

BRUXELLES EXPORT



RAPPORT
D'ACTIVITES

2009



Direction du Commerce extérieur

Contenu

1.	Coordination du réseau d'attachés, coordination du budget et organisation de formations	
1.1.	Coordination du réseau d'attachés économiques et commerciaux	4
1.2.	Coordination budgétaire	4
1.3.	Collaboration avec Bruxelles Formation et le Cefora	5
2.	Octroi d'incitants financiers à l'exportation	
2.1.	Subsides aux PME bruxelloises	6
2.2.	Subsides aux fédérations professionnelles et associations apparentées	7
2.3.	Subsides aux Chambres de commerce belges à l'étranger et aux "Belgian Business Clubs"	7
2.4.	Paiements effectués	8
3.	Développement des initiatives sectorielles et plurisectorielles	
3.1.	Développer une expertise des secteurs exportateurs	9
3.2.	Exécution du Plan d'Actions 2009	10
3.3.	Rédaction du Plan d'Actions 2010	11
4.	Information et communication	
4.1.	Banque de données et prospecteurs commerciaux	12
4.2.	Site internet	12
4.3.	Publications	13
4.4.	Communication	13

Direction du Commerce extérieur

Missions et moyens

La Direction du Commerce extérieur de la Région de Bruxelles-Capitale est l'un des deux partenaires de Bruxelles Export. Elle est associée à BECI (Brussels Entreprises Commerce and Industry) qui regroupe la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bruxelles et l'Union des Entreprises de Bruxelles.

En tant que service public, la Direction du Commerce extérieur aide les petites et moyennes entreprises (PME) ainsi que les très petites entreprises (TPE) à prospecter les marchés étrangers. Elle leur offre un accompagnement personnalisé à Bruxelles et à l'étranger. Elle mène aussi des actions collectives pour inciter les entreprises à exporter leurs produits et services et leur octroie des aides financières.

Effectif et organisation

La Direction du Commerce extérieur compte 107 agents, dont 74 à l'étranger et 32 à Bruxelles. A Bruxelles, elle est divisée en quatre cellules :

- Finances, Budget et Logistique,
- Incitants financiers à l'exportation,
- Actions et Secteurs,
- Information et Communication

Budget

Le budget de la Direction, qui comprend les frais de fonctionnement des 33 bureaux d'attachés à l'étranger, s'élève à 8.821.000 € en crédits d'engagement et à 8.508.000 € en crédits de liquidation.

Activités et réalisations

1. Coordination du réseau d'attachés, coordination du budget et organisation de formations

1.1. Coordination du réseau d'attachés économiques et commerciaux

Contact days : en 2009 Bruxelles Export a accueilli 84 AEC pour un ou plusieurs jours de contacts individuels avec les entreprises exportatrices bruxelloises. Ensemble, ils ont eu 856 contacts (529 pour les AEC bruxellois, 139 pour les AEC WalBru, 59 pour les AEC WalBruVla et 129 pour les AEC VlaBru). A ce chiffre s'ajoutent les entreprises ayant participé aux rencontres géographiques et thématiques.

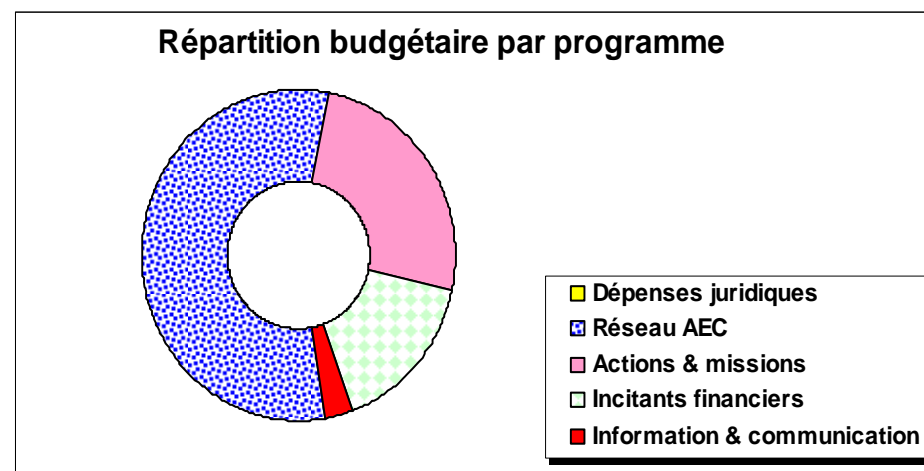
Treize rencontres géographiques et thématiques organisées : ce concept permet aux entreprises de rencontrer plusieurs AEC d'une même zone géographique lors d'une manifestation. Pas moins de 260 entreprises y ont participé, soit une moyenne de 20 participants par séance. Il a été convenu de maintenir le concept et d'organiser une « rencontre » par mois en 2010.

Si on ajoute les 260 participants des « rencontres » aux 856 participants des « Contact days », on répertorie 1.116 contacts en 2009, soit un nombre stable par rapport à 2008.

1.2. Coordination budgétaire

Le **budget** de la Direction du Commerce extérieur est subdivisé en cinq parties : dépenses juridiques, réseau des Attachés Economiques et Commerciaux (AEC), actions de promotion du commerce extérieur, incitants financiers, information et communication.

Suite aux nombreuses contraintes budgétaires, le budget de 2009 s'est élevé à 8.454.000 € en crédits d'engagements et à 8.165.000 € en crédits de liquidations, hors budget du personnel et des frais de fonctionnement à Bruxelles. Plus de 55 % du budget de la Direction du Commerce extérieur (4.721.000 €) est consacré au réseau des AEC.



De nombreux **outils de gestion budgétaire** se sont développés en 2009, visant un objectif d'harmonisation au sein de la Direction du Commerce extérieur.

Parmi ces initiatives, citons : le calcul du coût complet de chaque action de promotion du commerce extérieur, la généralisation de l'emploi des bons de commande, l'édition d'un guide de gestion financière des bureaux à l'étranger à l'attention des AEC.

La cellule Finance, Budget et Logistique a accru sa **collaboration avec la direction de la comptabilité** de l'Administration des Finances et du Budget et ce, dans un objectif de réconciliation et de consolidation des comptes (avances et dépenses) des AEC au sein de la comptabilité du Ministère de la Région de Bruxelles-Capitale.

1.3. Collaboration avec Bruxelles Formation et le Cefora

Les programmes « Brussels Young Exporters Program » (BYEP) et « Assistants import-export » existent déjà depuis quelques années et ont pour objectif de permettre à de jeunes demandeurs d'emploi passionnés par le commerce international de suivre une formation dans ce domaine et d'effectuer un stage dans une entreprise de la Région de Bruxelles-Capitale (suivi par un stage à l'étranger pour le BYEP).

La 5^e édition du « *Brussels Young Exporters Program* » a été quelque peu modifiée :

- le stage en entreprise est passé de cinq à six semaines ;

- le montant de la bourse octroyé aux stagiaires a été adapté au coût de la vie des villes respectives où ils font leur stage ;
- pour les stages à l'étranger, les destinations se sont limitées aux bureaux des attachés économiques et commerciaux bruxellois.

Des quinze stagiaires ayant débuté le programme, quatorze l'ont terminé et cinq ont déjà trouvé un emploi. Avant le séminaire des AEC de mars 2010, une enquête de satisfaction a été envoyée aux stagiaires-BYEP des quatre éditions antérieures. Les résultats de cette enquête seront présentés lors du séminaire.

Du 27 octobre 2009 au 24 mars 2010 se déroule la 4^e édition du **programme des Assistants en Import/Export**. Douze stagiaires ont entamé le programme.

2. Octroi d'incitants financiers à l'exportation

2.1. Subsidies aux PME bruxelloises

Au total 685 demandes de subsides ont été enregistrées par la Cellule des Incitants financiers à l'exportation au cours de l'année 2009, ce qui représente un accroissement de 24 % par rapport à 2008, soit un nombre de 132 dossiers supplémentaires.

La ventilation des demandes entre les neuf incitants s'établit comme suit :

Participation à des foires et salons internationaux à l'étranger :	226
Réalisation de supports informatifs de promotion à l'exportation :	209
Prospection de marchés situés hors UE :	158
Participation à des foires et salons hors UE couplée à une prospection :	50
Recours à des experts en commerce extérieur :	26
Formation technique de clients potentiels à Bruxelles :	0
Participation à des appels d'offres pour des marchés hors UE :	8
Ouverture de bureaux collectifs de représentation hors UE :	2
Participation à des programmes ou séminaires de formation :	6

La forte hausse du nombre total de demandes introduites en 2009 témoigne, de la part des entreprises bruxelloises, d'une politique

volontariste de présence à l'étranger malgré ou en raison de la crise économique. Nous détaillons ci-dessous l'intérêt suscité par chacun des neuf incitants proposés.

Foires et salons internationaux à l'étranger

Le plus demandé en 2009, il a récolté un nombre de 226 demandes, soit une augmentation de 15 % par rapport à 2008.

Les subsides accordés ont permis aux bénéficiaires de participer à quelque 160 salons différents dont 100 en France, 29 en Allemagne et 18 en Grande-Bretagne.

Supports informatifs de promotion à l'exportation

Un nombre record de 202 demandes (soit 20 % de plus qu'en 2008) ont été introduites pour la réalisation de supports informatifs multimédia. La majorité des demandes a porté sur la réalisation de sites Internet et de brochures.

Prospection de marchés situés hors UE

Cet incitant a connu la plus forte progression en 2009 (+27%) totalisant un nombre de 157 demandes qui ont porté sur 63 marchés différents. Les pays les plus prospectés ont été, par ordre décroissant, les Etats-Unis d'Amérique, les pays africains et les pays asiatiques.

Participation à des foires et salons hors UE couplée à une prospection :

L'attrait pour cet incitant créé en 2006 s'est encore confirmé puisqu'une cinquantaine de demandes, portant principalement sur des salons aux Etats-Unis, ont été traitées.

Recours à des experts en commerce extérieur

Les 26 demandes enregistrées en 2009 confirment un regain d'intérêt, certes modeste, de la part des entreprises.

Formation technique de clients potentiels à Bruxelles

L'incitant, créé en 2006, n'a fait l'objet d'aucune demande en 2009, ce qui confirme l'absence d'intérêt des entreprises bruxelloises pour ce genre d'initiative.

Appels d'offres pour des marchés hors UE

Huit entreprises bruxelloises ont sollicité une demande pour le remboursement partiel des frais liés à la poursuite d'appels d'offres internationaux lancés par des opérateurs publics ou privés pour des marchés hors UE.

Ouverture de bureaux collectifs de représentation hors UE

Deux entreprises bruxelloises ont introduit une demande pour l'ouverture d'un bureau collectif en Argentine, puis ont renoncé à leur projet.

Participation à des programmes ou séminaires de formation

Cet incitant a fait l'objet d'un léger regain d'intérêt des entreprises puisque six demandes ont été traitées.

2.2. Subsidés aux fédérations professionnelles et associations apparentées

Deux fédérations professionnelles ont bénéficié d'un subside au titre d'une intervention de la Région bruxelloise dans les frais de

leur programme de promotion des exportations destiné aux entreprises actives dans leur secteur. Le subside est lié à l'importance de l'emploi du secteur considéré dans la Région.

2.3. Subsidés aux Chambres de commerce belges à l'étranger et « Belgian Business Clubs »

L'octroi de subventions conjointes aux Chambres de commerce belges et aux « Belgian Business Clubs » à l'étranger s'est poursuivi en 2009. Au total quelque 30 Chambres de commerce et de « Belgian Business Clubs » ont reçu un subside pour la réalisation de projets concrets de promotion des exportations dans le pays où ils sont situés.

2.4. Paiements effectués

Les paiements de subsidés se sont élevés à 955.996 € en 2009 et ont été répartis comme suit :

Aides individuelles aux entreprises :	909.923 €
Aides aux fédérations professionnelles :	17.736 €
Subsidiation des Chambres de commerce belges à l'étranger :	28.337 €

3. Développement des initiatives sectorielles et plurisectorielles

Les activités de la cellule Actions et Secteurs peuvent être divisées en trois activités principales :

- développer une expertise des secteurs exportateurs ;
- concevoir un plan d'actions annuel qui planifie les actions collectives organisées par Bruxelles Export pour les entreprises bruxelloises (potentiellement) exportatrices ;
- organiser des actions collectives.

Ci-dessous vous trouverez la manière dont ces activités ont été développées en 2009.

3.1. Développer une expertise des secteurs exportateurs

La cellule Actions et Secteurs est organisée autour de six secteurs-clés de l'économie bruxelloise :

- Mode et design
- Audiovisuel et arts graphiques
- Construction, architecture et services
- Soins de santé et organisations internationales
- Technologies industrielles
- Alimentation et Horeca

Idéalement, un responsable analyse les acteurs, les besoins et les atouts de chaque secteur pour concevoir un plan sur mesure du secteur. Vu le départ de deux collègues et l'absence de longue durée d'un 3ème collègue, il n'a pas été possible de développer suffisamment l'expertise des secteurs exportateurs, le reste du personnel exécutant déjà toutes les actions prévues dans le plan d'actions.

Cependant, pour ne pas totalement négliger l'expertise des secteurs exportateurs (différente de l'expertise géographique que poursuivent toujours les deux autres Régions), quatre tables rondes sectorielles ont été organisées en 2009 (TIC - technologie médicale - bureaux d'études, d'architecture et de construction - secteurs créatifs). L'objectif était de tisser des liens avec les acteurs des secteurs-clés bruxellois et d'analyser la façon d'offrir un service sur mesure à ces secteurs.

En matière de connaissance du marché étranger, la cellule, organisée en secteurs exportateurs, fait appel à un réseau mondial qui – grâce à l'accord de collaboration de 2005 entre les trois Régions – compte 88 attachés économiques et commerciaux.

3.2. Exécution du Plan d'Actions 2009

En 2009, 82 actions figuraient sur le plan d'actions. Vingt n'ont pas été organisées, soit par manque d'intérêt des entreprises bruxelloises et/ou étrangères, soit pour des raisons économiques et/ou politiques. Par contre, dans le courant de l'année, sept actions ont été ajoutées grâce à l'identification d'opportunités d'affaires favorables et imprévues.

Au total, 69 actions ont donc été organisées (15 % de moins qu'en 2008) auxquelles 1.004 entreprises bruxelloises (9 % de plus qu'en 2008) ont participé.

La diminution du nombre d'actions par rapport à l'année passée s'explique en partie par :

- la stratégie de la cellule Actions et Secteurs qui depuis 2008 organise moins d'actions collectives pour prêter une plus grande attention à l'accompagnement individuel des entreprises des secteurs-clés susmentionnés,
- le manque de personnel,
- la crise économique qui se faisait encore fort sentir pendant le premier semestre de 2009.

Par contre, l'augmentation du nombre de participants démontre que les actions sont mieux ciblées et que l'on peut compter sur un plus grand intérêt de la part des entreprises. En 2009, on observe une moyenne de 14,5 entreprises bruxelloises par action contre 11,3 en 2008.

Les 69 actions organisées en 2009 ont été réparties comme suit : 16 actions multisectorielles (370 participants), soit 36 % de moins qu'en 2008 en raison d'une stratégie sectorielle plus intensive de la cellule Actions et Secteurs. Et 53 actions sectorielles :

- 7 actions « mode » et 4 « design » (226 participants)
- 9 actions « audiovisuel » et 7 « arts graphiques » (209 participants)
- 2 actions « construction, architecture et services » (6 participants)
- 6 actions « santé » (43 participants)
- 12 actions « technologies industrielles » (112 participants)
- 6 actions « alimentation et Horeca » (38 participants)

Parmi ces actions citées ci-dessus, on dénombre 8 séminaires (293 participants), 11 invitations d'acheteurs/décideurs (127 participants), 8 journées de contacts (124 participants), 25 salons (194 participants), 12 missions commerciales (186 participants) et 5 événements (80 participants). Elles se répartissent géographiquement comme suit : 46 en Europe (698 participants), 6 en Afrique (133 participants), 5 en Amérique (47 participants), 8 au Proche et Moyen-Orient (65 participants) et 4 en Asie (61 participants).

En outre, sept actions liées à la Chine ont été organisées en collaboration avec des partenaires régionaux et fédéraux dans le cadre d'Europalia 2009 et de l'Expo de Shanghai 2010.

3.3. Rédaction du Plan d'Action 2010

Dans le courant de 2009, le plan d'actions de 2010 a été rédigé. La procédure fixe menant à l'élaboration du plan avait été affinée en 2008 par l'insertion d'étapes intermédiaires supplémentaires.

Ainsi l'organisation des tables rondes sectorielles susmentionnées a permis aux responsables sectoriels de mieux confronter l'offre bruxelloise et la demande étrangère identifiée par le réseau des attachés économiques et commerciaux. Résultat : le plan d'actions 2010 n'a repris que les actions pour lesquelles il existait une correspondance parfaite entre l'offre et la demande.

L'analyse sectorielle, typologique et géographique poussée du plan d'actions 2009 a encore permis d'affiner la stratégie du plan d'actions 2010.

L'objectif pour 2010 est d'organiser le même nombre d'actions qu'en 2009, avec un budget identique, et d'obtenir un nombre de participants par action au moins équivalent.

Conclusion : la cellule Actions et Secteurs, en collaboration avec le réseau d'attachés économiques et commerciaux à l'étranger, a atteint en 2009 un résultat maximal avec un minimum de moyens en termes de budget et de personnel. De plus, le contexte économique et administratif fluctuant a nécessité des réactions rapides et flexibles.

4. Information et communication

4.1. Banque de données (www.brussels-exporters.be) et prospecteurs commerciaux

La banque de données des exportateurs bruxellois, qui reprend aujourd'hui les fiches de quelque 3.000 sociétés (potentiellement exportatrices, s'est enrichie de 478 entreprises en 2009.

Deux agents de la Direction s'occupent de la gestion quotidienne de ce fichier (mises à jour, requêtes, mailings de sensibilisation...). Depuis juillet 2009, la Direction dispose à nouveau d'un prospecteur commercial qui a visité 80 entreprises en 2009.

Près de 180 listes d'adresses d'entreprises bruxelloises ont été transmises à des tiers et 125 mailings relatifs à nos initiatives ont été transmis aux entreprises par courriel.

Via un mot de passe, la banque de données des exportateurs bruxellois est entièrement accessible au personnel et aux 88 attachés économiques et commerciaux au service des PME bruxelloises. Les internautes extérieurs n'ont cependant accès qu'aux informations non confidentielles.

La collaboration avec l'Agence pour le Commerce Extérieur s'est poursuivie avec l'objectif d'alimenter le fichier des exportateurs « fédéral » dont 14 % des firmes sont à présent bruxelloises. Ce fichier est utilisé tant pour la mise à jour du CD-ROM « BLUE » (dont la 14^{ème} édition est sortie en avril 2009) que pour l'envoi d'opportunités d'affaires via le Système de Diffusion Sélective de l'information. Ainsi, en 2009, l'Agence a transmis par courriel près

de 9.000 avis commerciaux (2.050 propositions d'affaires, 5.317 appels d'offres, 1.145 projets internationaux et 200 notices) aux entreprises bruxelloises sous le logo de Bruxelles Export.

4.2. Site Internet (www.bruxelles-export.be)

Le site Internet de Bruxelles Export a poursuivi son développement, notamment en affichant une rubrique « Frequently Asked Questions ».

Il accueille à présent une moyenne quotidienne de plus de 300 visiteurs uniques par jour et est devenu un outil de communication incontournable.

Quatre newsletters et quatre agendas des actions ont été transmis par voie électronique aux entreprises bruxelloises.

Enfin, le site de présentation sectorielle des architectes bruxellois – www.bruxelles-export/architectes – a connu une évolution importante en présentant aux internautes du monde entier près de cinquante bureaux d'architectures en trois langues.

4.3. Publications

Un guide de directives graphiques a été développé en 2009 par un bureau de graphisme avec l'objectif d'harmoniser les publications de Bruxelles Export et de renouveler leur présentation.

Le plan d'actions 2009 (paru en février) et le magazine trimestriel *Bruxelles Export News* (dès mars) ont été conçus en fonction de cette nouvelle ligne graphique.

A noter que le plan d'actions a été encarté dans *Trends, Tendances et Trends* (opération réservée aux abonnés bruxellois).

Le magazine trimestriel *Bruxelles Export News* s'est axé sur des thèmes concrets : missions économiques (Chine, Maroc, Inde...), approches sectorielles (édition), salon (MIPI), aides financières aux entreprises, responsabilité sociétale, thèmes techniques (accès au crédit bancaire, formalités douanières), promotion de la Région (Brussels days)...

Pour garantir une qualité d'écriture et une originalité de contenu, tous les articles sont écrits par des professionnels, sur base d'interviews qu'ils réalisent eux-mêmes.

Dans le fil de la charte, un nouveau dépliant sur les incitants financiers à l'exportation a été publié en septembre et a été encarté dans le magazine *Entreprendre/Dynamiek*.

Enfin, le rapport d'activités 2008 de la Direction du Commerce extérieur a été posté sur le site Internet dans le courant du mois d'avril.

4.4. Communication

Dans le but d'améliorer la notoriété de Bruxelles Export, un plan média a visé le public cible prioritaire de Bruxelles Export : les entreprises bruxelloises.

La presse écrite et la radio ont été les vecteurs de la communication. Les supports suivants ont été sélectionnés, notamment en fonction des chiffres d'audience sur la cible des cadres bruxellois : la *RTBF* (spot publicitaire radio : *La Première*, *Le Soir*, *La Libre Belgique*, *Trends / Tendances (français)*, *Trends (néerlandais)*).

Une vague publicitaire a ainsi été lancée en juin, au lendemain des élections régionales, afin d'obtenir une forte audience dans les différents médias.

BRUXELLES EXPORT

Direction du Commerce extérieur de la Région de Bruxelles-Capitale

Avenue Louise 500/4 - B 1050 Bruxelles

infos@brussels-export.irisnet.be

T 02 800 40 00

F 02 800 40 01



WWW.BRUXELLES-EXPORT.BE