

Cap sur l'Australie

AVEC DES BASES ÉCONOMIQUES SAINES, une croissance parmi les plus fortes de la planète et une inflation maîtrisée, l'Australie est sans doute le marché de la zone Asie-Pacifique le plus sûr et le plus propice à l'activité économique.

C'est un marché ouvert aux investissements internationaux, son origine anglo-saxonne ayant permis le développement d'implantations étrangères dans un environnement économique relativement similaire à celui que nous connaissons.

Plus de 250 entreprises françaises dans tous les domaines y sont implantées, employant près de 80000 personnes, c'est-à-dire davantage que la totalité de l'industrie minière. Ces entreprises sont souvent des leaders nationaux dans leur domaine. Leur chiffre d'affaires est déjà sept fois supérieur à celui des exportations de l'Hexagone. Thalès et Areva vous apportent leurs témoignages.



Son Excellence William N. Fisher, ambassadeur d'Australie en France, présente un remarquable panorama des relations entre nos deux pays. J'ai eu plusieurs fois l'occasion de le rencontrer, notamment parce que la France et l'Australie ont quelques difficultés à s'entendre à propos d'agriculture à l'OMC. Pourtant, on trouve à sa table un excellent roquefort dont ses concitoyens qui vivent sur l'île continent ne peuvent malheureusement pas encore profiter pour "raisons sanitaires".

Si on excepte ces quelques difficultés dans l'agroalimentaire, l'Australie est un pays qui a fait le choix de l'ouverture. La base industrielle locale limitée par la compétition asiatique en a fait un marché d'importation. La France y exporte aux deux tiers des biens industriels.

Avec des droits de douane de 5% en moyenne et le prix du conteneur divisé par six en l'espace de dix ans, la plus dynamique des régions du monde est désormais accessible aux entreprises européennes. Avantage non négligeable en termes de compétitivité des entreprises françaises face à leurs concurrents asiatiques, l'éloignement n'étant désormais plus une barrière à l'export.

En mars dernier, je me suis rendu en Australie accompagné par 17 PME désireuses de prendre pied sur ce marché. Plusieurs d'entre elles ont déjà commencé à y faire des affaires à la suite de ce déplacement.

Même si nos exportations vers l'Australie dépassent déjà celles réalisées vers le Mexique ou même vers l'Inde, le marché australien offre encore de nombreux débouchés, bénéficiant d'un niveau de vie des plus élevés au monde et d'une consommation en plein essor.

Mon séjour sur place a coïncidé d'une part avec le début des hostilités en Irak, auxquelles les Australiens participaient et d'autre part avec l'arrivée d'une délégation américaine venue négocier un accord de libre-échange. Mes interlocuteurs ont ainsi pu mesurer la force des États-Unis dans le monde du cinéma et de la culture et ils ont mieux compris notre position consistant à défendre la diversité culturelle à l'OMC. L'art australien que vous pourrez découvrir ici doit y conserver sa place.

Je voudrais enfin remercier Christian Marbach, grand connaisseur et ami de l'Australie, à qui nous devons l'initiative de ce numéro. J'espère que sa lecture vous donnera l'envie de mettre le cap sur l'Australie. ■