



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

États-Unis

Question écrite n° 18278

Texte de la question

M. François Cornut-Gentile attire l'attention de M. le ministre délégué au commerce extérieur sur les difficultés des entreprises françaises dans leurs relations commerciales avec les Etats-Unis. Une grande entreprise française spécialisée notamment dans l'aéronautique a ainsi reconnu une forte perte de chiffre d'affaires sur le marché américain en raison de mesures de rétorsion à la suite de la crise diplomatique irakienne. Ces mesures de rétorsion qui touchent un grand nombre de sociétés françaises s'ajoutent à un contexte économique détérioré altérant un peu plus des résultats économiques inquiétants. Aussi, il lui demande de préciser les mesures adoptées par le Gouvernement pour améliorer les relations commerciales franco-américaines.

Texte de la réponse

Les menaces de boycott évoquées ces derniers mois ne se sont pas traduites dans les faits et dans les chiffres de manière tangible. Les quelques appels au boycott n'ont en effet jamais été cautionnés ni par les milieux économiques ni par les autorités gouvernementales des Etats-Unis. Je me suis rendu à New York les 27 et 28 juin derniers afin de dialoguer avec les chefs d'entreprises françaises actifs aux Etats-Unis : ces rencontres confirment que les biens de consommation, et notamment les vins tranquilles (et non le champagne), constituent le seul secteur qui ait enregistré au cours des derniers mois une diminution de ses ventes sur le marché américain. En revanche, les biens d'équipement ont poursuivi leur trajectoire commerciale antérieure, et plusieurs marchés d'importance ont été remportés par nos entreprises aux Etats-Unis. Au premier trimestre 2003, les tendances observées en 2002 se sont globalement poursuivies : solde favorable à la France (404 millions d'euros), léger recul du montant de nos exportations (- 3,7 %) et de nos importations (- 10,7 %) d'un trimestre sur l'autre en ligne avec l'évolution des quatre trimestres précédents. Exprimée en dollars, la baisse de nos exportations vers les Etats-Unis est encore plus faible (- 1,11 %), du fait de la hausse de l'euro par rapport au dollar (+ 6,7 % entre le dernier trimestre 2002 et le premier trimestre 2003). Les Etats-Unis représentent un marché prioritaire pour notre politique de soutien des entreprises à l'exportation. Avec une part de marché de 2,2 %, notre marge de progression dans ce pays est appréciable. Les Etats-Unis, avec l'Union européenne, représentent le premier marché mondial (286 millions d'habitants, revenu par habitant de 36 000 dollars). Ils s'inscrivent donc naturellement parmi les vingt-cinq pays cibles que j'ai retenus fin mai dernier dans le cadre de la conférence de l'exportation. Pour toutes ces raisons et afin d'améliorer encore les relations économiques et commerciales franco-américaines, j'ai mis en place un plan d'action pour nos entreprises sur le marché américain, dont vous trouverez le détail en annexe à cette réponse, qui repose sur cinq actions principales : une veille commerciale renforcée avec quatre cibles prioritaires (biens de consommation, biotechnologies, marchés publics et tourisme) et la mise en ligne de forums professionnels d'exportations ; mieux informer les entreprises françaises sur les opportunités du marché américain : les réunions d'information sur le marché américain vont se multiplier dans les régions françaises, et un effort d'innovation va être consenti pour faciliter l'accès des entreprises au marché américain notamment grâce à la mise en place d'un logiciel en français permettant de s'enregistrer plus facilement auprès de la FDA (Food and Drug Administration) ; un meilleur accompagnement pour les PME arrivant sur le marché américain : j'ai demandé aux chefs de grandes

entreprises françaises aux Etats-Unis ainsi qu'à Partenariat France de développer la formule du portage des PME sur le marché américain, ainsi que d'accroître la présence des VIE (volontaire à l'international en entreprise), en développant l'hébergement de ces jeunes dans les grandes entreprises pour le compte des PME n'ayant pas de filiales aux Etats-Unis ; mettre en valeur l'offre des entreprises françaises auprès des acheteurs américains : le nombre de salons professionnels auxquels participent les entreprises françaises aux Etats-Unis sera doublé dès 2004 (vingt-cinq contre onze en 2003), UBIFRANCE va renforcer ses méthodes de démarchage actif et cibler des entreprises françaises en amont des salons (notamment par marketing direct), les missions d'acheteurs américains en France vont être multipliées ; renforcer le dialogue entre chefs d'entreprise français et américains : un nouvel élan va être donné aux trois principaux forums existants de dialogue entre les entreprises françaises et nord-américaines : FABC (French American Business Council), TABD (Transatlantic Business Dialogue), NAFIC (North American French Industrial Club).

Données clés

Auteur : [M. François Cornut-Gentille](#)

Circonscription : Haute-Marne (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 18278

Rubrique : Politique extérieure

Ministère interrogé : commerce extérieur

Ministère attributaire : commerce extérieur

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 19 mai 2003, page 3763

Réponse publiée le : 28 juillet 2003, page 6026