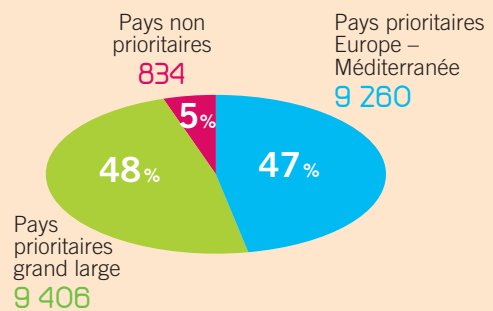
La répartition sectorielle des entreprises accompagnées sur les marchés étrangers est équilibrée.



-  **AGROTECH** Produits et technologies agroalimentaires
-  **NTIS** Nouvelles technologies, innovation, services
-  **MHS** Mode, habitat, santé
-  **ITI** Infrastructures, transports, industrie

Accompagnements par zone

Les accompagnements sur l'Europe et le bassin méditerranéen s'équilibrent avec les accompagnements d'entreprises sur les marchés plus lointains.



L'Europe, premier marché d'exploration des PME et qui concentre 62 % des exportations françaises, a été la cible de 36 % des actions d'accompagnement en 2009 (en hausse de 46 % par rapport à 2008).

Succès du soutien individualisé de la démarche à l'export

Le SIDEX est une procédure de soutien financier individualisé spécifiquement destinée aux PME/TPE françaises, et dont la gestion a été confiée à UBIFRANCE par la secrétaire d'État chargée du Commerce extérieur. Ce dispositif soutient un projet de développement export clairement identifié (finalisation d'un contrat, d'un partenariat ou prospection de nouveaux marchés étrangers).

Grâce aux efforts de simplification de cette procédure, notamment par la forfaitisation de l'aide en fonction du type de mission et de la zone ciblée, et grâce à sa notoriété croissante, plus de 3 600 SIDEX ont été instruits en 2009, pour un montant global de plus de 3 millions d'euros.

Quelque 580 entreprises bénéficiaires du SIDEX ont déclaré avoir conclu des affaires lors de leurs déplacements,

le volume de contrats s'élevant, selon un bilan provisoire, à plus de 37 millions d'euros. D'autres retombées sont à attendre à moyen et long terme.

La procédure SIDEX a permis à UBIFRANCE et à ses partenaires d'identifier de nouvelles entreprises à accompagner, et d'inscrire ce soutien dans la séquence d'actions qu'UBIFRANCE met en place pour suivre, dans la durée, chaque entreprise à l'international.

Une gamme de prestations opérationnelles



UBIFRANCE est présent sur les marchés qui concentrent l'essentiel des échanges mondiaux, afin d'aider les entrepreneurs français à identifier les opportunités et les contacts utiles, et de les accompagner dans leurs actions de prospection, de promotion et d'implantation. Un objectif anime les équipes d'UBIFRANCE : faire aboutir les projets à l'export de chaque entreprise.

Gamme Contacts



Pascal Rogard

Sous-Directeur Europe et partenariats internationaux à la DGCIS (Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services)

Soutenir l'innovation à l'international

La DGCIS se félicite de la collaboration avec UBIFRANCE, qui permet, dans le cadre de la convention signée en janvier 2009, d'accompagner les pôles de compétitivité et leurs membres à l'international. Après un peu plus d'une année de fonctionnement, le travail accompli a été très positif avec dix opérations collectives et sept rencontres partenariales en 2009. Plusieurs opérations ont eu des suites concrètes, en particulier celles menées pour les pôles automobile au Japon, reconduites en 2010, année où l'accent est mis sur les rencontres partenariales. Avec 32 opérations programmées en 2010, le budget alloué à UBIFRANCE est en hausse, et témoigne de la relation durable entre l'Agence et la DGCIS.



Damien Dodane

Directeur général adjoint de Cristel, fabricant d'articles culinaires en inox

Un soutien concret

J'ai participé, avec UBIFRANCE, à un salon au Brésil où je ne serais pas allé seul. Cela m'a permis de trouver un distributeur. Le soutien pour nous repose sur ce type d'actions concrètes.

INDICATEURS 2009

512 opérations collectives organisées à l'étranger par UBIFRANCE et les Missions Économiques (contre 423 en 2008) ayant généré près de **9 000 accompagnements** (contre 6 200 en 2008) sur plus de **100 pays**. Ces opérations bénéficient d'un soutien financier de l'État, et sont donc accessibles aux plus petites entreprises (plus d'un quart sont des TPE).

Parmi ces opérations collectives inscrites au Programme France, **60 % sont inédites** et 40 % sont des actions renouvelées. La procédure de labellisation a permis de financer 230 opérations collectives supplémentaires inscrites au Programme France et organisées par des partenaires publics ou privés.

Ces actions ont généré **3 800 accompagnements**, soit une progression de **7 %** par rapport à 2008.

Près de 3 000 accompagnements individuels ont également été réalisés (contre 2 340 en 2008), pour un chiffre d'affaires de plus de 3 millions d'euros.

Un taux de satisfaction global de 92 % parmi les entreprises accompagnées par UBIFRANCE (source : baromètre de satisfaction Ipsos 2009).

INDICATEURS 2009

250 000 projets et appels d'offres ont été intégrés dans la base de données PROAO d'UBIFRANCE.

3 964 documents ont été produits et diffusés :

- 2 864 documents gratuits (dont 1 936 *Brèves* et 843 *Fiches de synthèse*) ;
 - 1 100 documents payants (dont 148 *Guides répertoires*, 29 ouvrages de la collection *Essentiel d'un marché* et 18 de la collection *S'implanter*).
- Les documents payants représentent 54 % de la production hors brève.

9 139 clients (non uniques) ont consommé nos produits éditoriaux, et 91 % parmi les entreprises interrogées en ont été satisfaits. Ces produits ont généré 1,56 million d'euros de chiffre d'affaires.

2 156 clients (non uniques) ont utilisé des produits personnalisés (y compris hotline réglementaire et juridique). Le taux de satisfaction global est de 91 %, parmi les entreprises interrogées.

49 ateliers d'information ont été organisés au cours de l'année et **18** rencontres avec experts sectoriels.

Ces **67** événements ont généré **1 927** clients (non uniques). Leur taux de satisfaction global est de 94 %, parmi les entreprises interrogées.



Isabelle Raux

Chef du service organisations internationales et bailleurs de fonds d'UBIFRANCE

Démystifier l'accès aux projets internationaux

Les marchés financés par les bailleurs de fonds internationaux, comme

la Banque mondiale, les banques régionales de développement, l'ONU, la Commission européenne ou les organismes d'aides bilatéraux, ne sont pas réservés aux groupes. Les PME trouvent chez UBIFRANCE un service dédié pour les accompagner dans leurs démarches sur ces marchés qui représentent, chaque année, des milliards de dollars de contrats de travaux, ou pour l'achat de biens

ou de services. UBIFRANCE propose une base de données d'informations sur les projets et appels d'offres (PROAO) accessible en ligne et alimentée chaque jour, des ateliers d'information et de formations sur mesure en France pour mieux se positionner auprès des opérateurs locaux et des bailleurs de fonds en amont des projets, puis répondre de façon appropriée aux appels d'offres, et enfin des rencontres acheteurs et décideurs au siège des organismes. En 2010, UBIFRANCE développe cet accompagnement en séquences pour assurer un meilleur suivi des PME dans leurs projets.

Les Focus export pour cibler les marchés prioritaires

Les *Focus export* sont des synthèses gratuites de 8 à 12 pages présentant, dans le cas d'un *Focus pays*, l'environnement macroéconomique et les secteurs porteurs d'un pays, et dans le cas d'un *Focus secteur*, les pays offrant les meilleures opportunités dans ledit secteur. Ces synthèses électroniques sont rédigées et mises à jour annuellement par les chargés d'études d'UBIFRANCE et les bureaux à l'étranger, avec l'objectif d'apporter aux TPE et PME un contenu pragmatique. Elles sont conçues à partir des analyses réalisées au cours du cycle stratégique d'UBIFRANCE mis en place à la suite de la réorganisation de ses activités par filière.

Projet 2010-2011 : la dématérialisation

Initiée en 2009, la dématérialisation de l'information est un des grands chantiers 2010-2011 d'UBIFRANCE. L'enjeu est de proposer aux clients, au premier rang desquels les TPE/PME, une offre qui, à chaque étape clef de leur développement export, réponde à leurs besoins spécifiques : des produits d'information plus concrets, directement opérationnels, mis à jour régulièrement et accessibles quels que soient le format ou le support (PDF, HTML, RSS...). Ils seront produits notamment à partir de sources mutualisées pour l'ensemble du réseau, et gérés via un outil unique, en interaction avec les autres applications structurantes de l'Agence, plus simple d'utilisation, performant et convivial. À terme, cette offre d'information de demain sera en ligne sur l'espace client du site ubifrance.fr

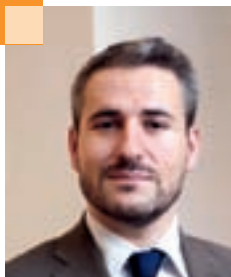
La communication internationale à la portée des PME

Depuis 25 ans, les équipes d'UBIFRANCE ont tissé des relations privilégiées avec les journalistes de la presse étrangère, et aident les PME à tirer parti de ces vecteurs de visibilité et de notoriété pour promouvoir leurs produits ou leurs actions commerciales à l'étranger. En 2009, UBIFRANCE a mis en place de nouveaux « services presse », véritables ambassadeurs de la gamme communication de l'Agence. Désormais intégrés aux bureaux d'UBIFRANCE à l'étranger, 17 services presse couvrant 39 marchés étrangers sont structurés selon la logique sectorielle de l'Agence, afin d'intégrer l'offre de communication aux séquences d'accompagnement. Sous forme de communiqués de presse, de conférences de presse ou de rendez-vous avec des journalistes, l'offre de communication est devenue un complément des actions collectives organisées à l'étranger.

De nouvelles prestations ont été développées en 2009 pour renforcer l'efficacité de l'offre communication

Les relations publiques : la prestation « networking cocktail » permet aux entreprises françaises de développer un réseau d'affaires sur un marché étranger. Une opération qui réunit décideurs économiques, institutionnels et journalistes dans un cadre prestigieux.

La publicité professionnelle : la prestation « conseil médias » permet d'accompagner le client dans ses achats d'espaces publicitaires à l'étranger, en le conseillant sur les supports les plus adaptés et en lui apportant un support opérationnel (information sur les tarifs, traduction et adaptation des insertions ou publi-reportages).



Roberto Diez

Responsable du pôle presse et communication, UBIFRANCE Espagne

L'enjeu de notre action est double : nous sommes les porte-voix qui valorisent les entreprises dans leurs projets à l'étranger, et nous assurons la promotion de nos propres

opérations collectives à l'étranger. Outre la presse professionnelle, nous sommes de plus en plus présents dans la presse en ligne, la presse généraliste, voire la presse audiovisuelle, pour promouvoir des projets comme l'ouverture d'un point de vente ou la promotion d'un événement grand public. Pour les entreprises qui ont déjà posé des jalons sur un marché étranger, la communication dans la presse prend tout son sens, car les journalistes peuvent mettre en lumière leur implication sur ce marché : partenariat, lancement d'un nouveau produit, participation à un salon, ouverture de filiale...



Mohamed Khodja

Chef du service marketing online

UBIFRANCE lance, en 2010, une nouvelle plateforme Internet dédiée à la promotion de l'activité des bureaux d'UBIFRANCE à l'étranger. Treize pays pilotes sont concernés : Allemagne, Canada, Chine, Danemark, Émirats arabes unis, Espagne, Japon, Singapour, Suède, Thaïlande, Italie, Singapour et le Royaume-Uni. Sur cette plateforme, chaque bureau disposera à terme de son site web, sous forme de blog dans la langue du pays, pour mieux valoriser les opérations d'UBIFRANCE auprès des entreprises et autres acteurs économiques locaux. L'accès à ce nouvel outil de communication pourra se faire à travers www.ubifrance.com. Des passerelles entre ces blogs et les sites de réseaux sociaux tels que Viadeo, Facebook ou LinkedIn, multiplieront les opportunités d'échanges et de contacts d'affaires.

INDICATEURS 2009

5% des clients de l'Agence ont consommé une prestation de la **gamme communication**.

Un nombre de clients **en hausse de 17%** par rapport à 2008, grâce aux opérations couplées avec les prestations d'accompagnement salon.

72% des clients de la gamme communication sont des PME.

Les prestations de relations presse/relations publiques constituent le pilier de l'offre, avec **85% des ventes en volume et 92% du CA**.

Un taux de satisfaction clients en hausse de 5 points, à 89 % sur le produit communiqué de presse, la prestation phare des relations presse/relations publiques.

(source : baromètre de satisfaction IPSOS 2008)

Gamme V.I.E

Depuis la création du **Volontariat International en Entreprise** en 2000, plus de 26 000 jeunes ont été envoyés à l'étranger en mission professionnelle pour le compte de 3 200 entreprises.



Pierre Lignot
Directeur UBIFRANCE Italie

Grand Prix V.I.E Méditerranée

Le Palais Farnese, à Rome, a accueilli, fin novembre 2009, le Grand Prix V.I.E Méditerranée 2009, en présence d'Anne-Marie Idrac, d'Alain Cousin et de Bruno Durieux, président du Comité national des conseillers du commerce extérieur de la France. Organisé par UBIFRANCE et la section Italie des CCEF, il s'agissait du premier Grand Prix V.I.E « international » à l'échelle du bassin méditerranéen, avec 12 pays représentés, 97 candidats, 8 catégories de prix, 18 lauréats, 300 invités du monde des affaires et le soutien actif des entreprises partenaires et des Missions Économiques-UBIFRANCE, services économiques et sections CCEF des pays concernés. Le premier prix a été décerné à Sylvain Lassalle, V.I.E en poste en Tunisie pour la société PROCIDEC, PME de 80 personnes spécialisée dans le découpage de pièces métalliques.



Olivier Schoepfer
Directeur export d'Accents du Sud-Ouest
(5 salariés), service export de 7 vignerons

Nous avons envoyé aux États-Unis un V.I.E pour accompagner les distributeurs sur place. Pour une petite structure comme la nôtre, cette formule, avec son coût limité, est le seul moyen d'assurer une présence sur le terrain. Et même nos partenaires américains sont aujourd'hui demandeurs.

Séverine Calvière

société Storvision spécialisée
dans la vidéoprotection (Vendôme, 35 personnes)



Une expérience concrète

Ma mission V.I.E de deux ans, au Maroc, commencée en février 2008, a permis d'amorcer l'activité de Storvision dans ce pays où elle a créé une succursale. Nous avons signé, en 2009, un partenariat avec des distributeurs marocains, et nous exportons aujourd'hui sur le marché africain. À la fin de ma mission, Storvision m'a embauchée et je travaille toujours au Maroc comme responsable commerciale pour le Maghreb.

Les mesures publiques 2009 et 2010 pour le V.I.E

Plusieurs mesures nouvelles ont été prises, sous l'impulsion d'Anne-Marie IDRAC, pour encourager l'utilisation de V.I.E par les entreprises françaises, en complément des aides existantes : crédit d'impôt export, soutien financier par les collectivités territoriales...

- Réduction pour les PME des acomptes à verser en début de contrat. Les avances de trésorerie sont aussi diminuées jusqu'à 65%.
- Pour les entreprises de plus de 250 salariés, prise en compte des V.I.E dans les quotas de calcul pour le taux majoré de la taxe d'apprentissage.
- Intégration du Volontariat International en Entreprise dans la nouvelle loi portant création d'un service civique.

INDICATEURS 2009

Avec **6 357 V.I.E** en poste à fin 2009 dans **137 pays**, la formule a bien résisté à la crise, notamment sur un marché de l'emploi en France très déprimé pour les jeunes diplômés.

Certains grands groupes, utilisateurs importants de volontaires, ont été amenés à geler des missions dans des pays particulièrement touchés par les difficultés économiques, mais cette baisse des affectations a été compensée par l'arrivée de **500 nouvelles sociétés**, presque toutes des PME, qui ont utilisé la formule V.I.E pour la première fois en 2009. Cette catégorie d'entreprises, qui manque souvent de collaborateurs dédiés sur les marchés extérieurs, représente, en 2009, près de **66% du nombre d'entreprises utilisatrices de V.I.E.**

➤ PROFIL

90% ont un niveau d'études bac + 5 et plus. On constate une prédominance des ingénieurs (36%) devant les écoles de commerce (32%).

Les V.I.E ont en moyenne **25 ans**, partent pour **18 mois à l'étranger**, et sont à **33% des femmes.**

➤ ORIENTATION

Le nombre de candidats a augmenté fortement dès 2008 pour atteindre **70 000** fin 2009. UBIFRANCE, avec ses partenaires de l'Équipe de France de l'Export, a multiplié les forums de rencontres **PME/candidats en région.** Pour les profils complexes ou rares, une équipe de « recruteurs » a été mise en place.

Une convention a été signée entre l'Agence et le Pôle Emploi International pour capitaliser les savoir-faire dans la recherche de candidats.

Le Club des anciens V.I.E qui regroupe aussi les ex-volontaires en administration et les coopérants du Service National. **9 000 membres**, ayant tous partagé cette même expérience de vie professionnelle à l'étranger, sont désormais autant d'ambassadeurs de la formule auprès des jeunes et des entreprises.

Nos orientations en 2010

LES OBJECTIFS GLOBAUX

Réaliser **21 800** accompagnements d'entreprises françaises sur les marchés étrangers.

Accompagner **3 200** nouveaux exportateurs potentiels en partenariat avec les CCI, pour un objectif de 10 000 à l'horizon de 2011.

7 200 V.I.E en mission dans le monde, fin 2010, soit une hausse de 15 % sur un an.

Porter à plus de **17 %** la part de marché d'UBIFRANCE auprès des PME exportatrices réalisant un CA à l'export entre 100 000 euros et 10 millions d'euros.

Le *Programme France* prévoit 1 300 opérations en 2010 (soit +45 % par rapport à 2009) dans 100 pays.

Dans le cadre de ce Programme, UBIFRANCE et les Missions Économiques prévoient de réaliser ou soutenir plus de 340 pavillons France et 730 rencontres BtoB.

Les pays prioritaires dans le cadre du « Programme France »

- **Russie** : 46 opérations collectives, et accompagnement de 800 entreprises.
- **Inde** : 38 opérations collectives, et accompagnement de 500 entreprises.
- **Afrique du Sud** : 20 opérations collectives, et accompagnement de 250 entreprises.
- **Bassin méditerranéen** : 111 opérations collectives programmées dans les pays de la rive sud de la Méditerranée, et accompagnement de 2 800 entreprises.

Les secteurs prioritaires dans le cadre du Programme France

- **Produits et filières alimentaires** : 120 opérations collectives, et accompagnement de 1 300 entreprises.
- **Pôles de compétitivité et partenariat technologique** : 31 opérations collectives, et accompagnement de 450 entreprises.
- **Infrastructures – transports** : 75 opérations collectives, et accompagnement de 900 entreprises.
- **Énergie et environnement** : 136 opérations collectives, et accompagnement de 1 600 entreprises.



Trois chantiers stratégiques

Le « Programme France »

coordonner les actions
des différents acteurs
du soutien à l'export

Simplification, coordination et synergie sont les mots clés qui caractérisent le « Programme France », lancé officiellement le 13 octobre 2009 par le secrétariat d'État chargé du Commerce extérieur. Les entreprises ont désormais accès sur un même site (www.programme-france.fr) à l'agenda des programmes d'actions collectives à l'étranger conduits par UBIFRANCE, les CCI en France et à l'étranger, et par SOPEXA et ADEPTA. Quelque **1 300 opérations** représentant un potentiel de plus de **18 000 accompagnements**, dont 60 % gérés directement par UBIFRANCE, 22 % au travers de la procédure de labellisation (dont la moitié pilotées par les CCI en France et à l'étranger) et 18 % par SOPEXA/ADEPTA, sont proposés de façon homogène aux entreprises ciblant les marchés étrangers. 2010 sera l'année de consolidation du chantier ouvert en 2009, avec le rodage des procédures favorisant la coordination au sein de l'Équipe de France de l'Export pour le montage concerté du Programme, sans oublier les efforts pour sa promotion auprès des entreprises.

La relation clients

au cœur de l'accompagnement
des entreprises à l'international

L'année 2010 sera une année charnière pour la relation clients placée au cœur de la démarche d'accompagnement d'UBIFRANCE. La relation clients reposera sur des collaborateurs dédiés, un nouvel outil et des stratégies sectorielles. Des **Responsables de Comptes Clients** seront ainsi désignés pour suivre un portefeuille de clients et s'assurer que chaque entreprise accompagnée aura été mise en relation avec, au minimum, un collaborateur du réseau dans l'année. Cet objectif vise à garantir le **suivi individuel et durable** des clients d'UBIFRANCE. Pour ce faire, UBIFRANCE développe un outil de relation clients (SICOM) qui permettra aux collaborateurs du réseau de partager l'historique de tous les échanges entre UBIFRANCE et les entreprises (rendez-vous, entretiens, etc.). Enfin, des stratégies de développement sectoriel seront définies chaque année pour déterminer les objectifs de relations clients, secteur par secteur, comme le développement de la prospection, la fidélisation ou la sensibilisation à des gammes d'accompagnement non encore utilisées.

« Panoramas sectoriels »

un outil de décision
pour arbitrer nos orientations

UBIFRANCE élabore des « Panoramas sectoriels » qui comparent les forces et faiblesses de l'offre française avec la dynamique de la demande mondiale. En consolidant en un seul corpus sa **connaissance de l'offre française**, de son positionnement au regard du commerce mondial et de la demande internationale, UBIFRANCE se dote d'un **outil d'aide à la décision** pour optimiser son plan d'actions secteur par secteur. **Cinquante-deux secteurs** porteurs ont été identifiés par UBIFRANCE. Chacun d'eux fait l'objet d'une présentation de l'offre française par région (tissu industriel, segmentation de l'offre, distribution, acteurs) et d'une présentation des marchés porteurs (évaluation des marchés, leurs principaux acteurs, les réseaux et la demande). Les « Panoramas sectoriels » sont actualisés tous les ans à partir des contributions des collaborateurs du réseau UBIFRANCE.





NOS ENGAGEMENTS



La diversité est notre force et notre identité



UBIFRANCE est devenu une multinationale à taille humaine, où toutes les composantes de sa diversité doivent être valorisées : âge, sexe, origines, parcours, formation. La diversité est l'un de nos leviers de performances, permettant aux talents d'émerger là où ils sont et les mettant en résonance avec les besoins de nos entreprises.

RESPONSABILITÉ

sociale et environnementale



Chez UBIFRANCE, la diversité est structurelle. Notre réseau mondial de collaborateurs est l'un des moteurs de notre réussite. Pour eux et pour nos clients, nous cherchons en permanence à innover et à améliorer nos performances dans une démarche de qualité et de proximité.

500

collaborateurs
à l'étranger

28

 pays

40

 nationalités

Les Ressources Humaines d'un réseau mondial multiculturel : développement et gestion de la diversité

En quelques mois, la diversité est devenue l'identité d'UBIFRANCE. En 2009, plus de 500 collaborateurs à l'étranger, répartis dans 28 pays, plus de 40 nationalités, des générations différentes, des fonctionnaires, des volontaires internationaux, des contractuels de droit public, des salariés de droit local, tous employés jusqu'alors par l'État, ont fait le choix de rejoindre l'Agence et ses 500 collaborateurs en France.

Réorganisées autour de ses métiers et de ses filières, les équipes du nouvel UBIFRANCE travaillent désormais ensemble afin de relever un défi commun sous une marque commune : offrir aux entreprises françaises un accompagnement complet, depuis nos territoires jusqu'aux marchés étrangers.

Le concept de « travailler ensemble » est devenu l'un de nos leviers de performance. En 2009, il s'est appuyé sur trois axes : une organisation commune en filières de l'Agence en France et à l'étranger ; une première étape dans la définition de fonctions et de responsabilités de tous les collaborateurs, qu'ils occupent le poste de chef de département, chef de service, chef de projet ou chargé d'opération, qu'ils soient directeur pays, chef de pôle, conseiller export ou chargé de développement, à la direction des opérations, du V.I.E, dans l'une des directions support ou dans une Mission Économique UBIFRANCE ; enfin, un flux de personnel entre le siège et nos bureaux.

La direction des Ressources Humaines a un rôle clé et continu dans ce processus. Notre engagement, qui doit permettre à nos entreprises d'être mieux accompagnées dans leur développement international, est simple : faire émerger les talents là où ils se trouvent, en s'appuyant sur tous nos collaborateurs, en reconnaissant les singularités de chacun, et en développant une culture d'entreprise.

La diversité s'affirme en 2010

Plus de **300 nouveaux collaborateurs** répartis dans **16 pays** rejoindront l'équipe UBIFRANCE et viendront enrichir les talents de l'Agence.

Parallèlement, la promotion de la diversité deviendra une base de la stratégie de ressources humaines de notre établissement, avec la volonté de la direction générale d'obtenir dès que possible le « label diversité », affirmation de notre engagement en matière de prévention des discriminations et d'égalité des chances.



UBIFRANCE s'engage pour la qualité

Lancées de manière indépendante d'abord à la DREE (Direction des relations économiques extérieures) à la fin des années quatre-vingt-dix, puis à UBIFRANCE, les démarches Qualité des deux organismes ont fusionné avec le pilotage direct des activités commerciales des Missions Économiques à l'étranger par l'Agence. Elles ont abouti à une certification unique ISO 9001 pour l'ensemble de notre organisation – Paris, Marseille, régions, bureaux UBIFRANCE et Services économiques dits généralistes – et de nos activités d'« appui au développement international des entreprises françaises » (terminologie exacte du champ d'application de notre certification).

Décision stratégique de la direction, le maintien de notre démarche Qualité est essentiel, tant pour des raisons de fonctionnement interne que de notoriété vis-à-vis de nos clients :

- en interne, la démarche Qualité nous permet d'analyser nos activités quotidiennes au service des entreprises, et de les inscrire dans une approche process, afin de déterminer toujours le « qui fait quoi » et le « comment » de nos actions. À cette réflexion méthodologique essentielle pour une organisation, s'ajoute la dimension de la mesure de l'efficacité, un des fondements de notre Projet d'entreprise qui s'en trouve ainsi renforcé à toutes les étapes des relations que nous tissons avec notre clientèle ;
- vis-à-vis de nos clients, entreprises privées très largement familiarisées avec la démarche Qualité, l'affichage de notre certification symbolise la possibilité d'un dialogue d'égal à égal, la garantie que la gestion de notre relation clients et de l'élaboration de nos prestations ont suivi une méthode commune et établie, et que les écarts ou insatisfactions seront bien traités. La démarche Qualité pose les jalons d'une relation de confiance entre UBIFRANCE et ses clients.

Le V.I.E un tremplin pour l'emploi des jeunes...

À travers la procédure du Volontariat International en Entreprise, UBIFRANCE joue un rôle sociétal et favorise l'entrée des jeunes sur le marché du travail. Le V.I.E est un outil unique de professionnalisation des jeunes talents pour répondre aux besoins des entreprises françaises. C'est un facteur de réussite professionnelle, puisque la plupart des anciens V.I.E sont actuellement salariés, et que 95 % d'entre eux estiment que leur expérience à l'étranger a facilité leur insertion professionnelle. Les entreprises utilisatrices de la formule du V.I.E sont largement majoritaires à souhaiter recruter le jeune à l'issue de sa mission.

... et facteur de promotion de la diversité culturelle

L'internationalisation des entreprises nécessite la création d'équipes binationales, voire multinationales. En gérant et développant la procédure du V.I.E, UBIFRANCE contribue à promouvoir tous les talents dans un monde professionnel ouvert à l'international et aux cultures différentes de la nôtre. Acteur de la mobilité internationale, UBIFRANCE contribue à la valorisation de la diversité culturelle.

La certification ISO 9001 est plus que jamais devenue un outil essentiel, nous garantissant que la croissance exponentielle de notre volume global d'activité s'accompagne bien de la maîtrise d'un niveau de qualité élevé de nos prestations.

Une année particulière

Dans un contexte marqué par de nombreux changements structurels, il a fallu relever le défi du renouvellement de notre certification ISO 9001-2008. En un temps très court, nous avons mené à bien la réécriture de l'ensemble de nos procédures et modes opératoires pour les mettre en phase avec notre nouvelle organisation, et à lancer une nouvelle dynamique dans laquelle la Qualité n'est plus un élément « subi » par les équipes, mais une démarche perçue comme structurante pour l'activité de chacun et au bénéfice final de nos clients. Pari gagné dès juillet 2009, avec le renouvellement de notre certification pour trois ans !

En 2010, toutefois, il ne s'agit pas de se reposer sur nos lauriers, et plusieurs chantiers d'envergure devront être relevés par notre réseau de relais Qualité locaux, tant en France qu'à l'étranger, sous la coordination de la mission Qualité, dont la petite équipe a été totalement renouvelée :

- notre référentiel documentaire sera entièrement revu pour tenir compte au mieux de l'évolution de nos métiers et de nos outils (montée en puissance des activités régionales des DIR/DR, création des fonctions de Responsables de Comptes Clients dans les services, structuration de notre approche marketing et commerciale, mise en place des outils Sicom et SIG) ;
- le fonctionnement Qualité de l'Agence en France sera aligné sur celui des Missions Économiques, afin de clarifier et fluidifier la mise en œuvre de la démarche ;
- la mesure de la satisfaction clients, le traitement des insatisfactions et la réflexion sur leur fidélisation, seront des axes prioritaires de travail pour la Mission Qualité et le Département Marketing et développement commercial.

La certification ISO 9001 est plus que jamais devenue un outil essentiel, nous garantissant que la croissance exponentielle de notre volume global d'activité s'accompagne bien de la maîtrise d'un niveau de qualité élevé de nos prestations.

Orientation 2010 : une relation clients sous le sceau du label CNIL

UBIFRANCE se dote d'un outil lui permettant de placer la relation client au cœur de ses activités opérationnelles. Le Système d'Information Commercial Opérationnel et Marketing (SICOM) est une plateforme intégrée permettant de regrouper et de partager les données clients. Cet outil commun à tous les métiers d'UBIFRANCE est conçu pour qualifier les intérêts commerciaux des clients et prospects de l'Agence, optimiser l'orientation de leurs demandes vers les bons interlocuteurs et de planifier les actions. Le projet, dont le lancement est prévu en octobre 2010, est conçu de façon à répondre aux exigences de la CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés). Après avoir nommé un correspondant Informatique et libertés (CIL) accrédité par la CNIL en 2009, UBIFRANCE veut se doter de ce label de qualité en 2010 afin de garantir aux entreprises un suivi des données qui lui sont confiées, dans le respect de la loi Informatique et Libertés.





Nouvelle architecture du Système d'Information pour un réseau mondial

Harmonisation des outils

Le changement d'horizon qu'a connu UBIFRANCE en 2009 a nécessité la création d'une nouvelle infrastructure du Système d'Information, pour accueillir les Missions Économiques dévolues et prendre en compte le nouveau projet d'entreprise de l'Agence. Anticipant les besoins futurs, UBIFRANCE s'est doté d'une architecture évolutive, rendant ainsi possible la création de passerelles compatibles avec les systèmes de nos partenaires. La mobilité a été prise en compte en amont, de sorte que nos outils soient accessibles de n'importe où et que des documents puissent être partagés entre différents sites distants. Cette exigence résulte notamment de la réorganisation de notre activité en filières et des besoins d'itinérance de nos collaborateurs.

Un audit du Système d'Information tous les six mois

Cette restructuration a été accompagnée par la mise en place d'un schéma directeur de sécurité. Un responsable de sécurité des SI (RSSI) a été nommé, et une campagne d'audit a été lancée qui a identifié 27 chantiers (charte utilisateurs, sécurisation du data-center, des accès...).

Un audit est conduit tous les six mois pour veiller à la sécurité de notre SI. Ce projet de sécurité a notamment permis à UBIFRANCE d'accéder à des données comme celles des Douanes, utiles pour nos collaborateurs. Un plan de reprise d'activité est en cours de déploiement sur le site de Marseille, afin de pallier toute interruption de service liée à une panne du site parisien.

UBIFRANCE se dotera, en 2010, d'outils applicatifs (SICOM, SIG, SIRH...) visant à faciliter l'accès aux données pour nos utilisateurs.

Visioconférence : le cas d'école UBIFRANCE

Dès janvier 2009, UBIFRANCE a déployé sur son réseau un système fiable de visioconférences pour faciliter les échanges entre ses sites et limiter les déplacements coûteux et fatigants. Utilisé aussi bien par les équipes opérationnelles que les services supports (ressources humaines, DSI...), cet outil renforce la synergie et réduit les distances entre nos collaborateurs répartis à terme sur 66 sites. Cet investissement répond à l'effort d'UBIFRANCE d'accroître son activité, en limitant son impact sur l'environnement. Ce média rend les experts du réseau UBIFRANCE plus accessibles aux PME, puisqu'il sert de relais pour des entretiens individuels organisés en régions par les Directeurs Interrégionaux et les CCI. Le déploiement record en trois mois de la visioconférence sur autant de sites constitue un cas d'école. Le succès de cette solution stable, avec des images en haute définition et un son sans décalage, conduit UBIFRANCE à étudier son utilisation dans le cadre de ses prestations, et organiser, par exemple, des rencontres d'affaires *via* ce canal. La fréquente utilisation de la visioconférence permet d'estimer que l'investissement sera amorti en moins de 18 mois.



NOS RÉSULTATS



Une efficacité renforcée



2009 est la première année de la réforme d'UBIFRANCE, ce qui modifie radicalement la structure des comptes. Ceux-ci illustrent ainsi le nouveau modèle économique de l'Agence, fondé, au plan opérationnel, sur un taux accru de subvention des prestations et un nombre croissant d'opérations et d'accompagnements et, au plan du fonctionnement, sur la constitution progressive du réseau à l'étranger des Missions Économiques UBIFRANCE. Ils traduisent également le succès spectaculaire obtenu dès 2009 par cette réforme.

2009 : nouveau modèle économique et envolée de l'activité

À la demande du gouvernement, UBIFRANCE a mis en place une politique de subventionnement systématique et massive de l'ensemble de ses opérations collectives (pavillons sur salons professionnels, colloques, missions de découverte d'un marché...). Il s'agissait à la fois d'inciter un plus grand nombre d'entreprises à se lancer à l'international, de faciliter leur approche des marchés étrangers et aussi de jouer un rôle contracyclique au moment où la crise économique mondiale frappait l'ensemble des entreprises.

Le taux de subvention de ces opérations collectives est passé de 38 % en 2008, à plus de 50 % en 2009. Corrélativement, la dotation d'intervention allouée par l'État à UBIFRANCE a été significativement accrue en 2009, pour être portée à 18,5 millions d'euros (contre une moyenne de 8 millions d'euros les années précédentes).

Ainsi, depuis 2009, les documents commerciaux détaillent ce nouveau modèle de construction budgétaire des opérations collectives, ce qui permet :

- de mieux valoriser les prestations délivrées aux entreprises (valeur totale avant subvention) ;
- d'afficher l'effort consenti par l'État (taux de subvention composé de la subvention opérationnelle et du forfait déplacement) ;
- d'aboutir à une valeur nette facturée attractive.

Exécution budgétaire 2009

Le compte d'exploitation 2009 de l'Agence aboutit à un résultat final de 0,26 million d'euros après impôt.

I. ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES

Leur évolution s'est caractérisée par :

■ **L'augmentation importante du nombre d'opérations collectives** à l'étranger. Le nombre d'opérations de promotion collectives à l'étranger réalisées par UBIFRANCE et les Missions Économiques a dépassé les 500, contre un peu plus de 400 en 2008. Cette progression a été confortée par l'apport des crédits d'intervention, qui a permis à l'Agence de baisser le coût de participation des entreprises.

■ **L'augmentation sensible du taux d'aide aux entreprises** sur ces opérations collectives. Le taux d'aide pour ces opérations est passé d'environ 38 % en 2008, à plus de 50 % en 2009. Cette augmentation très significative du subventionnement des entreprises s'est traduite non seulement par une modération des tarifs, mais également par l'apport de valeur ajoutée sur ces opérations (communication dans la presse spécialisée, rendez-vous d'affaires, soutien logistique...).

■ **La forte progression du nombre d'accompagnements d'entreprises.** Le nombre d'accompagnements d'entreprises a atteint 19 500, en augmentation de plus de 40 % par rapport à 2008 (13 100) et de 33 % par rapport à l'objectif de 14 400 fixé par la Convention d'objectifs et de moyens.

■ **La stagnation du nombre de V.I.E** en poste. Impact direct de la crise de 2009, le nombre de V.I.E en poste au 31 décembre 2009 a atteint 6 357, soit en légère baisse par rapport à fin 2008 (6 387) et largement en retrait par rapport à l'objectif de 7 600 V.I.E.

En dépit de cette situation inédite après plusieurs années de croissance, la marge financière liée à cette activité progresse par rapport à 2008 (14 millions d'euros, contre 12,3 millions d'euros), en raison notamment de la renégociation du contrat d'assurance V.I.E qui a généré une baisse des tarifs de près de 15 %, soit une économie en année pleine d'environ 1 million d'euros.

■ **Une forte augmentation de l'utilisation des crédits d'intervention** au profit des entreprises. Les participants aux opérations de promotion collectives organisées par UBIFRANCE ont bénéficié d'un apport des crédits d'intervention pour un montant dépassant 16 millions d'euros. Par ailleurs, 3 314 dossiers SIDEX ont été réglés, ainsi qu'environ 190 dossiers de labellisation, pour des montants respectifs de 3,2 et 4,8 millions d'euros (contre 827 dossiers SIDEX et 157 dossiers labellisés en 2008, soit respectivement 0,95 million d'euros et 3,1 millions d'euros).

Au total, ce sont plus de 24 millions d'euros d'aides qui ont ainsi été distribués aux entreprises, permettant de baisser les frais de prospection et de participation aux opérations des entreprises, et de jouer ainsi le rôle contracyclique qui avait été confié à UBIFRANCE par les pouvoirs publics.

Pour financer ce montant, UBIFRANCE a dû, outre l'utilisation de l'intégralité des reliquats de crédits d'intervention des années précédentes (4,6 millions d'euros), financer sur sa marge opérationnelle près de 1,2 million d'euros, et renoncer à sa commission de gestion sur les procédures SIDEX et labellisation (0,8 million d'euros).

Utilisation des crédits d'intervention, de la soulte et de la marge opérationnelle

(en milliers d'euros)	Cumul 2004- 2007	2008	2009
Dotation d'intervention disponible			
1. Dotation prévue (COM)	31 900	10 500	19 240
2. Dotation reçue	29 498	10 500	18 278
3. Report		2 637	4 667
A. Total dotation disponible = 2 + 3	29 498	13 137	22 945
Utilisation			
Opérations UBIFRANCE – ME	10 643	9 166	16 077
Opérations labellisées	8 075	3 094	4 837
SIDEX	1 477	940	3 229
Commission de gestion	955	403	807
Communication	5 712	370	0
B. Total utilisation	26 861	13 973	24 950
Financement des dépenses d'intervention			
1. Dotation d'intervention	26 861	8 470	22 945
2. Commission de gestion UBIFRANCE			807
3. Soulte/marge opérationnelle	0	5 503	1 198
SOLDE=REPORT/DÉFICIT	2 637	4 667	- 2 095

Outre ces crédits d'intervention alloués par l'État, il convient de souligner que certains ministères techniques (ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi-DGCIS, ministère de l'Agriculture et de la Pêche, ministère de l'Outre-Mer, ministère des Affaires étrangères...) et collectivités territoriales (Basse-Normandie, Corse, Nord-Pas-de-Calais...) apportent également leur soutien à l'expertise et aux opérations du réseau UBIFRANCE-ME, dans le cadre de conventions financières conclues avec l'Agence.

2. FONCTIONNEMENT

La réforme fondamentale mise en œuvre en 2009 a eu un impact à la fois sur la volumétrie de l'activité et sur les ressources humaines et matérielles (réseau) de l'Agence ; il est donc très difficile d'établir des comparaisons « à périmètre constant ». Ainsi, en 2009, la mise en œuvre de la première vague de dévolution (8 pays) au 1^{er} janvier, puis de la deuxième vague (20 pays) au 1^{er} septembre, s'est traduite, en sus de la dotation de fonctionnement versée habituellement à l'EPIC (32,2 millions d'euros en 2009), par un transfert budgétaire de 21,6 millions d'euros, correspondant au coût de fonctionnement de ces Missions Économiques (ressources humaines et fonctionnement courant).

En parallèle de ces transferts budgétaires, un effort de rationalisation constant a été entamé en 2009. Ainsi, des économies substantielles ont pu être réalisées sur le fonctionnement courant (hors personnel) qui a été contenu à 17,2 millions d'euros, contre une prévision initiale de 19,1 millions d'euros. Cette baisse (-9,8%) s'explique pour l'essentiel par une maîtrise renforcée du coût de diverses prestations stratégiques (travaux d'impression, communication), une réorganisation du fonctionnement informatique et la rationalisation progressive des coûts immobiliers. Les produits financiers (1,7 million d'euros) ont, en revanche, été largement inférieurs à ceux obtenus en 2008 (2,2 millions d'euros), en raison du contexte de crise et de la baisse des taux.

3. INVESTISSEMENTS

Hors opérations pour ordre en capital, les investissements augmentent sensiblement par rapport à 2008, passant de 2,1 à 3,2 millions d'euros, du fait principalement d'investissements consacrés au réseau (aménagement, achats mobiliers et informatiques) ou à la rénovation des SI RH et de gestion.

Compte de résultat en présentation analytique

	2008			Solde
	Dépenses	Recettes	<i>Dont crédits d'intervention</i>	
I. INTERVENTIONS	163 414	177 374	8 470	13 960
Conseil	897	6 789	0	5 892
Contact	21 846	20 603	3 662	- 1 244
Prospection de marché	193	3 233	0	3 039
Rencontres BtoB	5 749	7 243	3 278	1 494
Partenariat technologique	751	361	0	- 391
Salons	15 153	9 767	384	- 5 386
Communication	124	755	0	631
V.I.E	129 790	140 476	370	10 687
Autres prestations	710	2 775	2	2 065
Soutien publics	4 069	4 437	4 437	367
Sidex	947	1 034	1 034	87
Labellisation	3 122	3 403	3 403	280
Marketing & communication	2 521	15	0	- 2 506
Partenariats	935	1 485	0	551
Animation fonctionnemet du réseau non intégré	2 522	40	0	- 2 482
II. FRAIS DE PERSONNEL ET DE FONCTIONNEMENT	49 422	37 001	0	- 12 421
Frais de personnel	36 485	1 197	0	- 35 289
Frais de fonctionnement				
Informatique	1 554	14	0	- 1 540
Fonctionnement administratif	11 074	1 425	0	- 9 648
Charges et produits financiers	297	2 222	0	1 925
Variations de stocks (non retracé en budget)	12	49	0	38
Subvention de transfert	0	0	0	0
Dotation d'équilibre	0	32 094	0	32 094
III. RÉSULTAT D'EXPLOITATION AVANT AMORTISSEMENTS ET PROVISIONS = I + II +III	212 836	214 375	8 470	1 539
IV. Total dette provisionnée pour congés payés et retraites	2 420	1 935	0	- 486
V. Amortissements, provisions	4 570	370	0	- 4 199
VI. RÉSULTAT D'EXPLOITATION AVANT OPÉRATIONS EXCEPTIONNELLES	219 826	216 680	8 470	- 3 146
VII. Reliquats d'opération	484	1 066		582
VIII. Immobilier	970	958	0	- 12
IX. Valeur des actifs cédés Sopexa	19	3 185		3 166
X. IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS DÔ AU TITRE DE L'EXERCICE	33			- 33
XI. Résultat d'exploitation après opérations exceptionnelles	221 332	221 890	8 470	558
XII. Expositions universelles	10 097	10 076	0	- 22
XIII. RÉSULTAT D'EXPLOITATION APRÈS EXPOSITIONS UNIVERSELLES = XII + XIII	231 429	231 965	8 470	536

2009				Écarts 2008-2009			
Dépenses	Recettes	<i>Dont crédits d'intervention</i>	Solde	Dépenses	Recettes	<i>Dont crédits d'intervention</i>	Solde
189 365	207 589	22 945	18 224	25 951	30 215	14 474	4 264
670	5 452	0	4 782	- 226	- 1 337	0	- 1 110
29 185	35 053	16 077	5 868	7 339	14 450	12 415	7 112
111	3 122	0	3 010	- 82	- 111	0	- 29
6 938	10 286	5 161	3 348	1 189	3 043	1 883	1 854
739	1 270	177	531	- 12	910	177	922
21 397	20 375	10 739	- 1 022	6 244	10 609	10 355	4 365
34	837	0	803	- 90	82	0	172
144 803	157 029	0	12 226	15 013	16 553	- 370	1 539
580	1 663	0	1 083	- 130	- 1 111	- 2	- 982
8 074	6 868	6 868	- 1 206	4 005	2 431	2 431	- 1 573
3 237	3 229	3 229	- 8	2 290	2 195	2 195	- 95
4 837	3 639	3 639	- 1 198	1 714	236	236	- 1 478
3 158	82	0	- 3 076	637	66	0	- 571
732	510	0	- 222	- 203	- 975	0	- 772
2 128	96	0	- 2 033	- 394	55	0	449
70 543	57 720	0	- 12 823	21 121	20 719		- 402
53 331	831	0	- 52 500	16 846	- 365		- 17 211
1 304	135	0	- 1 169	- 250	122		372
15 243	1 251	0	- 13 992	4 170	- 174		- 4 344
646	1 730	0	1 085	349	- 492		- 840
19	- 45	0	- 64	7	- 94		- 101
0	21 559	0	21 559	0	21 559		21 559
0	32 258	0	32 258	0	164		164
259 908	265 309	22 945	5 401	47 072	50 934	14 474	3 862
3 470	2 484	0	- 986	1 050	549	0	- 501
4 586	458	0	- 4 128	17	88		71
267 964	268 251	22 945	287	48 138	51 571	14 474	3 433
- 105	0		105	- 590	- 1 066		- 477
0	0	0	0	- 970	- 958		12
0	0		0	- 19	- 3 185		- 3 166
139			- 139	106	0	0	- 106
267 998	268 251	22 945	253	46 666	46 362	14 474	- 305
992	998	0	6	- 9 105	- 9 077	0	28
268 990	269 250	22 945	259	37 561	37 284	14 474	- 277

Siège social : 77, boulevard Saint-Jacques – 75014 Paris

Établissement de Marseille: Espace Gaymard – 2, place d'Arvieux – 13002 Marseille

www.ubifrance.fr




UBIFRANCE
ET LES
MISSIONS ÉCONOMIQUES

www.ubifrance.fr

Ce document est accessible
sur le site www.ubifrance.fr



Ce rapport annuel a été imprimé en 1 000 exemplaires.

Le complément sera produit à la demande (POD : Print On Demand), à partir de la version virtuelle consultable en ligne sur www.ubifrance.fr.

Ce service d'impression éco-responsable permet de limiter l'usage du papier, de l'énergie et des produits chimiques au juste nécessaire tout en supprimant les stocks et les exemplaires inutiles.

Imprimé en France sur un papier bénéficiant d'une gestion forestière responsable.

Imprimeur : Dupli Print.



Crédits photos : Accents du Sud-Ouest, BSM Communication, Corbis, CCI International Lorraine, Cristel, DGCS, Fotolia, Storvision, UBIFRANCE, Take a Tour, DR.

Conception/Réalisation : **eurokapi**
COMI