



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

États-Unis

Question écrite n° 104825

Texte de la question

M. Dino Ciniéri demande à Mme la ministre déléguée au commerce extérieur de bien vouloir lui faire connaître le bilan des échanges commerciaux avec les États-Unis pour ce qui est des premiers mois de l'année 2006 ainsi que les perspectives envisagées au regard des initiatives prises par son ministère et visant à dynamiser encore nos échanges.

Texte de la réponse

Nos relations commerciales avec les États-Unis s'intensifient depuis dix ans. Mais la France n'est que le 10^e fournisseur des États-Unis, avec une part de marché de 2 %. En 6^e position, les États-Unis sont notre premier client hors Union européenne, derrière l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie, le Royaume-Uni et la Belgique. En 2005, le montant des ventes françaises aux États-Unis s'est élevé à 25 Md contre 22,5 Md d'importations. Le solde de + 2,5 Md dégagé en 2005, quatre fois supérieur à celui de 2004, était le plus important de ces dix dernières années. La bonne tenue des flux commerciaux ne se dément pas début 2006 mais l'excédent devrait connaître une érosion, puisque sur huit mois nos importations (+ 18 %) augmentent plus vite que nos exportations (+ 9,2 %). Le solde de huit mois 2005 était de 1,6 Md, celui de 2006 pour la même période est de 512 M. Allant de pair avec le dynamisme des échanges commerciaux, les investissements témoignent de l'imbrication de nos économies. La France est le 4^e investisseur, avec un stock de 148 Md en 2004. C'est dans ce contexte que les autorités françaises cherchent à renforcer davantage encore notre présence. Le dynamisme des échanges commerciaux se confirme depuis le début 2006. Sur huit mois, la France dégage un excédent de 512 M avec les États-Unis. Avec + 9,2 % et 17,7 Md sur huit mois, les exportations françaises progressent légèrement moins que le total mondial des ventes françaises (+ 10 %). La hausse des exportations est concentrée dans un nombre de secteurs limité. Les ventes des industries agroalimentaires sont particulièrement dynamiques (+ 21,8 %), 1,6 Md et 10 % de nos ventes. Elles représentent surtout le 1^{er} excédent avec 1,4 Md. Les biens de consommation (19 % des ventes) augmentent de 10,6 % en raison du dynamisme des filières comme les produits d'habillement et du cuir (+ 27 % sur huit mois après 30,9 % en 2005). Cette performance traduit moins le dynamisme du secteur qu'un retour à notre position précédant la baisse amorcée en 2001. Les ventes de produits pharmaceutiques et de parfumerie (2,1 Md) représentent 12 % du total. Les produits énergétiques (combustibles et carburants) augmentent fortement (+ 30 %) et représentent actuellement un excédent de 685 Md. Cela est largement dû à des facteurs structurels (capacités de raffinage américaines insuffisantes) mais aussi conjoncturels (cyclones) qui ont encouragé les États-Unis à diversifier leurs importations. Le noyau dur de nos exportations a proportionnellement moins augmenté. Les ventes de biens d'équipement (37 % des ventes) vers les États-Unis ont augmenté de 2,8 %, contre 17,9 % au niveau mondial. Les fluctuations des livraisons de produits de la construction aéronautique et spatiale, qui représentent 50 % des ventes de biens d'équipement et plus de 20 % du total des exportations françaises aux États-Unis, n'expliquent pas tout puisque les livraisons d'équipements mécaniques reculent de 2,5 % (1,6 Md). Avec une augmentation de 18 %, le rythme des importations en provenance des États-Unis est supérieur à l'augmentation de nos importations en provenance du reste du monde (+ 10,7 %). Les principaux postes d'importations sont les

suivants : biens d'équipement (51,7 %), dont aéronautique (25 %), équipements électriques et électroniques (16 %) et équipements mécaniques (9 %) ; biens intermédiaires (23,8 %), dont produits chimiques, en caoutchouc ou en plastique et produits métalliques (6 %) ; biens de consommation (17,1 %), dont produits pharmaceutiques, de parfumerie et d'entretien (13,7 %). L'Union européenne est le premier investisseur aux États-Unis avec 62 % du total et la France est le 4^e investisseur étranger en flux, avec 1 % du total et le 5^e en stock avec 148 Md. Dans le sens inverse, le stock d'investissements directs étrangers (IDE) américain en France est de 58,9 Md et représente 2,7 du stock d'IDE américains à l'étranger. On dénombre plus de 2 500 filiales françaises aux États-Unis (principalement en Californie, à New York et au Texas). Il est à noter que l'ensemble de ces filiales engendre un chiffre d'affaires de 170 Md USD, sept fois supérieur à nos exportations, et emploie environ 500 000 salariés, soit l'équivalent de ce que les entreprises américaines ont créé comme emplois en France. Ces investissements sont concentrés dans l'industrie, à hauteur de 40 %. Le Congrès américain a ainsi calculé que le cumul du chiffre d'affaires réalisé par les filiales françaises aux États-Unis (170 Md USD), du chiffre d'affaires des filiales américaines en France (140 Md USD) et des échanges bilatéraux de biens (50 Md USD) et de services (20 Md USD) représentait un total de transactions de 370 Md USD entre la France et les États-Unis, soit plus d'un milliard de dollars par jour. Partant du constat suivant : la part de la France comme fournisseur des États-Unis connaît une érosion progressive (part de marché de 2,65 % en 2001, de 2 % en 2005) ; les acteurs restent concentrés puisque les petites et moyennes entreprises françaises représentent trois quarts des exportateurs français mais seulement 13 % des ventes vers les États-Unis. Inversement, les grands groupes concentrent 87 % des exportations vers les États-Unis, à répartition égale entre les grandes entreprises françaises (43,3 %) et les étrangères, principalement filiales de grands groupes américains (43,5 %) ; les entreprises françaises ne profitent pas suffisamment de la croissance américaine du fait d'une présence insuffisante dans les salons américains. On note également un positionnement sectoriel défavorable des PME françaises exportant vers les États-Unis (agricoles et commerciales), quand près de la moitié des exportations françaises sont réalisées par les entreprises industrielles de biens d'équipement et de biens intermédiaires ; la France jouit d'une mauvaise image en termes économiques. Le ministre délégué au commerce extérieur a décidé de mener une action pour améliorer notre positionnement sur le marché américain, appelé Cap Export États-Unis. Après un premier exercice ayant couvert la période 2003-2005, Cap Export a été redéfini pour la période 2006-2008. Ses objectifs sont triples : 1. Poursuivre le développement des entreprises françaises sur le marché des États-Unis et diversifier notre offre de produits : mettre en place des partenariats renforcés et diversifiés (régions, pôles de compétitivité, chambres de commerce, fédérations professionnelles sont mobilisés) ; contribuer au développement de la demande américaine par des voyages d'acheteurs ; diversifier notre offre-produit notamment dans le secteur agroalimentaire ; 2. Accompagner les entreprises ayant déjà un courant d'affaires aux États-Unis pour qu'elles se développent davantage : accéder à une base de données élargie d'entreprises qui commercent dans les deux sens grâce à la signature d'un partenariat avec Fedex ; mieux coller à la croissance du territoire américain en redéployant les effectifs sur les zones à forte croissance et en développant l'appui aux entreprises françaises dans la zone Sud - Sud-Ouest ; 3. Promouvoir l'image de la France : renforcer les moyens financiers et humains de l'Agence française pour les investissements internationaux (AFII) aux États-Unis ; développer des synergies avec l'AFII et le bureau de presse d'Ubifrance (French Technology Press Office) ; présenter le savoir-faire français. Au terme d'une année de mise en oeuvre, Cap Export a permis : une montée en puissance du recrutement de volontaires internationaux en entreprises (VIE) aux États-Unis : + 37 % d'octobre 2005 à octobre 2006 (de 393 à 540 VIE) ; une croissance également très marquée (+ 26 % des demandes sur douze mois) du recours à la procédure d'assurance-prospection gérée par la COFACE ; la mise en place de multiples partenariats dans des secteurs très divers (agroalimentaire, biotechnologies, infrastructures/transports, prêt-à-porter, énergie...). Les secteurs de pointe (énergie, biotechnologies) ont été privilégiés ; la mobilisation de nombreux outils d'intervention : salons (Michigan Avenue Goes French pour présenter le savoir-faire technologique français ; Platform 2, salon du prêt-à-porter), voyages d'acheteurs et de décideurs (énergie, grande vitesse, eau-environnement), missions collectives (vins et spiritueux), séminaires (énergie-chimie), plan d'action mixte contrat de service/forum de discussion/conférences (biotechnologies). Ces premiers résultats positifs conduiront à poursuivre le processus, soit grâce aux contacts établis avec les participants et la communauté d'affaires (rue industrielle, opérations nucléaire civil, transports), soit par la répétition future du même événement (Platform 2).

Données clés

Auteur : [M. Dino Cinieri](#)

Circonscription : Loire (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 104825

Rubrique : Commerce extérieur

Ministère interrogé : commerce extérieur

Ministère attributaire : commerce extérieur

Date(s) clé(e)s)

Question publiée le : 26 septembre 2006, page 9964

Réponse publiée le : 26 décembre 2006, page 13598