

Paris, 16 février 2010. L'Agence française pour les investissements internationaux (AFII) lance un plan de communication ciblé visant à sensibiliser les investisseurs étrangers à l'intérêt et à la facilité de développer une activité en France. Déclinée dans divers pays tout au long de 2010, la campagne « France – Expect More » s'appuie sur les témoignages de dirigeants d'entreprises étrangères pour mettre en relief les avantages spécifiques offerts par l'environnement réglementaire et fiscal de la France, ses ressources humaines hautement qualifiées et productives, son excellente infrastructure industrielle, énergétique et de transports, ainsi que sa position stratégique pour servir les marchés européens.

Ces atouts ont fait de la France la deuxième destination de l'investissement étranger créateur d'emploi en Europe en 2008¹. Toutefois, les statistiques sur l'investissement et certaines enquêtes montrent que les dirigeants d'entreprises des grands pays émergents, qui représentent une part toujours croissante de l'investissement direct international, sont insuffisamment informés des opportunités qui existent en France ou s'imaginent qu'il est plus compliqué d'y investir qu'ailleurs.

Le plan de communication de l'AFII, baptisé « France – Expect More » vise à corriger cette situation, grâce notamment à des partenariats éditoriaux, tels que le Wall Street Journal et CNN qui mettront en avant différents aspects de la vie des entreprises en France. Dans les marchés ciblés par la campagne, dont le Brésil, la Chine, l'Inde, la Turquie et les pays du Golfe, des quotidiens et magazines économiques publieront des données sur la France, ainsi que des témoignages de dirigeants d'entreprises étrangères implantées en France.

« Les précédentes campagne avaient permis de positionner la France auprès des pays développés. Avec « Expect More », nous voulons promouvoir l'attractivité économique de la France auprès de nouveaux acteurs qui sont d'ores déjà des moteurs de croissance économique, » note David Appia, Président de l'AFII. *« Il faut aujourd'hui préparer l'accueil des investissements en provenance de ces pays. Nous allons poursuivre le redéploiement du réseau de l'AFII à l'étranger pour relever ce défi. Et nous n'oublierons pas les Etats-Unis et l'Europe, qui restent les deux premières régions d'origine des investissements créateurs d'emplois en France. »*

L'agence française pour les investissements internationaux (AFII) est l'agence nationale chargée de la promotion, de la prospection et de l'accueil des investissements internationaux. L'AFII facilite la réalisation de votre projet en France. Elle est l'organisme économique de référence sur l'attractivité et l'image de la France. L'agence s'appuie sur un réseau international, national et territorial. L'AFII travaille en partenariat étroit avec les agences régionales de développement économique pour apporter un service personnalisé aux investisseurs. Pour plus d'informations, consultez www.afii.fr

**Contacts presse : AFII Cynthia Odsi – Conseillère presse – cynthia.odsi@afii.fr
Ogilvy PR Lorenzo Ricci - 01 53 67 12 83 - lorenzo.ricci@ogilvy.com**

¹ La France a accueilli 117,5 milliards de dollars d'investissements directs internationaux, soit 23,3 % du total de l'Union européenne. Source : CNUCED

Pourquoi choisir la France

La ministre française de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi Christine Lagarde a listé les principaux atouts « business » de la France lors du Forum Economique Mondial de Davos, en Suisse (Janvier 2010)

“La France est ouverte au business. Nous accueillons volontiers les investissements directs étrangers. En France, on trouve un système politique, économique, réglementaire et fiscal solide. De plus, le crédit impôt-recherche, inédit dans le monde, est extrêmement attractif. Les investisseurs étrangers attendent généralement de la stabilité, de la prédictibilité et c’est précisément ce qu’ils trouvent dans notre pays. Je dirais que la France combine joie de vivre, innovation et travail assidu.”

Attirer les nouveaux acteurs de l'investissement direct international

Le plan de communication « Expect More » vise à conforter l'image économique de la France dans certains pays émergents.

Pour faire mieux connaître les atouts de la France auprès des milieux d'affaires dans plusieurs puissances économiques émergentes, le plan de communication « Expect More » valorise la performance d'entreprises étrangères en France et la satisfaction de leurs cadres dirigeants.

Chine

- 3^{ème} économie mondiale avec un PIB de 4 758 milliards de dollars (croissance du PIB en volume +10 % attendue en 2010) en 2009 (*source FMI*);
- 2^{ème} exportateur de biens et 5^{ème} exportateur de services (*source OMC*);
- 13^{ème} pays investisseur source avec un flux d'IDE de 52 150 millions de dollars en 2008 (*source CNUCED*) ;
- Sur la période 2003-2008 : 927 projets dans le monde et 310 projets en Europe dont 62 pour la France, 66 pour le Royaume-Uni et 38 projets pour l'Allemagne (*source FDI Market*).

Hong-Kong

Sur la période 2003-2008 : 927 projets dans le monde et 126 projets en Europe dont 20 pour la France, 20 pour le Royaume-Uni et 12 projets pour l'Allemagne (*source FDI Market*).

Inde

- 12^{ème} économie mondiale avec un PIB de 1 243 milliards de dollars (croissance du PIB en volume + 7,7 % attendue en 2010) en 2009 (*source FMI*);
- 27^{ème} exportateur de biens et 9^{ème} exportateur de services (*source OMC*);
- 22^{ème} pays investisseur source avec un flux d'IDE de 17 865 millions de dollars en 2008 (*source CNUCED*) ;
- Sur la période 2003-2008 : 1 432 projets dans le monde et 331 projets en Europe dont 32 pour la France, 124 pour le Royaume-Uni et 42 projets pour l'Allemagne (*source FDI Market*).

Brésil

- 8^{ème} économie mondiale avec un PIB de 1 482 milliards de dollars (croissance du PIB en volume +4,7 % attendue en 2010) en 2009 (*source FMI*);
- 22^{ème} exportateur de biens et 31^{ème} exportateur de services (*source OMC*);
- 21^{ème} pays investisseur source avec un flux d'IDE de 20 457 millions de dollars en 2008 (*source CNUCED*) ;
- Sur la période 2003-2008 : 324 projets dans le monde et 58 projets en Europe dont 7 pour la France, 5 pour le Royaume-Uni et 2 projets pour l'Allemagne (*source FDI Market*).

Turquie



- 17^{ème} économie mondiale avec un PIB de 594 milliards de dollars en 2009 (*source FMI*);
- 32^{ème} exportateur de biens et 27^{ème} exportateur de services (*source OMC*);
- 40^{ème} pays investisseur source avec un flux d'IDE de 2 585 millions de dollars en 2008 (*source CNUCED*) ;
- Sur la période 2003-2008 : 383 projets dans le monde et 266 projets en Europe dont 5 pour la France, 6 pour le Royaume-Uni et 17 projets pour l'Allemagne (*source FDI Market*).

Russie

- 11^{ème} économie mondiale avec un PIB de 1 255 milliards de dollars (croissance du PIB en volume +3,6 % attendue en 2010) en 2009 (*source FMI*);
- 9^{ème} exportateur de biens et 22^{ème} exportateur de services (*source OMC*);
- 12^{ème} pays investisseur source avec un flux d'IDE de 52 290 millions de dollars en 2008 (*source CNUCED*) ;
- Sur la période 2003-2008 : 849 projets dans le monde et 407 projets en Europe dont 8 pour la France, 23 pour le Royaume-Uni et 31 projets pour l'Allemagne (*source FDI Market*).

Pays du Golfe

- Sur la période 2003-2008 : 1436 projets dans le monde dont 224 projets en Europe dont 8 pour la France, 70 pour le Royaume-Uni et 10 projets pour l'Allemagne (*source FDI Market*).

Le plan de communication « Expert More », ou comment révéler la France du « business »

Une approche multi-facettes pour atteindre les décideurs économiques

Le plan médias en bref

Le plan de communication « Expert More » est soutenu par un plan média d'un an, structuré en deux phases :

- Le lancement, de février à juin, se rattache à d'importants événements de la vie économique et politique de certains pays ciblés.
- Le plan se poursuivra au second semestre 2010. Il vise à s'assurer que les messages resteront à l'esprit des publics ciblés, en mettant à profit les principaux événements liés à la France.

Pour atteindre les décideurs et les sensibiliser aux atouts de la France, le plan médias combine la puissance de la presse papier (qui représentera 70 % de l'investissement en achat d'espace) à celle d'internet (30 %)

« Expert More » vise à promouvoir les avantages concurrentiels de la France auprès des patrons d'entreprises européennes et internationales. Ainsi, le plan médias vise d'abord de grands quotidiens et sites paneuropéens (*The Wall Street Journal*, le site du *Financial Times*, *Barrons*). Ensuite, les médias sélectionnés seront les quotidiens, magazines et sites d'information économique les plus lus par les cadres dirigeants de certains marchés émergents :

- **Chine** : *China Business News*, *The People's Daily*, *The Economic Daily*, *Caijing*, *Ce.cn*, *Scmp.com*, etc.
- **Inde** : *The Times of India*, *The Hindustan Times*, *Air India Inflight*, *India Today*, *Moneycontrol.com*, etc.
- **Brésil** : *Valor Econômico*.

Au total, « Expert More » occasionnera la publication de 140 encarts publicitaires dans la presse écrite (61 en Chine, 55 en Inde, 10 au Brésil et 14 dans les médias paneuropéens) et 133 publicités en ligne, publiant des données sur la France ainsi que des témoignages de patrons étrangers dont les affaires en France sont couronnées de succès.

Partenariats publicitaires spéciaux avec The Wall Street Journal et CNN

L'AFII est le partenaire initial de la nouvelle série mensuelle de CNN, i-List, qui a débuté avec « i-List : France », diffusé pour la première fois du 8 au 12 février. Le partenariat comprend des opportunités publicitaires multi-plateformes, dont des vignettes et écrans publicitaires à la télévision et une présence en exclusivité sur le site associé, www.cnn.com/ilist.

Un mini-site dédié à l'AFII sera également créé dans l'espace en accès libre du site du Wall Street Journal. De mars à juillet 2010, des journalistes de premier plan, recommandés par le journal, publieront 10 articles (soit 2 par mois) sur l'investissement étranger et l'ouverture du marché français. Ils s'intéresseront à divers sujets, tels que le système éducatif français, les faibles coûts d'installation pour les investisseurs étrangers ou l'infrastructure de transport du pays, de renommée mondiale. Dans chaque article, une série de liens permettra aux lecteurs d'accéder à des informations sur le site de l'AFII. Le mini-site comprendra également un forum de discussion, permettant aux lecteurs et dirigeants d'entreprises de partager leurs points de vue sur ces différents sujets.

La signature « France means business » sera publiée dans des encarts sur le site mobile du Wall Street Journal et au moyen d'applications mobiles (iPhone et Blackberry).



Opérations en ligne

La campagne en ligne inclut des encarts publicitaires redirigeant l'internaute sur le site de l'AFII en version anglaise (www.investinfrance.org), où une nouvelle page d'arrivée sera créée. Cette nouvelle page résumera les principaux messages du plan de communication « Expect More » et présentera des témoignages et des entretiens complets de dirigeants d'entreprises issus des pays ciblés. De cette page d'accueil, l'internaute sera aiguillé vers les contenus pertinents du site de l'AFII.

En complément du site, un blog (<http://blogs.afii.fr/en/>) publiera des articles et billets de qualité sur divers sujets liés à la France des affaires et des opportunités. Des experts de l'AFII et des spécialistes externes partenaires partageront régulièrement des données techniques et des commentaires sur les atouts de la France, en lien avec l'actualité. Ils examineront également certaines innovations françaises d'envergure.

Bureau de presse

Au-delà de la sensibilisation des dirigeants d'entreprises étrangères aux atouts de la France, « Expect More » vise un public plus large, grâce aux relations presse.

Un bureau de presse situé en France sera chargé d'annoncer la campagne et de suivre les opportunités éditoriales et de prise de parole dans la presse française et paneuropéenne. Il entretiendra des relations rapprochées avec les correspondants des médias des pays ciblés (Chine, Inde, Brésil, Russie, Turquie, pays du Golfe, Etats-Unis).

Influence numérique

Le blog de l'AFII (<http://blogs.afii.fr/en/>) s'intéressera à divers sujets liés à la France des affaires et des opportunités. Il constituera le point d'entrée vers les réseaux sociaux.

En s'appuyant sur le réseau mondial d'Ogilvy, l'AFII se rapprochera d'une communauté de bloggeurs influents dans les pays ciblés, identifiés comme leaders d'opinion au niveau local. Leur participation au blog de l'AFII sera mise en évidence par des liens croisés avec leurs espaces sociaux. Ils seront également encouragés à réagir et commenter les billets du blog.

Lorsque les représentants de l'AFII dans les pays ciblés participeront à des événements internationaux ou liés à la France, ils inviteront les bloggeurs de l'AFII à les y rejoindre.

Bureau des contenus

Au-delà de la présence médiatique, le plan de communication « Expect More » enrichira également les ressources et le contenu en ligne que l'AFII propose aux journalistes, aux prescripteurs et aux hommes et femmes d'affaires.

Avec l'appui du réseau mondial d'Ogilvy, un bureau des contenus relayera les évolutions réglementaires, suivra les débats politiques et les sujets d'actualité dans la presse internationale, ainsi que les calendriers éditoriaux des principaux périodiques des pays ciblés par la campagne. Ce suivi en temps réel s'étendra également aux médias sociaux (blogs, Twitter, Facebook, forums, etc.), afin de rester au fait des débats en ligne.

Le bureau publiera des enquêtes dédiées et des comparatifs de l'attractivité de la France pour l'investissement international.

Ils ont la parole : des décideurs étrangers parlent de « leur » France

Pour convaincre de nouveaux investisseurs, le plan de communication « Expect More » s'appuie sur les témoignages de cadres dirigeants travaillant en France.

Lorsqu'on choisit un restaurant ou un film, l'opinion d'un ami ou d'un critique indépendant pèse souvent plus lourd que les déclarations du propriétaire ou du producteur. Pour cette simple raison, l'Agence française pour les investissements internationaux centre un plan de communication sur l'expérience de ceux qui sont les plus à même de convaincre les investisseurs et décisionnaires étrangers : d'autres investisseurs et dirigeants étrangers.

La puissance du bouche à oreille

Des dirigeants basés en France, dont les directeurs généraux des filiales françaises d'Huawei et d'Embraer, partageront leur expérience avec les hommes et femmes d'affaires de leur pays. Sans compensation pour leur contribution et le temps consacré à « Expect More », ils évoqueront leurs projets d'investissement dans les grands médias nationaux et internationaux et expliqueront en quoi la France leur a apporté davantage qu'ils n'en attendaient.

Leo Sen, le directeur général du fournisseur chinois de solutions de télécommunications Huawei France, note que « la France possède de nombreux atouts pour attirer les investisseurs chinois : son marché, son image dans le monde, tous ses « écosystèmes économiques » matures, une industrie très performante et beaucoup d'équipements, dont la bonne qualité des réseaux de transport. »

Ce point de vue est partagé par le directeur général de l'équipementier aéronautique brésilien Embraer Aviation Europe, Horacio Aragones Forjaz. « La France offre une localisation idéale pour notre siège européen. Elle nous donne une plateforme de distribution au cœur du continent, avec une infrastructure et des transports de la meilleure qualité. »

Ces deux premières contributions seront publiées dans *The Wall Street Journal* et *Barrons* en février. Environ dix dirigeants d'entreprises étrangères parleront de leur connaissance de la France en 2010 ; leurs témoignages apparaîtront dans de grands titres de la presse nationale des pays ciblés, tels que *People's Daily* en Chine, *Times of India* en Inde et *Valor Econômico* au Brésil, ainsi que dans des médias paneuropéens tels que le site internet du *Financial Times*.



Une étude quantitative et qualitative TNS Sofres sur l'image économique de la France (novembre 2009)

Elle visait à établir un point 0 de l'image économique de la France dans les pays visés par le plan - Brésil, Inde, Chine, Europe, Golfe et Etats-Unis - auprès d'un panel de 360 « leaders » d'opinion.

Plusieurs enseignements peuvent en être tirés :

- La question de l'attractivité globale de la France divise les leaders d'opinion, puisqu'il en ressort une égalité parfaite entre ceux qui trouvent notre pays plutôt attractif (49%) et ceux qui la jugent au contraire peu attractive (49%). Mise en concurrence avec d'autres pays, la France est distancée par ses voisins allemands et anglais.
- Pour autant, la France dispose de nombreux atouts : infrastructures de communication et de transport, tissu industriel, qualification de la main d'œuvre, R&D, taille du marché intérieur sont autant de critères jugés attractifs - voire très attractifs - par 72% à 88% des répondants. Mais deux critères restent négativement perçus : **le coût du travail et la fiscalité**.
- Les perceptions évoluent positivement : plus de la moitié des répondants soulignent **les efforts d'adaptation entrepris et les opportunités nouvelles qui se créent dans le pays** (sont cités la modernisation de l'économie pour 64% et l'optimisme pour la sortie de crise pour 57%).

L'Agence française pour les investissements internationaux :
promouvoir et faciliter l'investissement étranger en France
*Un réseau de 27 bureaux dans le monde offre un soutien personnalisé
aux investisseurs potentiels.*

L'Agence française pour les investissements internationaux (AFII) collabore avec les 22 agences de développement régional françaises pour conseiller, créer des contacts, organiser le soutien institutionnel et accompagner les succès des investissements créateurs d'emplois en France.

Information et conseil

Les bureaux locaux de l'AFII fournissent une information complète sur la fiscalité, le droit du travail, l'expatriation et les autres réglementations pertinentes. Prenant en compte les conditions spécifiques de chaque secteur et chaque projet, l'agence répond aux demandes et offre toutes les explications nécessaires à l'investisseur.

De plus, l'AFII assure la promotion de l'image économique de la France à l'étranger. L'agence valorise également les résultats d'entreprises étrangères sur le territoire français, de manière à encourager les investisseurs potentiels à étudier les opportunités qui s'y présentent.

Un soutien de bout en bout

Lorsqu'un investisseur a choisi la France, l'AFII est là pour l'aider. Ses experts peuvent recommander des sites d'implantation et organiser des visites avec les partenaires locaux pour aider les entreprises étrangères à effectuer un choix bien informé sur la meilleure localisation possible.

Les institutions d'un pays étranger peuvent sembler compliquées à un nouvel arrivant. L'AFII introduit les investisseurs auprès de tous les contacts pertinents : administrations, représentants de l'Etat et élus locaux, dont les présidents des conseils régionaux et généraux. Des contacts parmi les entreprises locales peuvent également s'avérer utiles, notamment à travers des pôles de compétitivité français.

Plus de 160 professionnels dans 27 représentations

Le réseau de l'AFII s'étend à tous les continents, avec des représentants dans les principaux centres d'affaires du monde. De Sydney à San Francisco et de Shanghai à Sao Paolo, ils offrent à la fois leurs connaissances et un service sur mesure aux investisseurs potentiels, des conditions et des opportunités d'investissements en France, un sens aigu des affaires et une bonne sensibilité à la culture locale, pour fournir aux investisseurs potentiels le service le plus efficace possible.

Pour une liste complète des contacts de l'AFII, merci de consulter www.afii.fr

ANNEXES

Annexe 1 : annonce print Huawei



FICHE TECHNIQUE

Annonce publicitaire print campagne « France – Expect More »

Annonceur	:	AFII
Produit	:	N/A
Titre(s) visuel(s) français	:	Huawei
ET_Titre visuel anglais	:	Huawei
Format	:	Junior page, ¼ page, pleine page
Directeur de Création	:	Nick Hine
Concepteur-rédacteur	:	Arnaud Vanhelle
Directeur artistique	:	Benoit Raynert
Autres intervenants	:	Nicholas Lequesne
Achat d'Art	:	Laurence Nahmias
Photographe	:	Pierre-Laurent Hahn
Illustrateur	:	Mecanique Générale
Responsable Agence	:	Natalie Rastoin, Natalie Heckel, Julien Leterrier, Anne-Cécile Dumonchau
Responsable Annonceur	:	Julie Cannesan, Priscille Troyan-Gulli
Date et lieu de sortie	:	18 février 2010 – Wall Street Journal (Europe/US/Asie)

Agiloy

Annexe 2 : Liste d'entreprises étrangères établies en France (2010)

Inde	Pays du Golfe
AIR INDIA	Etihad Airways, (Émirats Arabes Unis)
Bank of India	Jetex Flight Support , (Émirats Arabes Unis)
Biologie et Industrie SAS	MIDEX AIRLINES, (Émirats Arabes Unis)
Geometric LTD	GAC Marine L.L.C., (Émirats Arabes Unis)
COGNIZANT TECHNOLOGY SOLUTIONS France SA	BDC Holdings, (Émirats Arabes Unis)
East West B. C., (France)	Dubai World
Havells Syvania	GOVERNEMENT OF RAS AL KHAIMAH
Hexaware France, (France)	GOVERNEMENT OF ABU DHABI
HCL Technologies limited	GOVERNEMENT OF DUBAI
HINDUJA GROUP	Qatar Diar
HSL Surya Software Systems	Etihad Airways, (Émirats Arabes Unis)
INFOSYS TECHNOLOGIES LIMITED	Jetex Flight Support , (Émirats Arabes Unis)
INFOSYS	MIDEX AIRLINES, (Émirats Arabes Unis)
Infotech Enterprises	GAC Marine L.L.C., (Émirats Arabes Unis)
ITTIAM	BDC Holdings, (Émirats Arabes Unis)
Jet Airways	
Kalycito	
Keane	
KPIT /Pivolis	
L&T Infotech	
Phoenix Login Solutions	
Premier's Tea Europe	
Roha France	
Satyam Computer Services Ltd	
Stelae Technologies	
State Bank of India	
Tata Elxsi Limited	
Tata Communication	
Tata Consultancy Services France	
Telisma - On Mobile	
Vectra aviation	
Vidarbha Nickel	
Vox Nobilis	
Wipro	
Wockhardt France	
Zylog Systems	
Galaxy	
Russie	Brésil
SEVERSTAL, (Russie, Fédération de)	ALPARGATAS FRANCE
Kaspersky Lab, (Russie, Fédération de)	BRE SERVICES
Stroimontage, (Russie, Fédération de)	CARLOS MIELE
GAZPROM, (Russie, Fédération de)	CVC
AFK SISTEMA, (Russie, Fédération de)	EMBRAER
Dr.Web, Ltd., (Russie, Fédération de)	H Stern
Alpari Group, (Russie, Fédération de)	InBEV FRANCE
URALCHEM, (Russie, Fédération de)	INDUSPARQUET EUROPA
ADAMIL Informatique	MOY PARK FRANCE (MARFRIG)
Aeroflot	NATURA
Norilsk Nickel	PEPPER BIOCLEAN

OGGI	Perdigão France
Retal Industries Ltd	TAM
Russian Standard Corporation	TRAMONTINA FRANCE
	VALE
	WEG FRANCE
Chine	
ADERLY	
ADETEF	
ADISSEO FRANCE S.A.S, (France)	
AIGO FRANCE SARL, (France)	
Aiminer , (Chine)	
AIR CHINA, (France)	
AMELAFA, (France)	
Anthony Marc Import-Export	
APIM	
ASECFC, (France)	
ASIALAND	
Baostell Trading France, (France)	
BBCA EUROPE S.A.S, (France)	
BLD INTERNATIONAL S.A.S, (France)	
BLUESTAR SILICONES INTERNATIONAL, (France)	
BROAD	
CASIC EUROPE SARL	
CATHAY CAPITAL Private Equity , (France)	
CATIC SARL	
CCTV Bureau à Paris, (France)	
CFMOTO EUROPE	
CHINA EASTERN AIRLINES Co., Ltd., (France)	
China Forest Industry	
CHINA GUANGDONG NUCLEAR POWER GROUP C0 , (France)	
CHINA INTERNATIONAL TRAVEL SERVICE FRANCE (CITS), (France)	
China Shipping (France) Agency	
CHINA SOUTHERN AIRLINES FRANCE, (France)	
CHINA TRAVEL SERVICE S.A.R.L. (France), (France)	
CHINAGORA, (France)	
CNPC INTERNATIONAL (France)	
COSCO FRANCE S.A., (France)	
COSHIP ELECTRONICS	
CSPS EUROPEAN ENERGY SAVINGS CY	
Dongfeng Peugeot-Citroën Automobile Company, (France)	
DUOLING EUROPE SARL, (France)	
ECCU	
FAGO SARL	
FID SHANGHAI, (France)	
GALANZ EUROPE, (France)	
GIDE LOYRETTE NOUEL	
GR Asie	
GREEN VALLEY FRANCE	
GRUPE MOELLER INVESTISSEMENT FRANCE	
HAIER TRADING FRANCE, (France)	
HEC EURASIA INSTITUTE	
Hisense Europe, Ltd. , (France)	
HOLLEYPHARM FRANCE S.A.R.L	
HUA MIN France SARL, (France)	
HUAWEI TECHNOLOGIES FRANCE,	

(France)	
International Enterprise Singapore	
Kangnai France	
KEEWAY FRANCE S.A.S	
KEVIN FRANCE, (France)	
LA SHUNDE IMPORTS & EXPORTS, (France)	
LENOVO FRANCE S.A.S, (France)	
MIDEA FRANCE	
MOBILTRON FRANCE SAS, (France)	
MODE INTERNATIONAL DIFFUSION (MID), (France)	
NEPTUNE France, (France)	
NEW CENTURY TRADING, (France)	
News CIVIC Compagnie Paris, (France)	
NFM TECHNOLOGIES	
Ningbo Oren Garment France	
NORINCO, (France)	
Nortel Networks SA, (France)	
OECD	
ORIENT INTERNATIONAL FRANCE SARL, (France)	
Phoenix Chinese News & Entertainment Ltd	
Prima Shahua, (France)	
PRIME TECH UNION, (France)	
Roc International	
SASAC	
SAT TECHNICAL CENTER EUROPE (ATISTECH), (France)	
SFGCG, (France)	
Shangdong Yuhua Groupe France, (France)	
Shanghai HKC, (France)	
SICHUAN CHANGHONG ELECTRIC CO., LTD. (Changhong), (France)	
Simmons Gainsford Llp	
SOCIETE EUROPEENNE DE PRODUCTION D'ECRAN PLAT (SEPEP)	
SOGIP, (France)	
TAJ	
Taylor Wessing, (France)	
Tianjin new textiles imp & exp.co ltd, (France)	
TIENS FRANCE SARL	
TSINGTAO BREWERY IMPORT EXPORT, (France)	
TTE EUROPE (TCL-THOMSON ELECTRONICS), (France)	
TWO CAST BERRY	
USINE DU BREUIL	
VIDON & Partners	
WATCHDATA SYSTEM Co., Ltd.	
WISTRON	
X-PM Transition Partners	
ZTE Corporation	
USA	
ABBOTT AMBULATORY INFUSION SYSTEMS	
ABBOTT DIAGNOSTICS	
ABBOTT LABORATORIES	
ACCENTURE	
ALCAN ALUMINUM CORP	
Alcatel-Lucent (ex- Lucent Technologies Inc.)	
AMERICAN EXPRESS COMPANY	
ASTRAZENECA (R&D BOSTON)	

BRIDGESTONE/FIRESTONE TECHNOLOGY	
BRIDGESTREET WORLDWIDE	
BRINK'S COMPANY, THE (FKA: PITTSTON COMPANY, THE)	
BRISTOL BABCOCK INC	
CAMPBELL SOUP COMPANY	
CAPSUGEL - PFIZER	
ARIZANT INC.	
ARIZONA CHEMICAL CO INC	
ARKEIA CORPORATION	
ARMOR HOLDINGS INC.	
ARMSTRONG HOLDINGS, INC. (ARMSTRONG WORLD INDUSTRIES)	
ARRAY NETWORKS	
COCA-COLA BOTTLING CO	
DELOITTE & TOUCHE LLP	
BAXTER International Inc.	
BAY NETWORKS	
BAYSIDE CAPITAL	
BBC SYSTEMS	
ERNST & YOUNG INTERNATIONAL	
FEDEX CORPORATION	
GE ADVANCED MATERIALS - GENERAL ELECTRIC COMPANY	