

Le défi des investissements français en Chine

« Nos relations économiques avec la Chine, entend-on souvent dire, n'ont pas la même intensité, la même qualité que notre relation politique, qui s'est enracinée depuis dix ans dans un partenariat stratégique global ambitieux. Ce Livre Blanc, réalisé conjointement par les Conseillers du Commerce Extérieur, les Missions Economiques et la Chambre de Commerce Française en Chine, concernant l'implantation de nos entreprises sur le continent chinois, permet d'enrichir et d'améliorer notre vision de cette relation économique. La présence de nos entreprises en Chine est certes récente, puisqu'elle ne remonte guère en moyenne à plus de 10 à 15 ans, mais elle est déjà considérable, tant par les chiffres d'affaires réalisés qui représentent deux fois et demie nos exportations directes, que par l'emploi créé qui atteint 250 000 salariés. Et les témoignages rapportés dans le Livre Blanc montrent que nous ne sommes qu'au début de cette histoire. Les rythmes de progression de l'activité sont rapides (+20 à 25% en moyenne), les prises de participations stratégiques se développent, de plus en plus de nos entreprises, grandes comme petites, nourrissent des perspectives très ambitieuses. La Chine n'est pas seulement une opportunité de marché, elle est aussi une composante stratégique de la compétitivité de nos entreprises, qui doivent faire face à des exigences croissantes de globalisation des achats et des plates formes de production, et d'innovation. Leurs activités sont dès lors multiformes, alliant achats de composants, production locale, importations d'équipement clés à partir de France ou d'Europe, création de centres de recherche-développement. Mais, contrairement aux idées reçues, seule une infime minorité d'entreprises voit la Chine comme une terre de délocalisation. Les témoignages recueillis montrent également qu'il n'est pas facile de travailler en Chine. Les pièges sont nombreux, qu'il s'agisse des problèmes de partenariat, de concurrence déloyale, d'obstacles non tarifaires, de contrefaçons, d'incertitudes juridiques. Mais l'un des messages principaux de ce Livre Blanc est que les difficultés d'accès au marché chinois n'empêchent pas nos entreprises de réussir et d'avoir de vastes projets. Etre en Chine comporte des risques, mais pour la quasi-totalité de nos entreprises, ne pas y être se traduirait par une perte d'opportunité, et dans de nombreux cas par un risque compétitif majeur. »