



# ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

## balance commerciale

Question écrite n° 55447

### Texte de la question

Mme Ségolène Royal interroge M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie sur la dégradation du solde commercial français. Les statistiques des douanes publiées en décembre font apparaître un solde négatif de 2,1 milliards d'euros pour le mois d'octobre. Cet affaiblissement s'explique en partie par la hausse du pétrole et la baisse du dollar. Mais il apparaît aussi clairement que la France peine à conquérir de nouveaux marchés, et qu'elle est aujourd'hui trop peu présente sur les marchés à croissance rapide tels que la Chine ou l'Inde. Elle ne produit pas « les biens qui font l'objet d'une forte demande mondiale » selon l'économiste Patrick Artus. Par conséquent, elle lui demande quelles mesures concrètes il compte prendre pour pallier cette dégradation.

### Texte de la réponse

Après deux années de recul (- 2,5 % en 2003, - 0,5 % en 2002), les exportations françaises ont renoué avec la croissance en 2004 (+ 5,64 %), pour dépasser 340 milliards d'euros et atteindre une montée record. Les exportations françaises ont été dynamiques vers les pays de l'Union européenne, mais également vers les États-Unis et l'Asie émergente, soutenues par des livraisons aéronautiques. Il reste que l'appréciation de l'euro, si elle a ralenti en 2004 (+ 2,2 % en termes effectifs nominaux contre + 6,4 % en 2003), a continué à pénaliser nos exportateurs. La progression plus rapide de nos importations (+ 8,6 %), due au dynamisme de la demande intérieure et au renchérissement du cours des matières premières (énergie et métaux notamment) a toutefois conduit à une détérioration de notre solde commercial. Le déficit commercial de 7,8 milliards d'euros résulte pour les deux tiers des échanges de combustibles et carburants (la hausse du prix du pétrole - plus de 38 dollars par baril en moyenne en 2004, soit une progression de 21 % en euros par rapport à 2003 - a alourdi notre facture énergétique de 6,1 milliards d'euros). Le retour du déficit commercial ne doit pas masquer le dynamisme des exportateurs français et la forte consommation des Français. Nous pouvons améliorer nos performances à l'export. Nos exportations, destinées pour deux tiers au marché européen où la croissance reste faible, n'ont pas suffisamment bénéficié de la reprise américaine et asiatique. Si les entreprises françaises étaient plus présentes en Asie et dans les nouveaux pays membres, comme leurs collègues allemandes, leurs exportations seraient supérieures de 8 %. Quant au nombre d'entreprises exportatrices, il reste autour de 100 000, ce qui est inférieur aux performances allemandes et italiennes. Enfin, malgré la bonne tenue de notre part de marché mondial (5,2 %), on observe une dégradation tendancielle du solde de l'industrie civile qui exige une action corrective. À cet égard, les initiatives prises en matière d'innovation industrielle pourront stimuler à terme l'exportation. Le plan de soutien aux exportations que le Gouvernement a lancé vise à accélérer l'augmentation de nos exportations en favorisant l'emploi, en ciblant les PME, véritable vivier d'exportations nouvelles, et en encourageant une réorientation géographique de notre commerce vers les zones en forte croissance. Il consiste au renforcement de l'action des partenaires publics et privés dans vingt-cinq pays prioritaires pour le commerce extérieur français : sur ces marchés, à fort potentiel de croissance à long terme et sur lesquels la présence française est faible en termes relatifs, des plans d'action commerciale ont été élaborés par les missions économiques en lien avec les partenaires extérieurs. D'ores et déjà mis en oeuvre dans vingt et un d'entre eux et les premiers résultats sont encourageants. Aux États-Unis, la baisse de nos exportations a été enrayée grâce

notamment au doublement de la présence française dans les salons professionnels. En Thaïlande, le plan d'action commerciale lancé en 2003 est un succès : les entreprises françaises ont obtenu un montant record de contrats. En Chine, l'objectif d'emmener 1 000 nouvelles PME en 2005, dans le cadre d'opérations commerciales collectives, sera tenu, voire dépassé. Afin de compléter le dispositif, le ministre délégué au commerce extérieur, en coordination avec les partenaires extérieurs, travaillent désormais à définir des plans d'actions sectorielles, pendant des plans géographiques : l'exercice s'inscrit dans la même stratégie de renforcement des actions de l'État et d'investissement dans les secteurs à fort rendement, tournés vers l'innovation et créateurs potentiels d'emplois. La réorganisation d'UBIFRANCE participe à l'amélioration de l'efficacité du dispositif de soutien aux exportations grâce : à la promotion d'une offre d'information opérationnelle (sur les marchés, les opérateurs, les circuits...), répondant aux attentes prioritaires des PME ; au doublement des opérations collectives (colloques, salons, missions d'acheteurs...) proposées par l'agence, grâce à la labellisation (333 en 2004) ; à la signature de partenariats, soit au niveau national avec les organismes publics et privés afin de diffuser la gamme de produits du dispositif public, soit au niveau régional dans le cadre de partenariats agréés souhaités par le ministre délégué au commerce extérieur. La loi relative aux responsabilités et libertés locales du 13 août 2004 permet, aux régions qui le souhaiteront, la délégation des crédits et la mise à disposition des personnels des directions régionales du commerce extérieur, dans le cadre expérimental des schémas régionaux de développement économique. D'autres mesures sont destinées à favoriser le développement des PME à l'international : le renforcement des soutiens financiers apportés à travers les garanties publiques gérées par la COFACE (onze mesures annoncées lors de la conférence de l'exportation) : en particulier, la création d'une garantie des cautions est notamment prévue ; la création d'un crédit impôt-export destiné aux PME qui engagent des prospections commerciales en dehors de l'espace économique européen, accompagnées de création d'emplois à l'export : une telle mesure porte sur un montant de 40 000 euros (avec un taux de 50 % des dépenses de prospection engagées sur une période de vingt-quatre mois à partir du recrutement d'un salarié dédié à l'export), montant doublé pour les regroupements d'entreprises mutualisant la fonction export ; la création du contrat de mission export calqué sur le contrat de chantier, qui permet de gérer la durée incertaine inhérente à certaines démarches à l'exportation : incluse dans le projet de loi de programmation sur la cohésion sociale, l'application de cette mesure, quand elle sera publiée, sera immédiate ; le développement du volontariat à l'international en entreprise : la formule permet à une entreprise d'envoyer un jeune professionnel (dix-huit à vingt-huit ans) à l'étranger pour une mission de six à vingt-quatre mois, susceptible d'être étendue à plusieurs pays. L'entreprise d'accueil peut bénéficier du crédit d'impôt-export. Depuis février 2004, les jeunes peuvent rester jusqu'à cent soixante-cinq jours par an dans leur entreprise en France pendant la mission et travailler « à temps partagé » pour plusieurs PME ; enfin, le développement du portage des PME par les grandes entreprises, qui repose sur Partenariat France et les grands groupes : des actions de promotion seront notamment conduites en 2005 par le ministre délégué au commerce extérieur, mobilisant les conseillers du commerce extérieur de la France. La Chine et l'Inde figurent parmi les priorités géographiques de l'action des pouvoirs publics. Conscient de l'importance des enjeux du marché chinois pour nos entreprises, le ministre délégué au commerce extérieur a approuvé le 24 septembre 2003 un plan d'action commerciale pour le renforcement de la présence des entreprises françaises en Chine. Les priorités identifiées dans ce plan d'action sont : renforcer l'information des entreprises ; promouvoir la participation aux salons professionnels ; développer les missions collectives, rechercher les opportunités d'affaires ; mettre en place des initiatives spécifiques en faveur des PME ; renforcer et former les ressources humaines. En 2004, UBIFRANCE a doublé ses participations aux salons en Chine dans le cadre de sa programmation et des salons qu'il labellise. Cet effort de prospection et de sensibilisation sur l'importance de la participation des entreprises aux salons professionnels pour aborder un marché comme la Chine sera poursuivi en 2005, en liaison avec tous les organismes d'appui en France. Ainsi, la Chine représentera la moitié du portefeuille d'opérations réalisées par UBIFRANCE en Asie. Aujourd'hui, 15 % du budget de promotion d'UBIFRANCE est consacré à la Chine, ce qui en fait la première cible du dispositif public. Outre les salons, UBIFRANCE a également porté son effort sur les séminaires techniques dans les secteurs porteurs. C'est surtout dans le domaine des PME que les actions ont été, en 2004, les plus marquées : le dialogue avec des partenaires comme la CGPME, la création, sur le site internet de la mission économique, du portail PME qui est très visité, la mise à disposition du kit d'information, déjà téléchargé à des milliers d'exemplaires, la richesse de la collection des guides répertoires, un outil particulièrement adapté aux PME, la formation des correspondants Chine des chambres de commerce en France (le réseau des experts Chine couvre toutes les régions), qui servent de véritables relais de proximité

pour les PME et, enfin, le lancement, par UBIFRANCE, des opérations de partenariat industriel et technologique pour les PME. Lors de sa visite officielle en Chine en octobre 2004, le Président de la République a fixé des objectifs ambitieux pour notre commerce extérieur en Chine, notamment celui de doubler, en trois ans, le nombre de PME exportatrices vers ce marché lointain et prometteur. Aussi, l'année 2005 sera-t-elle placée délibérément sous le signe des PME en Chine, avec plusieurs opérations d'envergure. Fin mars, une opération de portage de Partenariat France permettra d'emmener 250 PME à Pékin et Shanghai, opération que présidera le ministre délégué au commerce extérieur. En juillet, dans le domaine des biens de la consommation, l'exposition « France, des maisons à vivre » sera organisée par UBIFRANCE en Chine, fédérant 150 PME. Enfin, deux opérations conjointes d'envergure seront menées au second semestre 2005 : l'une en Chine du Sud, dans la province du Guangdong, prévue en septembre, et l'autre à Shanghai et Hong Kong, prévue en novembre. Chacune de ces deux opérations devraient être l'occasion pour 300 PME de mettre un pied sur le marché chinois. En ce qui concerne le marché indien, l'Inde a été choisie comme pays prioritaire pour l'action du MINEFI et un plan d'action commercial visant à développer les liens commerciaux bilatéraux et la présence économique française a été adopté le 5 février 2004. Les principaux axes de ce plan sont les suivants : le développement d'une meilleure connaissance globale de l'Inde, de ses grands groupes et de ses spécificités régionales afin de combler le déficit d'image et d'informations ; une action ciblée vers les secteurs stratégiques en Inde afin d'assurer une présence française dans les secteurs d'avenir en Inde ; la promotion des investissements directs, moteur des échanges commerciaux en Inde, 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. Les actions d'information aux entreprises ont permis de toucher deux fois plus de sociétés en 2004 qu'en 2003 et ont permis de sensibiliser les entreprises françaises, y compris en région : quatre « Réunions Inde » associant l'ambassadeur de France en Inde et le chef des services économiques pour l'Asie du Sud ont eu lieu en région (Lille, Lyon, Poitiers et Toulouse). De nombreuses opérations ont été organisées en Inde afin d'y faire connaître le savoir-faire français dans des secteurs considérés comme stratégiques (technologies de l'information, produits agroalimentaires, équipements agroalimentaires...) pour les entreprises françaises. Pour 2005, vingt-quatre actions UBIFRANCE concernant l'Inde ont été programmées, confirmant la priorité donnée à l'Inde. Quatre colloques seront organisés en Inde autour de la gestion des ressources en eau, des transports ferroviaires et urbains, la gestion du froid industriel et les routes. La participation à trois salons en Inde dans les domaines des cartes à puces, des technologies de l'information et des médias est également prévue sans oublier les différents séminaires organisés en France, dont le séminaire annuel sur l'Inde organisé par UBIFRANCE le 8 novembre prochain. Les entreprises françaises prennent conscience des potentialités de l'Inde, comme le montrent la forte hausse des demandes adressées aux missions économiques et la participation aux opérations de promotion en Inde. Sur les onze premiers mois de l'année 2004, les exportations françaises en Inde ont augmenté de plus de 30 % alors que nos importations de produits indiens ont augmenté de 11 % et notre déficit commercial s'est fortement résorbé (taux de couverture de 75 % contre 63 %). Les campagnes actuelles d'achats aéronautiques et l'ouverture future de l'Inde aux biens de consommation étrangers permettront de poursuivre cette hausse des exportations de produits français en Inde. Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie a proposé au Premier ministre de nouvelles initiatives pour favoriser l'exportation, en particulier le recrutement et la prospection à l'étranger. Aujourd'hui, six millions d'actifs travaillent pour l'exportation. Un milliard d'exportations nouvelles génèrent 15 000 nouveaux emplois en France. Les mesures fiscales applicables depuis le 1er janvier vont inciter les PME à se regrouper pour travailler ensemble à l'exportation et à recruter pour prospecter de nouveaux marchés. Elles devraient rapidement se traduire par des exportations nouvelles. Jamais autant de mesures n'ont été annoncées en faveur du commerce extérieur. L'ouverture internationale, anticipée et accompagnée, est porteuse d'emploi et de croissance. Nos entreprises le démontrent chaque jour sur les marchés étrangers. Le déficit ne doit pas masquer cette réalité.

## Données clés

**Auteur :** [Mme Ségolène Royal](#)

**Circonscription :** Deux-Sèvres (2<sup>e</sup> circonscription) - Socialiste

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 55447

**Rubrique :** Commerce extérieur

**Ministère interrogé** : économie  
**Ministère attributaire** : économie

Date(s) clé(e)s

**Question publiée le** : 18 janvier 2005, page 462

**Réponse publiée le** : 26 avril 2005, page 4273