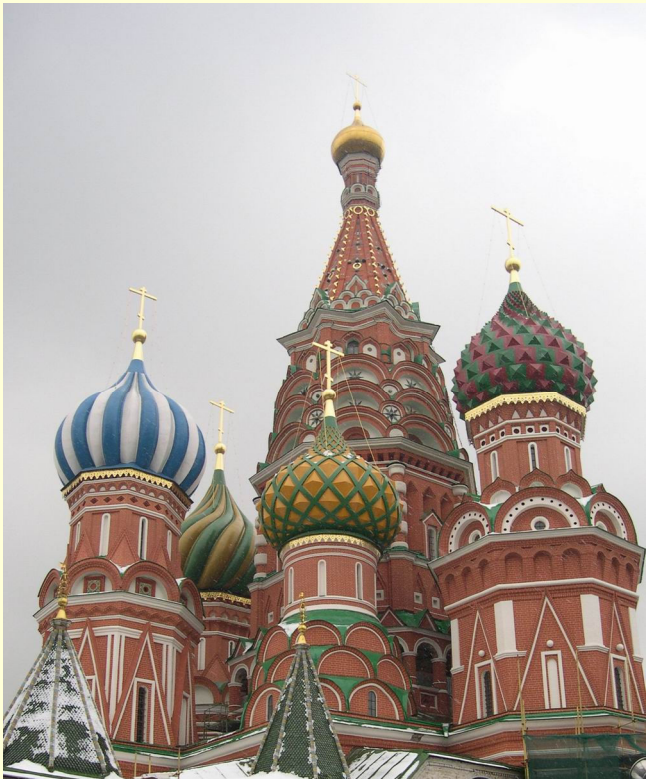


CAP EXPORT RUSSIE

Comité de l'exportation



19 avril 2006

I - Les enjeux

A - Enjeu commercial

- La position relative de la France s'affaiblit sur un marché en forte croissance
- De 2002 à 2005, la Russie a multiplié par deux ses importations quand les exportations françaises vers la Russie ne progressaient que de 55%

Croissance et échanges bilatéraux

	2002	2003	2004	2005	Evolution 2002-2005 (en %)
PIB russe (Mds USD)	346	433	569	760	120%
Importations russes (Mds USD)	61	76	96	125	104%
Exportations françaises vers Russie (Mds €)	2,3	2,8	3,1	3,4	47%
Importations françaises en provenance Russie (Mds €)	5,2	6,1	7,4	8,1	55%
Solde commercial	-2,9	-3,3	-4,3	-4,7	62%

Principaux produits importés par la Russie

Secteur	Valeur 2004		% du total des importations	
	Importations russes (Mds USD)	Part dans le total des importations russes	Ventes de la France (Mds USD)	Rang de la France parmi les fournisseurs
- équipements électriques et mécaniques	18	26%	0,6	10 ^{ème}
- produits agro alimentaires	13	20%	0,5	7 ^{ème}
- automobile	7,4	11%	0,3	5 ^{ème}
- Produits chimiques	7	10%	0,4	9 ^{ème}
- métaux – produits dérivés	4,9	7%	0,02	NS
- produits pharmaceutiques	1,2	4%	0,2	2 ^{ème}

Tendances

- Des nouveaux concurrents progressent plus vite que la France dans des secteurs où nos volumes d'exportation sont significatifs
ex : agro alimentaire ; le Brésil; équipements : Chine
- La position de la France est faible dans certains secteurs de forte progression des achats russes
ex : équipements électriques et mécaniques ; automobiles
- Nos points forts
 - pharmacie
 - cosmétiques, produits de beauté

B - Enjeu énergétique

La Russie représente:

- 1/3 réserves mondiales de gaz
- 7% réserves mondiales de pétrole
- premier producteur mondial de gaz et de pétrole
- fournit 18% de la consommation française de gaz

Sécurité énergétique

Une priorité pour la Russie et ses partenaires qui nécessitera:

- Des investissements considérables dans la production, le transport et la distribution d'énergie qui ne se feront pas sans investissements étrangers
- La mise en œuvre d'un véritable programme d'amélioration de l'efficacité énergétique de l'économie russe qui ouvrira des opportunités dans de nombreux domaines

II - La présence française en Russie

Les entreprises

- Entre 450 et 500 entreprises françaises implantées en Russie
- 6.078 entreprises françaises ont exporté en Russie en 2004
- 1.733 entreprises seulement ont réalisé un chiffre d'affaires export supérieur à 100.000 €
- La France occupe une position variable d'une année sur l'autre parmi les 10 premiers investisseurs étrangers en Russie
- En stocks d'investissements, la France est en 7ème position

Les organismes privés d'appui aux entreprises présents en Russie

- Le Club France, bientôt chambre de commerce française à l'étranger
- Une quinzaine de prestataires de services avec lesquels travaillent les missions économiques
Ex : appel d'offres de la région Ile de France gagné par Sofracop/Pramex/mission économique de Moscou/ Ubifrance (accompagnement d'entreprises franciliennes sur le marché russe)

Les organismes "parapublics" d'appui aux entreprises

- Des représentations régionales
Bretagne Internationale
ADA
- Bureau de la chambre de commerce et d'industrie de Paris (CCIP) à Moscou
- Section russe des conseillers du commerce extérieur de la France (CCEF)

LE RÉSEAU DES MISSIONS ÉCONOMIQUES EN RUSSIE

Activité commerciale des missions économiques en Russie en 2005

Ensemble des prestations	1.689
Prestations payantes	608
dont	
- vente produits information	300
- prestations sur mesure	156
- actions collectives	189
Premières réponses personnalisées gratuites	1.081
Nouveaux clients	1.261

Observations

- les missions économiques font un grand nombre de réponses gratuites
- le nombre de nouveaux clients est considérable
- 340 entreprises sont allées au-delà de l'achat de documents d'information

III - Les objectifs du plan Cap export Russie

Quatre objectifs prioritaires

- Mobiliser les entreprises françaises en les informant des potentialités du marché russe
- Développer l'action dans les métropoles régionales
- Valoriser l'offre française en Russie auprès des décideurs économiques russe
- Renforcer la capacité d'action du dispositif d'appui

1 - Mobiliser les entreprises françaises

Faire connaître les potentialités du marché

Actions de sensibilisation

- Informer les entreprises françaises sur la Russie avec des outils adaptés : un DVD sur les success-stories françaises en Russie (1^{er} semestre 2006) et document écrit tiré du DVD
- Développer une action spécifique auprès des entreprises qui se sont déjà intéressées au marché russe (notamment celles qui ont eu une première expérience ou ont fait une première démarche auprès de nous)
- Multiplier les journées d'information sur le marché russe en France, avec nos partenaires (compagnies consulaires, fédérations, collectivités territoriales). Objectif : participation à 20 journées d'information de représentants des ME en 2006

- Définir avec les fédérations professionnelles intéressées des plans d'actions pluriannuels comportant des actions d'information, de promotion collective et d'accompagnement individuel des entreprises
- Mobiliser des conseils régionaux avec deux objectifs : amener des présidents de Conseils régionaux à se déplacer en Russie et les convaincre d'appuyer l'action des PME de leur région en Russie: ex: Région et CRCI Rhône Alpes, délégation de plus 200 personnes du 24 au 27 avril: Promotion du tourisme dans la région.
- Engager avec les responsables de certains pôles de compétitivité français à vocation internationale en Russie, une démarche en Russie

Actions d'information

- Augmenter le nombre de veilles sectorielles réalisées pour le compte des fédérations professionnelles, en particulier dans les secteurs de l'énergie et des industries agroalimentaires
- Développer les opérations de type "visite de points de vente / découverte du marché russe" pour profiter du développement des marchés de biens de consommation
- Faire évoluer les "rencontres Russie" pour qu'elles touchent un public plus large

2 - Développer l'action dans les métropoles régionales

- Parce que le dynamisme de l'économie russe se manifeste autant en régions qu'à Moscou et Saint Petersburg
- Des actions collectives seront organisées par les ME / Ubifrance/ et autres partenaires intéressés à EKATERINBOURG (mai 2006), NOVOSSIBIRSK (septembre 2006), NIJNI NOVGOROD (2 au 4 octobre: mission conduite par Mme Lagarde) et ROSTOV SUR LE DON (fin novembre): 20 à 25 entreprises/manifestation
- Création d'une antenne du réseau des missions économiques en Russie à Ekaterinbourg, au deuxième semestre 2006

3 - Valoriser l'offre française en Russie

- Lancement, dès le 1^{er} trimestre 2006, d'une campagne "Image de la France" en Russie : pilotage par le club France. Suppléments « France » dans la presse économique russe, lettre aux décideurs russes, voyage de journalistes en France, prix annuel du partenariat franco-russe, rencontre annuelle grands patrons/presse économique
- Publication dans la presse professionnelle d'articles sur les technologies françaises (équivalent de l'action d'un bureau de presse)
- Création d'une version russe du site « Firmafrance » et promotion de ce site
- Conception, édition et diffusion d'un CD-Rom présentant l'offre française en Russie

4 - Mieux travailler ensemble

Un "comité cap export Russie"

- Pour organiser une concertation régulière entre tous ceux qui appuient le développement des entreprises françaises en Russie
- Harmoniser les initiatives et favoriser les opérations communes
- Orienter les entreprises vers l'interlocuteur le mieux à même de répondre à leur attente
- Première réunion en janvier 2006 – seconde prévue en septembre

IV - Le programme d'action des ME et d'Ubifrance en 2006 en quelques chiffres

- 15 séminaires, colloques, rencontres d'affaires organisés en Russie par les ME et tous les partenaires intéressés : 10 à 25 entreprises à chaque manifestation. Au total 200/250 entreprises participantes
- 4 missions multisectorielles (Ubifrance/ME/CCI) en régions : 20 à 25 entreprises /mission, soit 80 à 100 entreprises impliquées au total
- 15 participations collectives à des salons professionnels en Russie (avec Ubifrance et fédérations professionnelles concernées) : de 15 à 70 entreprises selon le salon. Au total environ 300 entreprises impliquées.
- 6 missions collectives organisées avec les CCI: 10 à 20 entreprises par mission, soit une centaine au total.
- 20 guides répertoires et une quinzaine de produits de veille sectorielle proposés aux organismes professionnels
- 20 journées d'information en France organisées avec nos partenaires de Cap export Russie

Nos objectifs en quelques chiffres

- passer de 600 à 1 000 prestations payantes par an facturées par les ME en Russie, sur les trois ans du plan « Cap export »
- Faire participer 700 entreprises à l'ensemble des actions collectives prévues avec nos partenaires en 2006
- Augmenter de 10% par an / 3 ans du nombre de VIE affectés en Russie : 55 en mars 2006, 60 en fin d'année