



Nicole BRICQ
MINISTRE DU COMMERCE
EXTERIEUR

Arnaud MONTEBOURG
MINISTRE DU REDRESSEMENT
PRODUCTIF

Sylvia PINEL
MINISTRE DE
L'ARTISANAT, DU
COMMERCE ET DU
TOURISME

Fleur PELLERIN
MINISTRE DELEGUEE
CHARGEE DES PME, DE
L'INNOVATION ET DE
L'ECONOMIE NUMERIQUE
AUPRES DU MINISTRE DU
REDRESSEMENT PRODUCTIF

Communiqué de presse

Communiqué de presse

[www.commerce-
exterieur.gouv.fr](http://www.commerce-
exterieur.gouv.fr)

[www.redressement-
productif.gouv.fr](http://www.redressement-
productif.gouv.fr)

[www.artisanat-commerce-
tourisme.gouv.fr](http://www.artisanat-commerce-
tourisme.gouv.fr)

Paris, le 30 janvier 2013
N° 161/320/127

Lancement de la mission Marque France

Nicole BRICQ, ministre du Commerce extérieur, Arnaud MONTEBOURG, ministre du Redressement productif, Sylvia PINEL, ministre de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme, Fleur PELLERIN, ministre déléguée chargée des PME, de l'Innovation et de l'Economie numérique ont lancé le 30 janvier 2013 la mission relative à la création de la Marque France.

Cette initiative s'inscrit dans la stratégie plus globale d'attractivité (IDE, tourisme, grands événements internationaux) et de promotion de nos exportations lancée par le Gouvernement. Elle vise à renforcer les stratégies de marketing de provenance (made in) par un travail sur l'image de notre pays.

La Marque France doit concourir à améliorer la compétitivité de nos entreprises, l'attractivité de notre territoire, la notoriété de nos produits agricoles et manufacturés, la qualité de nos savoir-faire, l'image de notre industrie, bref, la réputation et le dynamisme de notre économie.

L'image d'un pays est, en effet, à la fois un actif et un passif, matériel et immatériel, qui se rattache à une nation et affecte la perception que l'on a de ses territoires, de ses produits, de ses savoirs et de ses savoir-faire. Elle agit ainsi sur les comportements de consommation, d'investissement, de production, d'installation, de localisation, d'innovation, de création...

Après de nombreux pays, la France souhaite se doter d'une stratégie de marque pays (« *Nation branding* ») consistant à interroger les perceptions que les marchés, les touristes, les investisseurs internationaux ont de notre Nation, à travailler sur cette image ainsi que sur les valeurs et les messages que l'on souhaite véhiculer pour la promouvoir.

La mission, dont la présidence a été confiée à **Philippe LENTSCHENER**, PDG du groupe MacCann, est une mission de réflexion et de concertation destinée à mettre en lumière les enjeux, ainsi que les voies et moyens de mettre en œuvre une marque nationale partagée fondée sur une stratégie de marketing pays.



Cette mission réunira également les compétences de **Michel GARDEL**, Vice Président de Toyota Motor Europe, en charge des affaires extérieures et environnementales, de **Clara GAYMARD**, présidente de *General Electric* France et vice-présidente de GE International chargée des gouvernements et des villes, de **Robert ZARADER**, président d'Equancy & Co et **d'Agnès B**, créatrice de mode.

Les conclusions de la mission sont attendues pour le 1^{er} mai 2013.

Contacts presse :

Cabinet de Nicole BRICQ

Perrine DUGLET – 01 53 18 46 89

Cabinet d'Arnaud MONTEBOURG

Marianne ZALC-MULLER – 01 53 18 45 13

Sandra RENARD

Cabinet de Sylvia PINEL

Nadhéra BELETRECHE, Nathalie ROYER – 01 53 18 44 50

Cabinet de Fleur PELLERIN

Aziz RIDOUAN – 01 53 18 41 00