



**COMPTE-RENDU DE LA CONFERENCE/DEBAT POUR LES**  
**55 ANS DE RELATIONS DIPLOMATIQUES**  
**FRANCO-CHINOISES**

Compte-rendu établi par Monsieur Philippe COSTE

## L'INITIATIVE ET NON LA CRAINTE

### 1964 – 2019 : 55 ans de relations franco-chinoises

Il y a 55 ans, le général de Gaulle prenait l'initiative visionnaire de reconnaître la République Populaire de Chine et d'établir des relations diplomatiques entre la France et la Chine. A l'époque, la décision française avait fait figure de défi : elle n'était que bon sens et d'ailleurs, dans son sillage, les pays de l'alliance occidentale n'ont pas manqué, avec quelques années de retard, de l'imiter.

La Fondation Perspective et Innovation a marqué l'événement en organisant une rencontre de personnalités impliquées de manière particulièrement active dans la coopération franco-chinoise, rencontre qui a pris la forme d'un dîner précédé d'un débat, lui-même préparé par la publication d'un livre écrit spécialement pour l'occasion par Jean-Paul Betbèze, « *Entre Chine et France : des routes de toutes les couleurs* ».

Ce livre et ce débat ont été présentés sur un ton qui se voulait résolument positif. Il s'agit de réagir contre la vision anxieuse qui empoisonne les opinions depuis quelques années et, loin d'un vain *China bashing*, de se concentrer sur la seule question qui vaille : comment tirer le meilleur parti possible de la spectaculaire inflexion de la politique chinoise qui est en train de se dessiner sous nos yeux en ce moment.

\*

Le livre de Jean-Paul Betbèze part du constat que la révolution du calcul, celle des containers, l'internet, son application aux objets, l'intelligence artificielle, toutes ces manifestations de l'évolution accélérée du monde offrent d'innombrables opportunités nouvelles. Pour mieux les saisir, la Chine infléchit le cours de son développement en réorientant l'ensemble de son appareil de production vers une meilleure satisfaction des besoins de la nouvelle classe moyenne chinoise. A l'origine, les réformes de Deng Xiao Ping avaient consisté à miser sur le bas coût de la main d'œuvre chinoise pour attirer les implantations d'activités et transformer progressivement le pays en atelier du monde. Après presque quatre décennies d'une expansion, sans aucun précédent historique, les résultats sont là : un PIB à prix constants multiplié par 16, une part dans l'économie mondiale passée de 4 à 18%, la sortie de la pauvreté de 800 millions de personnes désormais dotés d'un pouvoir d'achat qui talonne les standards

occidentaux. En contrepartie, un déséquilibre marqué des paiements internationaux, un développement de la corruption et des inégalités, une dégradation accélérée de l'environnement. Autrement dit, le modèle a fait ses preuves sur l'essentiel mais il mérite quelques sérieux correctifs, réclamés d'ailleurs aussi bien par les partenaires de la Chine au G20 pour ce qui est du déséquilibre des paiements internationaux que par la société civile chinoise pour ce qui est de la dégradation de l'environnement. A cela s'ajoute une autre considération qui n'a pas manqué d'être présente à l'esprit des dirigeants chinois, le souci d'échapper à ce qu'on appelle la trappe à revenu intermédiaire : c'est à dire ce piège, observé par exemple en Thaïlande ou en Malaisie, qui guette les pays qui n'ont pas su faire évoluer leur modèle de production et d'exportation, très intensif en main-d'œuvre, et dont la trajectoire de croissance reste bloquée à mi-chemin du niveau des pays à haut revenu.

Au total, la Chine a décidé d'infléchir sa trajectoire de croissance en la ralentissant et en l'orientant davantage vers la satisfaction des besoins des consommateurs nationaux. Depuis une bonne demi-douzaine d'années, la croissance chinoise s'est assagie, passant d'un rythme qui tournait autour de 10% à un rythme qui avoisine les 6%. Dans le même temps, on assiste à un plafonnement du commerce dit de *processing*, signe d'un relatif désengagement des chaînes de valeur internationales, et à une expansion soutenue des importations ordinaires destinées au marché intérieur. Les importations de biens de consommation, qu'il s'agisse d'agroalimentaire, d'automobiles ou de cosmétiques, ont sensiblement augmenté, conduisant à un rééquilibrage des comptes extérieurs. En cohérence avec ce souci de mieux prendre en compte les besoins de la population, la lutte contre la dégradation de l'environnement est aussi devenue une grande cause nationale. D'autre part, toujours dans la même logique, la Chine a pris une décision de portée considérable : celle de faire résolument monter en gamme son appareil productif. En s'inspirant des exemples occidentaux d'industrie 4.0, elle a lancé au printemps 2015 la stratégie *Made in China 2025* qui met l'accent sur dix secteurs prioritaires, notamment les technologies de l'information, la robotique, les équipements de transport, de production d'énergie propre etc. Plus récemment, elle a encore accentué l'effort en lançant sa stratégie *Internet +*, puis son très ambitieux plan de développement de l'intelligence artificielle.

Face à la marée montante, il n'y a que les gamins pour élever des barrages de sable. Face à cette Chine qui, on le voit, se renouvelle profondément et d'une manière très impressionnante, il est illusoire et contreproductif de prétendre faire obstacle à ses ambitions, après tout parfaitement légitimes. Dans son livre, Jean-Paul Betbèze s'attache au contraire à recenser les atouts que peut aligner la France pour transformer le défi chinois en opportunité. Avec l'élégance qui le caractérise,

il le fait poétiquement en attribuant une couleur de l'arc-en-ciel aux différents articles de notre catalogue national de domaines d'excellence : bleu de la mer pour notre espace maritime, le plus étendu du monde ; vert de nos campagnes dont les produits, agricoles et alimentaires, atteignent des sommets de qualité et de sécurité ; soleil pour le tourisme dont la France est la première destination mondiale ; diamant pour le luxe, ici encore un secteur où les différents savoir-faire qu'aligne notre pays brillent d'un éclat unique ; gris pour caractériser la spécialité que la France est en train de développer pour formuler des réponses aux nombreux problèmes posés par le vieillissement de la population et, plus généralement blanc, la couleur des blouses de médecins, pour rappeler la haute qualité de nos différentes spécialités médicales ; et enfin, multicolore pour désigner notre tropisme africain et au-delà, l'importance de la francophonie dans les échanges internationaux que complète encore cette observation que la France abrite la plus importante diaspora chinoise d'Europe.

A partir de ces observations, Jean-Paul Betbèze esquisse les axes de ce que pourrait être une stratégie franco-chinoise de coopération. Face à l'évolution du taux d'épargne chinois, qui diminue sensiblement mais à partir d'un niveau exceptionnellement élevé, il relève que la France est une puissance mondiale de l'épargne et de sa gestion. En second lieu, il constate que les structures de la distribution évoluent aussi très vite avec l'apparition de nouvelles manières de consommer et, naturellement, avec l'utilisation des technologies de l'information pour individualiser le profil de chaque client et améliorer en conséquence le service qui peut lui être rendu : la France a certainement des solutions à proposer dans ce domaine. La ré-industrialisation en France et en Allemagne se poursuit autour de la notion d'industrie 4.0 : ici aussi, de nombreuses idées peuvent être partagées avec la Chine. De même l'appartenance de la France à l'Union européenne et à la zone Euro nous donne une expérience de coopération internationale unique qui peut être d'un grand intérêt pour la Chine. Autant de pistes donc qui se présentent à nos entreprises pour leur inspirer des initiatives au bénéfice mutuel de la France et de la Chine.

\*

Les trois panelistes, Henri Giscard d'Estaing, dirigeant de Fosun, l'entreprise chinoise qui a repris le Club Méditerranée, Christophe Lecourtier Directeur Général de Business France, et André Chieng, Président de l'Européenne des Affaires et les ont fait connaître leurs réactions à cette vision des opportunités franco-chinoises

Ils ont immédiatement souligné que la Chine était pour nos entreprises, notamment les ETI et les PME, une priorité essentielle, ne serait-ce que parce qu'elle représente, à elle seule, 30% de la croissance mondiale. Ainsi, en matière de tourisme par exemple, les Chinois dépensent deux fois plus que les Américains et six fois plus que les Français.

La Chine est aussi un formidable terrain d'apprentissage. Dans le domaine du digital, c'est le marché le plus sophistiqué. On y développe des technologies que l'on applique ensuite en France. C'est aussi un marché qui évolue à une vitesse supersonique. Dans le domaine du tourisme, on est passé en quinze ans d'une conception du voyage fondé sur la découverte, c'est-à-dire l'accumulation de sites, de monuments, de musées à visiter, à la conception de voyage de vacances à passer en famille ou entre amis ; d'une conception quantitative, un peu compulsive, à une conception qualitative, d'un temps de détente, de repos, plus proche de la conception française. Il faut s'adapter à ces changements et on le fait grâce à la Chine. Enfin, d'une manière générale, la Chine est adepte de solutions « gagnant-gagnant ». Elle s'efforce constamment de mettre au point des formules où chacune des parties prenantes peut trouver son compte. Pour les Français, qui sont habitués à un marché très organisé, être obligé de s'adapter à un marché en constante mutation, c'est une grande chance.

Certes, il y a eu dans le passé des difficultés bien connues, très bien documentées par la Chambre de Commerce Européenne à Pékin. Il y a maintenant de nouveaux défis, liés à l'évolution très rapide de la demande chinoise et d'autres incertitudes découlant de la situation créée par le bras-de-fer américano-chinois. Il y a surtout la pomme de discorde principale : les grandes ambitions que la Chine affiche en matière technologique. Dans ce contexte mouvant et compliqué, Business France guide nos entreprises et les aide à répondre au mieux aux besoins et à la demande de nos partenaires chinois.

\*

Les intervenants sont également convenus que le livre de Jean-Paul Betbèze fait bien le tour des points forts de la France dans sa relation économique avec la Chine notamment en mettant en avant les quatre domaines où ses positions sont particulièrement solides : les cosmétiques, la mode, l'alimentation et les boissons, et le tourisme. Nul doute qu'ils forment ensemble un très bon point d'appui pour gagner.

Quant aux opportunités à saisir, les domaines où, selon nos *panelistes*, les perspectives de coopération paraissent les plus prometteuses recourent très

largement ceux que Jean-Paul Betbèze a identifiés. Concrètement, on est en présence de cinq défis à relever.

- 1) L'environnement et les *smart cities* pour répondre notamment au lancinant problème de « l'air-pocalypse ». Pour voir comment contribuer utilement à formuler des réponses à ces questions, Business France organise des norias de visites pour les entreprises spécialisées notamment en efficacité énergétique et en gestion des risques.
- 2) La modernisation de l'industrie chinoise liée à la montée en gamme. Il faut pousser celles de nos entreprises qui portent le projet d'industrie du futur ou industrie 4.0 : si nous ne le faisons pas, d'autres le feront. Business France accompagne les start up françaises qui présentent leurs solutions 4.0.
- 3) Troisième défi, la santé avec le projet *Healthy China 2030*. La France bénéficie dans ce domaine d'une grande antériorité puisque dès 2013 ont été emmenées autour de l'Institut Pasteur un ensemble d'entreprises regroupées sous la marque *French Health Care*.
- 4) Lié au précédent défi, celui qui découle du vieillissement de la population, qui ne va pas manquer de faire apparaître un grand nombre de problèmes, dans un contexte où l'environnement réglementaire n'est pas encore complètement stabilisé.
- 5) Enfin les technologies de l'information où tout va extrêmement vite : on pense que les entreprises françaises peuvent aider sur les contenus, la distribution des services numériques en particulier.

\*

André Chieng, Président de l'Européenne des Affaires, a proposé d'élargir le débat. Aussi bien, les domaines de coopération possibles sur les questions économiques ayant été largement évoqués, il a invité les participants à réfléchir sur la dimension culturelle des relations franco-chinoises. Ce sont les jésuites, a-t-il rappelé, et pour une large part les jésuites français, qui ont, au XVIIème et au XVIIIème siècle, fait connaître en Chine la culture occidentale et en particulier la culture française. Et de fait, au début du XXème siècle, c'est en France et pas ailleurs que Chou Enlai, Deng Xiaoping et consorts ont choisi d'aller faire des études. La raison de cette préférence ? Le penseur chinois Gu Hongming tient une jolie explication. Dans la préface de son livre, « *L'esprit du peuple chinois* » il écrit : « *ce sont les Français qui sont les plus aptes à apprécier la civilisation chinoise. Les Français, il est vrai, n'ont pas la profondeur des Allemands, ni la*

*largeur d'esprit des Américains, ni la simplicité des Anglais, mais ils ont à un degré tout à fait supérieur une qualité qui manque aux trois autres peuples, une qualité nécessaire avant tout pour comprendre la Chine, c'est la délicatesse. »*

Avec la Chine, la culture joue toujours un rôle important. La guerre commerciale contre la Chine que les Etats-Unis ont lancée, guerre préventive contre l'émergence de la puissance chinoise, peut en fournir une intéressante illustration. Elle fait déjà sentir ses effets dévastateurs sur la croissance, sur les cours de bourse, sur l'envie de consommer des nouvelles classes moyennes chinoises... et donne au total l'impression que la Chine est sur la défensive, qu'elle est en train de plier. En vérité, la Chine joue avec le temps ; elle attend son heure. Les mesures annoncées par Donald Trump portent sur les produits intermédiaires et non sur le produit final. Le consommateur américain n'en ressentira peut-être pas les effets dans l'immédiat mais à terme, il sera inévitablement touché. De son côté, la Chine s'organise en conséquence. Elle lance une série de plans de relance progressifs avec effet à long terme : ainsi par exemple le plan d'intégration de la *Great Bay Area* qui vise à aménager toute une région autour de quatre villes du sud, chacune spécialisée dans une fonction particulière ; Hong-Kong sera le centre financier, Shenzhen le centre high-tech, Macao le centre de loisirs et Guangzhou le hub administratif et commercial. Avec ses 80 millions d'habitants, la Great Bay Area se veut la future Californie de la Chine. En tout état de cause, l'ultimatum fixé par Donald Trump expirait le 1<sup>er</sup> mars ; la date est passée et les menaces américaines ne sont toujours pas mises à exécution.

\*

Sur la partie de bras de fer engagée entre les Etats-Unis et la Chine et, plus généralement, sur la manière dont la Chine s'est insérée jusqu'à présent dans les échanges internationaux, la réalité est multiple et complexe. Notre devoir est de dire le vrai. On a déjà franchi deux étapes : 1) L'entrée de la Chine à l'OMC ; le bilan est nuancé ; il faut en parler. 2) Le dépassement du G 7 par le G 20 pour réfléchir aux nouvelles règles de la mondialisation ; ici aussi, le bilan est nuancé. De toute façon, à un moment où les Etats-Unis paralysent l'OMC, en refusant de renouveler les membres de l'Organe de Règlement de Différends, après qu'ils ont porté un coup majeur aux Accords de Paris sur le Climat, après avoir refusé la redistribution des droits de vote au FMI, après avoir tué l'accord sur le nucléaire iranien, il est essentiel d'encourager la Chine à participer activement à la définition et à l'adaptation de l'ordre international.

Il ne faut pas oublier non plus la question des investissements chinois en France dont le niveau est très inférieur à ce qu'il devrait être. Même si les choses évoluent

très vite dans ce domaine, ils représentent moins de 1% des investissements étrangers chez nous avec un stock de 7 Mds d'€ sur un total de 700 Mds. Ici aussi, il faut trouver des solutions « gagnant-gagnant ». Sauvegarder certes les secteurs sensibles mais garder à l'esprit que de tels investissements peuvent apporter une contribution très précieuse à la redynamisation de régions assoupies. La bonne approche consiste à concevoir ensemble les projets à développer.

Actuellement, les GAFAs (Google, Apple, Facebook et Amazon) dominent le monde et les seuls à pouvoir les équilibrer sont les BATX (Baidu, Alibaba, Tencent et Xiaomi). Les GAFAs opèrent sans contrepoids sur le territoire français : la France ni l'Europe n'ont rien à leur opposer. Les BATX sont importants sur le marché chinois mais non sur le marché international : il y a là quelque chose à négocier.

Lorsqu'on les interroge sur la manière dont ils voient l'Europe, les Chinois aiment à dire que c'est sur ses trois pieds qu'un trépied est stable. Le trépied chinois est un symbole du pouvoir : il doit être parfaitement stable et il l'est car il a trois pieds. À côté des États-Unis, les Chinois veulent une Europe forte pour que le monde ait bien ses trois pieds et soit parfaitement stable.

\*

En conclusion du débat, Jean-Pierre Raffarin s'est livré à quelques réflexions.

D'abord, sur la place de l'Europe dans cette partie de bras-de-fer entre les États-Unis et la Chine. Il est clair que si la croissance chinoise continue de ralentir, c'est aussi l'Europe qui en souffrira. En outre, on peut bien s'imaginer qu'une fois le compromis trouvé et finalisé avec la Chine, viendra le tour de l'Europe : on peut se demander quel intérêt elle peut encore trouver à être l'alliée des États-Unis. On parle de menace chinoise mais elle est potentielle : celle de l'Amérique est actuelle. Entre les deux, l'Europe doit chercher l'indépendance et l'équilibre.

Vis-à-vis de la Chine, la bonne attitude ne consiste pas à nourrir l'inquiétude mais à chercher les voies d'une coopération mutuellement bénéfique. Il faut un discours de délicatesse ; défendre pied à pied nos intérêts, mais sans attaquer les autres. Il faut prendre acte des déclarations très claires sur ce point de Xi Jinping : son pays se veut socialiste avec des caractéristiques chinoises. Ce n'est pas notre conception, nous devons le marquer mais respecter la sienne. Au-delà, nous avons tous deux une vision commune du multilatéralisme et une vision commune du marché. D'où la question fondamentale : le discours français sur la Chine est-il trop favorable, trop réservé ou bien adapté ?



De manière générale, la civilisation européenne s'est toujours voulue ouverte et la renaissance européenne autour de nos valeurs est nécessairement ouverte. Le fonctionnement même de l'Europe n'est qu'une pratique quotidienne de l'ouverture ; l'Europe n'est rien d'autre qu'une coopérative, le dialogue est son essence : en Europe, une idée non partagée est une idée morte. Au bout du compte, c'est cette culture de l'ouverture qu'il nous appartient de partager avec la Chine.

\*

Le diner qui a suivi a été marqué par les interventions de Jean-Paul Agon, Président de L'OREAL, très présent en Chine, de Zhai Jun, Ambassadeur de Chine à Paris, et de Didier Guillaume, ministre de l'Agriculture et ancien Président de la délégation française à la *China International Import Expo* de novembre 2018. Ils ont été unanimes à vanter les très vastes perspectives de la coopération franco-chinoise dès lors qu'elle reposait sur une vision stratégique, et établissait une relation gagnant-gagnant fondée sur nos complémentarités. Aux secteurs des cosmétiques et de l'alimentation, à juste raison largement évoqués, celui des sports a été ajouté comme un domaine de coopération particulièrement prometteur dans le contexte des Jeux Olympiques d'hiver de 2022 et, plus généralement, le nucléaire, l'aérospatial, le climat, la coopération en pays tiers et tout ce qui se rapporte à la *Belt and Road Initiative*. Très vastes perspectives en effet.