

I. L'économie française à l'aube du XXI^e siècle

A. Une grande puissance économique

La France est un géant économique. Son produit intérieur brut (PIB) de 1,6 trillion \$ US en 1996 en fait la quatrième puissance économique mondiale, et elle occupe le deuxième rang à l'échelle de l'Union européenne (UE). Sa production industrielle est la quatrième en importance au monde. La France est le premier producteur agricole de l'UE et le deuxième exportateur mondial de produits agro-alimentaires. La France se classe au cinquième rang pour l'importance de ses investissements internationaux et au troisième rang comme terre d'accueil de l'investissement étranger. Elle joue aussi un rôle de premier plan dans le commerce extérieur. Elle est le deuxième exportateur de services après les États-Unis. En 1996, elle arrivait au quatrième rang mondial pour l'exportation et cinquième pour l'importation de marchandises. La France occupe aussi le troisième rang pour l'importance de son effort public et privé dans la recherche et le développement (R-D).

Les premiers partenaires de la France sont les États de l'UE, avec lesquels elle réalise plus de 64 p. 100 de ses échanges. Les échanges France-Canada représentent moins de 1 p. 100 du commerce extérieur de la France et le Canada est son 22^e partenaire économique. La France a une économie ouverte sur le monde et tous les grands opérateurs économiques mondiaux sont présents dans la majeure partie des créneaux de l'économie. Si les Européens arrivent au premier rang, les États-Unis et le Japon occupent aussi une place de choix.

Appuyés par la politique industrielle volontariste poursuivie par l'État français, certains secteurs de l'économie ont bénéficié d'importants investissements en recherche et développement d'infrastructures. C'est le cas notamment des transports; en France, les technologies du rail et de l'aérospatial sont à la fine pointe. À défaut d'offrir des possibilités d'exportation directe, ces secteurs peuvent néanmoins offrir aux entreprises canadiennes des possibilités d'alliances ou de partenariats stratégiques et de transferts de technologie, ou même de sous-traitance. En pareil cas, l'accès que le Canada offre au marché de l'ALENA (Accord de libre-échange nord-américain) est un atout indéniable. Dans d'autres secteurs où les entreprises françaises affichent une compétitivité de calibre mondial, les possibilités de s'implanter sur le marché français sont bien réelles, comme le démontre le succès de firmes américaines et canadiennes dans le secteur des services informatiques.

Les créneaux où les fournisseurs étrangers (dont bon nombre de Canadiens) connaissent le succès sont légion : machines et biens d'équipement, matériel et services informatiques, produits culturels, matériel médical, produits alimentaires transformés, équipement et services de sécurité, produits chimiques, composantes électroniques et bien d'autres. Cela dit, dans chaque secteur, les entreprises canadiennes se heurteront à des compétiteurs de haut niveau et il faut étudier la concurrence avec soin avant de s'engager dans la bataille. Parmi les éléments clés du succès pour pénétrer le marché français : le prix, la qualité, le design, l'innovation, une présence ou

