



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

exportations

Question écrite n° 37726

Texte de la question

M. Pierre Morel-A-L'Huissier attire l'attention de M. le ministre délégué au commerce extérieur sur les exportations françaises en Asie émergente. Le produit intérieur brut de l'Asie émergente représente plus de 10 % du PIB mondial et enregistre une croissance annuelle de l'ordre de 6,8 % par an, soit le double de la moyenne mondiale. En conséquence, il lui demande de bien vouloir lui préciser quelles mesures il entend développer afin d'accroître les exportations françaises dans cette zone.

Texte de la réponse

Le Gouvernement s'efforce de soutenir les entreprises françaises qui font le choix de l'Asie et de les inciter à être présentes sur un marché stratégique pour l'avenir de la position française dans le monde. L'Asie émergente fait l'objet d'une attention particulière et d'une affectation de moyens en relation avec son importance et son potentiel pour les exportateurs français. Les procédures financières publiques permettant de soutenir le développement international des entreprises françaises font l'objet d'une politique ambitieuse en Asie émergente. Ainsi, la réserve pays émergents, qui permet à des entreprises françaises de créer des références commerciales par le financement de projets vitrines dans des marchés stratégiques, a été employée à plus de 70 % en Asie émergente en 2003 (Chine, Vietnam, Indonésie, Inde). De même, les effectifs et les moyens du réseau international du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie en Asie émergente sont stabilisés, alors que les effectifs sont en décroissance dans la plupart des autres régions du monde dans le cadre de l'effort budgétaire consenti par l'administration. Les sujets déterminants pour l'accès aux marchés d'Asie émergente des entreprises françaises font l'objet d'une action permanente du ministre délégué au commerce extérieur et de ses services dans le cadre des négociations multilatérales et bilatérales. Ainsi, à titre d'exemple, la lutte contre la contrefaçon, majoritairement produite en Asie émergente, la promotion des indications géographiques pour favoriser l'exportation des produits agroalimentaires français, en Thaïlande, au Vietnam, ou en Chine. Par ailleurs, le ministre délégué au commerce extérieur a déterminé une liste de pays cibles prioritaires, qui fait une place privilégiée à l'Asie émergente (Chine, Inde, Thaïlande, Malaisie), pays prioritaires pour lesquels des plans d'action commerciale ont été lancés (Chine, Inde, Thaïlande), ou le seront très prochainement. Il s'y est rendu, souvent à plusieurs reprises, avec des délégations d'entreprises françaises. Le plan d'action commerciale de la Chine vise à renforcer la présence des entreprises françaises sur un marché chinois où la France a une place honorable, mais où elle a encore une certaine marge de progression. Il est prévu d'aider nos entreprises à avoir une meilleure connaissance des opportunités offertes par le marché chinois par la diffusion d'informations concrètes, par la promotion à la participation dans les salons professionnels, par le développement de missions collectives et par la recherche d'opportunités d'affaires. Des initiatives spécifiques sont mises en place en faveur des petites et moyennes entreprises, comme la diffusion d'un « kit d'information PME » ou la création d'un « package découverte du marché chinois ». Enfin, un effort particulier est porté sur le renforcement et la formation des ressources humaines, dimension essentielle en Chine. Le plan d'action commerciale de l'Inde, présenté lors du comité pour l'exportation du 5 février 2004, a retenu les principaux axes de promotion des relations commerciales bilatérales suivants - une meilleure information sur le pays afin de combler le déficit d'image et

d'informations sur l'Inde, par l'organisation d'événements et une meilleure connaissance globale de l'Inde et de ses grands groupes ; - une meilleure prise en compte des spécificités locales (connaissance des États fédérés et action des missions économiques mieux répartie sur l'ensemble du territoire) ; - une action ciblée vers les secteurs stratégiques en Inde ; - la promotion des investissements directs et, à la suite de l'abandon par l'Inde de l'aide bilatérale liée, l'orientation des entreprises françaises vers des financements multilatéraux ou communautaires. Pour la Thaïlande, le plan d'action commerciale a pour objectif de renforcer la présence des entreprises françaises sur le marché de ce pays, deuxième économie d'Asie du Sud-Est et qui connaît une forte croissance. Pour cela, il est prévu de mieux informer les entreprises françaises sur les opportunités du marché thaïlandais et d'augmenter les rencontres entre entreprises françaises et thaïlandaises afin de renforcer l'information sur l'offre française. Un soutien particulier accordé aux exportations françaises dans les secteurs à fort potentiel devrait permettre d'assurer des ventes françaises en Thaïlande plus régulières et moins dépendantes des grands contrats. Les possibilités offertes par la Thaïlande pour agir dans la région du Grand Mékong seront également exploitées. Enfin, un volet formation permettra d'accroître la présence des jeunes professionnels des deux pays dans nos échanges commerciaux.

Données clés

Auteur : [M. Pierre Morel-A-L'Huissier](#)

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

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 37726

Rubrique : Commerce extérieur

Ministère interrogé : commerce extérieur

Ministère attributaire : commerce extérieur

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 20 avril 2004, page 2996

Réponse publiée le : 15 juin 2004, page 4458