

LA FRANCE A L'AGE DE LA MONDIALISATION

Asist.univ.dr. Johana Holt,
Universitatea *Titu Maiorescu*, București
Spec.drd. Cristian Toader Pasti,
Universitatea *Constantin Brâncuși*,
Târgu Jiu

Abstract

Termenul de globalizare se referă la extinderea și armonizarea interdependenței între națiuni, activități umane și sisteme politice din întreaga lume. Fiind un termen specific pentru mediul uman, acesta este adesea folosit și astăzi pentru a descrie globalizarea economică, precum și modificările induse de diseminarea la nivel mondial a informațiilor. Termenul "globalizare" a apărut în limba franceză la începutul anilor 1980, în context economic și geopolitic.

Deși ca dimensiuni este o țară mică, Franța rămâne o putere economică mondială și se poate lăuda că este printre destinațiile turistice de top din lume. În anumite sectoare-cheie, cum ar fi transportul, industria aerospatială și de energie, Franța (parțial) a reușit să mențină competitivitatea. Dar în alte sectoare ale viitorului, deși au un potențial ridicat de creștere, ca sectorul de tehnologie a tehnologiei informației și comunicațiilor (TIC), avantajul comparativ s-a redus. Acest lucru se face în beneficiul unor țări precum India și Statele Unite pentru TIC și SUA și Marea Britanie pentru biotecnologie.

Fiind una dintre cele mai mari economii, a șasea după Statele Unite, Japonia, Germania, China și Marea Britanie, Franța, ocupă doar locul 16 la nivel mondial în ceea ce privește PIB-ul pe cap de locuitor, fiind doar peste media europeană

Cuvinte cheie: globalizare, armonizare, context geopolitic, mediu.

Abstract: The term globalization refers to the expansion and harmonization of interdependence among nations, human activities and political systems worldwide. Being a term specific to the human environment, it is often used today to describe the economic globalization, and changes induced by the global dissemination of information. The term "globalization" appeared in French in

the early 1980s in the context of economic and geopolitical work..

Although a small country in size, France remains a world economic power and can still boast of being among the top tourist destinations in the world. In some key sectors such as transportation, aerospace and energy, France (partly) managed to maintain its competitiveness. But in other sectors of the future, though having high growth potential, as the technology sector of information and communication technology (ICT), its comparative advantage has narrowed. This is done for the benefit of some countries like India and the United States for ICT and U.S. and UK for biotechnology.

Being the sixth largest economy after the United States, Japan, Germany, China and Great Britain, France occupies only the 16th place worldwide in terms of GDP per capita, just above the European average.

Kew words: globalization, harmonization, the context geopolitical, environment.

Le terme de *mondialisation* désigne l'expansion et l'harmonisation des liens d'interdépendance entre les nations, les activités humaines et les systèmes à l'échelle du Monde (univers). Terme spécifique à l'Environnement humain, il est souvent utilisé aujourd'hui pour désigner la "Mondialisation économique" et les changements induits par la diffusion "Mondiale" des "Information. Le terme *mondialisation* apparaît dans la langue française au début des années 1980 dans le cadre de travaux économiques". Il signifie l'accroissement du volume des échanges commerciaux de biens, de services, de main-d'œuvre, de technologie et de capital à l'échelle internationale et dérive du verbe « mondialiser » attesté dès 1928. Il désigne initialement le seul mouvement d'extension des marchés des produits industriels à l'échelle des blocs géopolitiques de la "Guerre froide". Longtemps cantonné au champ académique, il se généralise au cours des "Années 1990", d'une part sous

l'influence des thèses d'émergence d'un « village global » portées par le philosophe "Marshall McLuhan" et surtout par le biais des mouvements "Antimondialisation" et "Altermondialisation", qui attirent, par leur dénomination même, l'attention du public sur l'ampleur du phénomène.

Petit pays par la taille, la France reste une puissance économique mondiale et peut se targuer d'être encore parmi les premières destinations touristiques dans le monde. En 2004, quelques 75 millions de visiteurs ont exploré le pays. Pas étonnant que la France soit avant tout une économie de services. Avec 72% des emplois, le secteur des services devance largement le primaire (agriculture et pêche, 4 %) et l'industrie (24 %).

Entre 1996 et 2006, la croissance de la production industrielle en France est forte pour l'automobile et les équipements mécaniques. La France est surtout spécialisée dans quatre secteurs : l'automobile, la pharmacie, l'armement, le matériel agricole. La perte de production est importante pour l'habillement, le textile, l'électroménager, l'informatique et l'électronique. La position de l'agroalimentaire est fragile.

La perte de parts de marché pour les produits haut de gamme dont les marchés croissent rapidement, comme l'informatique, l'électronique, les services échangeables, et les risques qui pèsent sur certains secteurs forts tels que l'automobile et le matériel agricole, posent un réel problème pour l'avenir.

Cette situation est d'autant plus particulière qu'en France les PME sont en croissance faible et restent de petite taille. Les PME éprouvent de grandes difficultés à devenir des gazelles. En revanche, les grands groupes sont souvent leaders mondiaux. On peut en déduire qu'il

faudrait créer un environnement fiscal, réglementaire, et un fonctionnement du marché du travail, plus stables et favorables au développement des activités de ces grands groupes.

L'Allemagne présente, en revanche, une progression relativement forte de la production dans les secteurs de l'automobile, les équipements mécaniques et électriques, la métallurgie, l'informatique. Les seules positions fortes du Royaume-Uni semblent être la pharmacie et les navires, de l'Italie, le matériel électrique, la sidérurgie, l'agroalimentaire, l'Allemagne et la Suède ont de nombreux points forts.

En ce qui concerne les échanges de services enfin, on peut observer une dégradation de la position de la France, depuis 2001, y compris pour le tourisme. Le Royaume-Uni et la Suède ont des exportations de services très importantes.

En résumé, la France présente des spécialisations efficaces dans peu de secteurs, alors que l'Allemagne et la Suède ont beaucoup plus de secteurs forts et elle est en recul relatif dans les secteurs liés aux nouvelles technologies. Dans quelques secteurs clés, comme les transports, l'aéronautique et l'énergie, la France a (partiellement) réussi à se maintenir sa compétitivité. Mais dans d'autres secteurs d'avenir, car ayant un fort potentiel de croissance, comme le secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC), et celui des biotechnologies. Son avantage comparatif s'est réduit comme une peau de chagrin. Cela s'est fait au profit de pays comme l'Inde et les Etats-Unis pour les TIC et au profit des Etats-Unis et du Royaume-Uni pour les biotechnologies.

Sixième puissance économique mondiale derrière les États-Unis, le Japon, l'Allemagne, la Chine et la Grande-

Bretagne, la France ne s'élève qu'au 16ème rang mondial en terme de PIB par habitants, à peine au-dessus de la moyenne européenne.

En 2002, la France a adopté l'euro, la monnaie unique européenne, utilisée aujourd'hui dans 12 pays de l'Union européenne. Officiellement, un euro vaut 6,55957 francs. Depuis quelques années, l'euro a tendance à atteindre des valeurs élevées, qui handicapent notamment les exportations de l'Union européenne. Un problème qui touche directement la France, qui se plaçait encore à la 4ème place des exportateurs mondiaux en 2002.

Malgré un taux de chômage toujours élevé (7.7% en octobre 2006) et difficile à combattre, la France reste un pays riche où le taux de pauvreté aurait chuté de 60% ces trente dernières années. Le revenu mensuel moyen y est de 1500 euros en 2006. Rapport fait entre les revenus et les prix à la consommation, le coût de la vie est comparable aux autres pays d'Europe de l'Ouest. A noter tout de même que la vie à Paris peut coûter de 10 à 20% plus cher qu'en Province. Un marché du travail et un marché des produits encore trop rigides.

Certaines règles de fonctionnement sur le marché du travail et le coût du travail sont défavorables à l'emploi et à la dynamique économique. Il en est ainsi en ce qui concerne « le niveau élevé du coin fiscal (tax wedge, taxation totale du travail) ».

La forte proportion de chômeurs de longue durée (12 mois et plus) montre l'inefficacité apparente des agences du marché du travail. De surcroît, la faible durée du travail sur la vie en France reste pénalisante en matière d'activité et de PIB par habitant.

Dans un rapport récent du Conseil d'Analyse Économique, « Mondialisation :

les atouts de la France », rapport n°71, publié en 2007, six contributions de Philippe Aghion, Patrick Artus, Daniel Cohen, Élie Cohen, Lionel Fontagné, Thierry Madiès et Thierry Verdier, tentent de mettre en évidence les atouts de la France dans le cadre du processus de mondialisation et les bénéfices qu'elle peut, pourrait, en tirer.

Comme le rappelle Christian de Boissieu, Président délégué du Conseil d'analyse économique, dans une courte introduction, « Mettre le projecteur sur les atouts de l'ouverture et de la mondialisation ne signifie pas que l'on néglige les défis et certains coûts, les uns temporaires d'autres permanents, de la mondialisation mais puisque les débats franco-français privilégient souvent ces défis et ces coûts, il n'était pas inutile d'aborder, pour une fois, les avantages de l'ouverture et les atouts de la France. »

L'intérêt de ce court rapport, de 90 pages seulement, réside bien dans cette volonté de faire une brève présentation de la situation de la France au regard de la mondialisation économique, de ses points forts et des avantages qu'elle peut et/ou pourrait en tirer.

En fait, si la France a intérêt à participer aux échanges internationaux, elle semble ne pas profiter autant de la mondialisation qu'elle le pourrait.

Dans une première contribution, « Atouts et défis de la France dans la mondialisation », Philippe Aghion et Élie Cohen partent du constat suivant : « Depuis plusieurs années la France perd des parts de marché au niveau mondial au profit d'autres pays industrialisés, notamment l'Allemagne, et elle croît également moins vite que plusieurs autres pays de l'OCDE. ». Pour eux, cette tendance « n'est pas inexorable car la

France dispose d'atouts dans la mondialisation ».

Pour Patrick Artus, directeur du Service économique de NATIXIS, dans une contribution intitulée « Quels atouts pour la France dans la mondialisation ? », à partir d'une comparaison des évolutions des exportations des différents produits, des services et de la production domestique entre la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Italie et la Suède, on peut déterminer les biens pour lesquels il existe une spécialisation favorable.

La France dispose d'atouts dans la mondialisation, lui permettant de vendre ses productions à haute valeur ajoutée sur un marché mondial en forte expansion. En retour, France peut acheter sur le marché mondial des biens de consommation, des

biens intermédiaires et composants, voire des biens d'équipement à bas prix. Cela permet de distribuer du pouvoir d'achat pour peu que les marges de distribution n'augmentent pas au passage, et d'améliorer la compétitivité des entreprises françaises.

Si l'on s'intéresse à l'orientation des importations réalisées en provenance des pays émergents par la France, on note une différence avec l'Allemagne ou les États-Unis, important relativement plus de biens destiné aux producteurs. La France aurait donc une ouverture sur la mondialisation bénéficiant relativement plus aux consommateurs et moins aux producteurs, ce qui pourrait refléter un moindre engagement dans les stratégies d'organisation globale de la production.

3. Rodrik,D- *Nations et mondialisation*, La Découverte, 2008
4. Ziegler, J-*Les Nouveaux maîtres du monde et ceux qui leur résistent* [Broché], Editions Fayard, 2002

BIBLIOGRAPHIE

1. AghionP, Artus P,Cohen D,Cohen É, Fontagné L, Madiès Th., Verdier Th.- *Mondialisation :les atouts de la France, 2007*
2. Allegret, J-P, Le Merrer, P-*Economie de la mondialisation, opportunités et fractures*, de Boeck Université, 2007