

PLAN D'ACTION CHINE

2003 – 2005

**Renforcer la présence des entreprises françaises
sur le marché chinois**

SOMMAIRE

Introduction Relations économiques France – Chine

Action n°1 Renforcer l'information des entreprises

Action n° 2 Promouvoir la participation aux salons professionnels

Action n° 3 Développer les missions collectives

Action n° 4 Rechercher les opportunités d'affaires

Action n° 5 Des initiatives spécifiques en faveur des PME

Action n° 6 Renforcer et former les ressources humaines

INTRODUCTION

RELATIONS ECONOMIQUES FRANCE - CHINE

1) La Chine, un nouveau « grand marché »

- En 2002 la Chine est **6^{ième} importateur mondial** avec 295 milliards de dollars
- La **croissance des importations** chinoises est **la plus élevée au monde** : 21% en 2002 ; plus de 40% au premier semestre 2003
- En 2002, le montant total des importations de Hong Kong s'est élevé à 200 milliards d'USD (troisième rang en Asie après la Chine et le Japon) dont 140 milliards d'USD destinés à la réexportation

2) La France en Chine : une place honorable, mais peut mieux faire

- **EXPORTATIONS** vers la Chine continentale : **2002** : 3,5 milliards d'euros, 14^{ième} fournisseur mondial de la Chine et **3^{ième} européen**, avec une part de marché de 1,4% du même ordre que celle que l'on observe sur la majorité des marchés asiatiques
- **2003** : +25% au premier semestre à 2 milliards d'euros, **2^{ième} européen** derrière l'Allemagne
- Exportations vers Hong Kong : en 2002, 2,7 milliards d'euros (-30%), Hong Kong est passé du 12^{ème} au 18^{ème} rang de nos clients, mais reste notre 3^{ème} client en Asie, derrière le Japon et la Chine continentale, et demeure notre 4^{ème} excédent mondial; notre part de marché est d'environ 1%
- **INVESTISSEMENTS** : plus de 5,5 milliards de dollars depuis 1980, 8^{ième} place mondiale et **3^{ième} européen**
- Plus de 500 entreprises ayant plus de 900 implantations en Chine et employant plus de 150 000 personnes ; une majorité d'implantations appartenant à de grands groupes et une place encore limitée, bien que réelle des PME
- A Hong Kong, le stock d'investissement français reste limité (1,2 milliards d'euros, source française, 2 milliards d'euros, source hongkongaise), mais la présence française est forte : plus de 420 implantations dont plus de 120 à vocation régionale.

3) Exporter en Chine : possible à quelques conditions :

- **d'apporter un produit/service de qualité** ;les chinois (« les meilleurs acheteurs du monde ? ») trouvent aujourd'hui localement la quasi-totalité des produits/services et lorsqu'ils font appel à l'étranger c'est pour acquérir les meilleurs produits et les meilleures technologies. Les conditions de concurrence sont très dures à la fois du fait de la concurrence locale mais surtout d'une forte présence de la concurrence internationale fascinée par les perspectives de ce marché.
- **de disposer de ressources humaines et financières suffisantes** : la prospection du marché chinois, dont le caractère pluri-régional doit être compris, est toujours plus lente et coûteuse qu'estimée au départ.
- de comprendre que malgré ses particularités le marché chinois répond de plus en plus aux pratiques normales du commerce et qu'il convient donc de l'aborder avec le **professionnalisme** habituel de l'entreprise.

ACTION N°1

RENFORCER L'INFORMATION DES ENTREPRISES

Beaucoup de PME ont encore une vision erronée de la Chine, estimant soit que c'est un marché fermé, soit qu'il répond à des règles non « commerciales ». Il est donc **essentiel de diffuser en France auprès des entreprises des informations concrètes** sur le marché chinois et sur les appuis dont ils peuvent bénéficier dans leur prospection.

Les acteurs et leurs actions d'information à venir :

1) Missions économiques et Ubifrance :

- ✓ les Rencontres du Monde chinois, 10 décembre 2003, avec l'appui des CCE et de la CCIFC
- ✓ publication en novembre 2003 du nouveau guide « S'implanter en Chine »
- ✓ poursuite par les Missions économiques des nombreuses publications actuelles : Lettre de Chine, Revue des marchés financiers chinois, Revue agroalimentaire Grande Chine
- ✓ diffusion de plus d'informations sur ce que peut offrir Hong Kong pour accéder au marché chinois. ME de Hong Kong: publication d'ici la fin de l'année d'une étude "Vendre et investir en Chine depuis Hong Kong", du guide réactualisé : "S'implanter à Hong Kong"; interconnexion des sites Internet FCCIHK, HKTDC, ME ;

2) Chambres de commerce et d'industrie en France, en Chine et à Hong Kong :

- ✓ développement du réseau Cap Chine qui rassemble 41 CCI en France. Celui-ci tiendra sa première réunion à Pékin en fin d'année
- ✓ organisation, en liaison étroite avec la Chambre de commerce et d'industrie française en Chine (CCIFC), celle de Hong Kong (FCCIHK), et les Missions économiques, de journées Chine dans les Régions françaises, prolongées souvent par des missions collectives en Chine à l'exemple des CCI de Marseille et Paris dans les prochains mois ou de la manifestation prévue à Nantes début février 2004 dans le cadre du salon « International Atlantic Meeting »

- ✓ la Chambre de Commerce française à Hong Kong (FCCIHK), avec les CCE et les Missions économiques, organisera le 21 novembre 2003 à Hong Kong un important séminaire d'information sur « Le Monde chinois, l'avenir en marche ».

3) les intervenants spécifiques au secteur agricole :

- ✓ l'**ADEPTA** (organisation de missions pour les équipementiers français en Chine et invitations de Chinois en France)
- ✓ la **SOPEXA** (promotion des produits agricoles et alimentaires : salons, opérations collectives, etc.)

4) les Conseillers du commerce extérieur :

- ✓ au quatrième trimestre 2003 publication et diffusion à des milliers d'exemplaires d'un guide pratique « Chine : Affaires... ou ne pas faire ! » à destination des entreprises

5) le Comité France-Chine :

- ✓ organisation à Shanghai de son prochain colloque annuel, les 21 et 22 avril 2004 sur le thème retenu: "Entreprises privées / entreprises publiques : approche comparée des méthodes de gestion, du contrôle et du financement"

6) la CGPME :

- ✓ dans le cadre de son opération « Chine 2004 », en coordination avec les CCE et les Missions économiques, mobilisera ses structures pour sensibiliser les PME au marché chinois. Le lancement de l'opération se fera à Paris le 10 octobre

7) les régions et villes françaises :

- ✓ plusieurs d'entre elles mobiliseront leurs entreprises en préparation de missions en Chine à l'exemple de Lille en octobre 2003

ACTION N°2

PROMOUVOIR LA PARTICIPATION AUX SALONS PROFESSIONNELS

- les salons professionnels :
 - ✓ lorsqu'ils sont bien sélectionnés, ils représentent un moyen privilégié de se faire connaître mais aussi de comprendre l'évolution du marché, de prendre conscience des progrès des entreprises chinoises et de la présence forte de la concurrence européenne en particulier. Les entreprises françaises sont beaucoup moins présentes que leurs concurrents allemands et italiens (deux fois moins en ce qui concerne l'Italie) sur les salons en Chine

- les missions individuelles ou collectives à l'occasion des salons :
 - ✓ compte tenu de la très faible connaissance par les entreprises françaises de la réalité du marché chinois et de la vitesse d'évolution du pays, les partenaires vont développer une formule nouvelle de missions individuelles ou collectives à l'occasion des salons professionnels, en particulier en Chine du sud (Guangdong et Hong Kong), en collaboration entre :
 - les CCI, la CGPME : information, sensibilisation, missions collectives
 - la CCIFC et la FCCIHK: organisation locale, accueil
 - les ME : information marché
 - les Régions : soutien financier en fonction de leurs procédures propres
 - les CCEF

En ce qui concerne les Missions économiques ce « Package Découverte du Marché Chinois » aura les caractéristiques suivantes :

Objectif : Inciter les PME à découvrir le marché chinois à l'occasion d'un salon professionnel en Chine continentale ou à Hong Kong

Bénéficiaires : PME françaises à titre individuel ou dans le cadre d'une mission collective organisé par un opérateur régional, consulaire ou professionnel

Contenu de la présentation : l'appui de la Mission Economique comprend :

- une information de base sur le marché chinois et sur le ou les secteurs concernés*
- des renseignements sur les conditions d'inscription aux conférences organisées dans le cadre du salon,*
- un plan de visite du salon avec les commentaires de la Mission Economique,*
- deux ou trois rendez-vous complémentaires avec des contacts locaux pertinents (conseiller du commerce extérieur de la France, juriste, logisticien, conseil...) ou des visites de sites de production ou de distribution*

Typologie des salons éligibles : salons professionnels en Chine y compris Hong Kong à vocation internationale, nationale ou régionale figurant sur une liste sélectionnée par les Missions Economiques

Durée de l'opération : deux à trois jours

Coût de la prestation : environ 400 € HT pour un module de base

Observations : cette prestation à tarif préférentiel peut être cumulée avec une aide régionale

- le soutien de la présence des entreprises françaises en tant qu'exposants dans les salons chinois sera renforcé :
 - Ubifrance augmentera en 2004 et 2005 le nombre de ses opérations propres en Chine:
 - * 2003 :: 9 sections collectives dans des salons spécialisés, 5 colloques et 2 sessions en France (invitations de décideurs chinois)
 - * 2004 :: 12 sections collectives dans des salons spécialisés, 5 colloques et 5 sessions en France.
 - Lors de la venue de M. François LOOS à Hong Kong le 29 juillet 2003, le Ministre et M. Peter WOO, président du Hong Kong Trade and Development Council (HKTDC) ont arrêté le principe d'une convention de partenariat entre Ubifrance et le HKTDC, qui devrait être signée par M. Peter WOO et le Directeur général d'Ubifrance le 6 novembre. Un des objets de cette convention est de promouvoir la participation de sociétés françaises avec des conditions d'accès privilégié à des salons à Hong Kong sélectionnés sur une base annuelle parmi ceux organisés par le HKTDC.

- les différents partenaires (CCIFC, FCCIHK, CCI, organisations professionnelles, collectivités locales, CCEF, etc...) pourront obtenir, à travers Ubifrance, une labellisation accompagnée éventuellement d'un soutien financier s'ils interviennent pour promouvoir et organiser la participation groupée d'entreprises françaises à des salons en Chine. Sur le site www.dree.org/chine, figure une liste de salons sélectionnés par les Missions économiques et Ubifrance en complément du programme officiel de Ubifrance sur lesquels il serait souhaitable de mobiliser les entreprises françaises, avec mention des partenaires ayant manifesté leur intérêt (exemple du Département de la Vienne sur le salon Hi Tech de Shenzhen). A titre d'exemple l'ICE italien intervient d'une manière ou d'une autre sur environ 50 salons en Chine chaque année ;
- au printemps 2005, dans le cadre de l'année de la France en Chine, Ubifrance organisera à Pékin une grande exposition française sur le thème de «La nouvelle maison à vivre» destinée aux professionnels chinois ;
- une éventuelle participation française à la nouvelle manifestation « China International Import Exhibition » qui tiendra sa première session à Canton en mai 2004, sera mise à l'étude.

ACTION N° 3

DEVELOPPER LES MISSIONS COLLECTIVES

La Chine demeure un pays dans lequel des visites de délégations d'entreprises groupées peuvent apporter un plus aux participants par rapport aux missions individuelles.

C'est bien sûr le cas des missions dirigées par les Ministres à l'exemple de celle de M. Loos, accompagné de 50 entreprises en juillet 2003. Dans le cadre du soutien aux entreprises françaises souhaitant participer aux Jeux Olympiques de Pékin, le Ministre des sports, M. Lamour, se rendra également en Chine accompagné d'une douzaine d'entreprises cet automne.

De nombreux partenaires, régionaux et consulaires notamment, organiseront au cours des deux prochaines années des missions collectives en Chine qui recevront localement l'appui de la CCIFC et des Missions économiques (FCCIHK et ME à Hong Kong). Ce sera notamment le cas de la CGPME dans le cadre de l'opération « Chine 2004 ».

Dans le secteur des équipements pour l'agriculture et les industries agroalimentaires, les entreprises se sont, depuis plusieurs années, organisées en groupements, plus ou moins structurés, par filières, ce qui a l'avantage de présenter à l'international une offre française aussi complète que possible. A titre d'exemple, se dérouleront, à l'automne 2003, deux missions : équipementiers du secteur laitier en octobre à Pékin et au Heilongjiang avec UBIFRANCE, et entreprises de la filière viande (abattage-transformation) au Sichuan en novembre avec l'ADEPTA.

ACTION N° 4

RECHERCHER LES OPPORTUNITES D'AFFAIRES

- les opportunités d'affaires sont bien sûr les informations les plus directement utiles aux entreprises. En Chine plus encore qu'ailleurs, il est extrêmement difficile pour celles-ci de les identifier et d'en vérifier la validité (les dizaines de milliers de projets cités par les sources publiques locales chinoises n'ont le plus souvent guère de signification). Les vraies opportunités se trouvent chez les acheteurs, dans les municipalités et les entreprises publiques ou privées ;
- un mécanisme souple sera mis en place pour essayer de fournir des informations concrètes aux entreprises françaises :
 - afin de compléter le travail des agents des Missions économiques, les membres de la Chambre de commerce française en Chine (CCIFC) et à Hong Kong (FCCIHK) transmettront à une personne désignée à la Chambre toute information pouvant constituer une opportunité d'affaires obtenue lors d'un contact direct avec un client potentiel ne concernant pas leur entreprise ou leur groupe ;
 - les missions économiques se chargeront de la vérification et de la validation de l'information recueillie ;
 - les opportunités validées seront transmises aux entreprises par les différents partenaires : en Chine la CCIFC, la FCCIHK et les Missions Economiques, en France par les CCI membres de Cap Chine, Ubifrance et le MOCI.

ACTION N°5

DES INITIATIVES SPECIFIQUES EN FAVEUR DES PME

- les Missions économiques en Chine créeront sur leur site (le plus consulté parmi tous les sites de la Dree) un « **portail PME** » leur permettant d'accéder directement à des informations spécifiques et en particulier à la **fiche Passeport PME** qui permet un accès direct à tous les organismes susceptibles d'appuyer leur action sur le marché chinois et aux listes des principales entreprises de commerce international et des prestataires de services utiles aux PME. La CCIFC, notamment, à travers ses groupes de travail, contribuera à enrichir ce site.
- les Missions économiques, en coopération avec la CCIFC et les CCI membres de Cap Chine, réaliseront un **Kit PME de présentation du marché chinois** qui permettra de diffuser un message homogène et concret pour présenter aux PME le marché chinois avec ses risques et ses enjeux ; le guide pratique préparé par les CCE complètera ce dossier.
- le mécanisme du **Partenariat industriel technologique (PIT)** mis en place par le MINEFI et le MAE, dont l'objectif est l'établissement de partenariats industriels entre des PME françaises et étrangères sera étendu à la Chine. Une première manifestation sera organisée **en 2004 dans le Guangdong**. En effet, le tissu industriel du delta de la Rivière des Perles est composé d'entreprises privées dynamiques, souvent de taille moyenne et à capitaux familiaux, désireuses de nouer des partenariats, dans un contexte post-accession à l'OMC favorable à la Chine du Sud (la participation d'entreprises hongkongaises sera encouragée, les entreprises à capitaux hongkongais constituant une part très importante du tissu industriel du Guangdong). Plusieurs priorités sectorielles pourraient être retenues au titre du PIT 2004/2005: **hautes technologies, domaine environnemental et industrie de la plasturgie.**

- la ZES de Shenzhen est sans conteste l'une des villes de référence des **hautes technologies** en Chine. Elle accueille les plus grands noms chinois et internationaux mais aussi de nombreuses entreprises moyennes, performantes et opérant sur des niches susceptibles d'intéresser nos PME au titre de partenariats industriels. L'inscription, dans la programmation UBIFRANCE 2004, d'un pavillon français au salon des hautes technologies de Shenzhen, programmé à la mi-octobre 2004, devrait permettre d'y adosser un des volets 2004 du PIT en vue de mettre en relation nos entreprises avec des firmes chinoises. Les secteurs ciblés identifiés à ce jour sont : téléphonie de la dernière génération, fournisseurs de services informatiques, logiciels et progiciels, software, équipements pour l'industrie électronique, sous-traitance d'équipementiers en téléphonie, développement de solutions innovantes.

- le secteur de l'**environnement** constitue un axe de travail prioritaire de la Mission Economique à Canton. Elle organisera un séminaire UBIFRANCE le 18 novembre 2003, la veille d'un salon professionnel dédié à ce secteur, en partenariat avec l'ensemble des acteurs institutionnels et parapublics municipaux et provinciaux liés aux questions environnementales. Les financements de la Banque Mondiale alloués au Guangdong - dont une opération commune à Canton, sur FASEP, au bénéfice de SOGREAH - conjugués aux autres dossiers FASEP à l'étude dans ce domaine - justifient pleinement d'inscrire l'environnement dans le PIT 2004/2005. Les enjeux « eau », « déchets », « pollution de l'air », « stérilisation des déchets hospitaliers » revêtent une importance majeure pour nos PME qui excellent dans ces domaines et pourraient trouver dans le tissu industriel du Guangdong des partenaires potentiels. L'attente des firmes chinoises est grande : il serait judicieux de valoriser notre savoir-faire à un moment où nos concurrents anglo-saxons et européens (en particulier danois) multiplient les échanges et les contacts avec les opérateurs environnementaux (institutionnels et entreprises) du Guangdong. La répétition d'un séminaire UBIFRANCE ou l'organisation d'échanges techniques ad hoc en 2004 devraient répondre aux objectifs recherchés par le PIT,

- secteur moins connu où excellent pourtant nos entreprises, la **plasturgie** pourrait figurer au titre des priorités sectorielles du PIT, avec l'ambition de la Mission Economique de pouvoir monter en 2005 un séminaire sur la plasturgie au motif que le Guangdong, du fait de l'importance de son industrie légère et de transformation, accueille plus de la moitié de l'activité plasturgique de Chine. Les industriels provinciaux, de taille moyenne, n'hésitent pas, dans un contexte concurrentiel, à investir lourdement en nouveaux équipements, ce qui tire vers le haut l'ensemble de l'industrie. Les opportunités pour nos entreprises sont immenses à condition de les épauler, ce qui est la vocation du PIT.

- à Hong Kong, le HKTDC et la Mission économique mettront en place des **partenariats entre PME hongkongaises et françaises** pour aborder le marché chinois
- les partenaires (en premier lieu la CCIFC et les régions à l'exemple d'ERAI pour la région lyonnaise) renforceront leurs **services de domiciliation en Chine pour les PME**, formule extrêmement utile pour le démarrage de leur activité sur ce marché. Les initiatives privées du même ordre seront soutenues, notamment le projet novateur d'incubateur d'entreprises françaises dans le Guangdong développé par un Conseiller du commerce extérieur également Vice-président de la CCIFC

Ce parc industriel, d'une superficie de 12 hectares (100 000 m2 de planchers constructibles), situé dans le district de Xiaolan (Zhongshan), associé à l'opération, dont la construction est quasiment achevée, aura vocation à :

- aider et accompagner l'installation d'une PME/PMI à tous les niveaux de son développement, dans un environnement sécurisé ;
- regrouper des compétences au meilleur coût et en un même lieu (douanes, taxes, audit, juridique, conseil, sourcing, packaging, logistique, bureaux...) et mettre à la disposition des PME qui le souhaiteraient de cette plate-forme pour aider et accompagner leurs premiers pas en Chine ;
- créer des synergies immédiates et des économies d'échelle entre les PME installées
- regrouper les PME françaises trop souvent éparpillées dans le Delta de la rivière des Perles en vue de leur donner un poids plus conséquent ;

- mettre à leur disposition des usines clés en mains à construire ou déjà construites ;
- leur permettre de se concentrer sur leur métier par le biais de l'accompagnement effectif sur le terrain et de la présence, en même lieu, de compétences mises à leur disposition.

Partenaires : ME de Canton, CCIFC, CCEF, CGPME

- la DREE cherchera en liaison avec les autorités chinoises à davantage utiliser le **mécanisme de financement privilégié dit RPE** en faveur de projets chinois suivis par des PME françaises (exemples : matériel d'entretien de voies ferrées, équipement médical hospitalier, etc..)
- la collection des **guides répertoires** produits par les ME et distribué par Ubifrance, directement utiles pour la prospection des PME, sera étendue.
- il est décidé de développer de façon systématique le **parrainage des PME** désireuses d'exporter ou de s'implanter en Chine par de grands groupes français présents sur le marché chinois, à même de guider les PME dans leur approche du marché chinois, voire de leur fournir un appui logistique (prêt de locaux, d'interprètes.....). Outre "Partenariat France " (organisme regroupant la plupart des grandes entreprises françaises qui a pour objet d'effectuer des actions de portage au projet des PME) les conseillers du commerce extérieur de la France en Chine et à HK seront mobilisés de façon systématique par les Missions Economiques pour parrainer les PME intéressées par le marché chinois dès le premier contact établi avec celles-ci. Sous l'égide de Partenariats France, la FCCIHK et les CCE de Hong Kong s'engageront dans le développement du portage, par la sélection de représentants de grands groupes intéressés et l'organisation d'un séminaire d'information spécial Hong Kong en France.
- en complément de ces actions, plusieurs initiatives conjointes CCIFC FCCIHK / CCI / ME **renforceront les opportunités offertes aux PME de se faire connaître** :
 - la CCIFC qui propose à ses membres une présentation de leur entreprise sur son site internet étudiera la possibilité d'étendre cette proposition aux PME qui le souhaitent afin de constituer une sorte de salon virtuel des entreprises françaises accessible aux internautes chinois. Un lien sera établi avec firmafrance.com, le site officiel des exportateurs français développé par Ubifrance en partenariat avec le groupe Usine Nouvelle, qui présente plus de 10 000 entreprises françaises. L'objectif est de promouvoir à l'international les savoir-faire des entreprises françaises dans tous les grands secteurs d'activité et d'accompagner les décideurs chinois dans leur recherche de produits et de services en France.

- les CCI de France renforceront leur programme de missions collectives en Chine avec le soutien de la CCIFC, de la FCCIHK et des ME (déjà en préparation missions Lyon, PACA, Paris)
- des missions dans certaines provinces chinoises moins connues des entreprises que les régions de Pékin, Shanghai ou Canton seront organisées pour les entreprises présentes en Chine, et notamment les PME, conjointement par les ME et la CCIFC. Ainsi une mission à Chengdu sous la présidence de l'Ambassadeur est en préparation pour le mois d'octobre
- la campagne Image de la France, soutenue financièrement par le MINEFI à travers Ubifrance et organisée par la CCIFC et les ME, sera plus largement ouverte aux PME. Des actions seront également conduites à Hong Kong, organisées par la FCCIHK et la ME.
- parallèlement, le bureau de presse de Pékin et son antenne de Hong Kong renforceront la communication sur les produits et services des entreprises françaises auprès de la presse professionnelle chinoise.

ACTION N° 6

RENFORCER ET FORMER LES RESSOURCES HUMAINES

- **augmenter le nombre de VIE** (volontaires à l'international en entreprise) sur le marché chinois en augmentant la part des PME : actuellement environ 150 VIE sont présents en Chine, dont une soixantaine à Hong Kong, mais la forte majorité exercent au sein de grandes sociétés. L'objectif sera fixé à 200 pour 2004/2005. Les CCEF et grands groupes français présents en Chine seront mobilisés pour parrainer, voire héberger dans leurs locaux les VIE travaillant pour des PME françaises qui ne disposent pas de bureaux en Chine.
- **augmenter le nombre d'étudiants chinois formés en France** afin de développer un vivier de compétences à la disposition des entreprises françaises désireuses de développer leurs activités sur le marché chinois. Actuellement, s'il y a 30 000 étudiants chinois en Allemagne, 50 000 en Grande Bretagne, 250 000 aux Etats-Unis, ils sont moins de 10 000 en France. Les entreprises françaises seront invitées à proposer à des étudiants chinois des stages et des CDD pendant ou à l'issue de leurs études en France, afin de les attirer sur notre territoire. Le projet de création d'une "Maison de la Chine" à la Cité universitaire de Paris porté par les CCEF devrait permettre, à terme, de faciliter l'accueil des étudiants chinois à Paris. La sélection des étudiants et les procédures d'octroi de visas seront parallèlement considérablement améliorées par le développement par l'Ambassade de France en Chine du CELA (centre d'évaluation linguistique et académique), à Pékin et dans les Consulats généraux.
- **la CCIFC développera encore son service emploi**, déjà très sollicité et efficace, qui facilite le recrutement pour les entreprises françaises désireuses de trouver un personnel qualifié pour accroître leurs activités sur le marché chinois. Les autres partenaires soutiendront le développement de ce service, notamment en diffusant cette information en France
- **les services culturels et scientifiques de l'Ambassade de France à Pékin élaboreront une liste des étudiants diplômés en France** (à l'instar de ce qui a été fait à Hong Kong) afin de faciliter la recherche de cadres francophones pour nos entreprises. Cette action sera complétée par le développement de l'**association UBIFRANCE-CHINE** récemment créée à PEKIN rassemblant les anciens participants chinois aux séminaires organisés en France.