

Compétitivité et libéralisation internationale: il faut saisir les opportunités!

La mondialisation n'est pas un phénomène nouveau; cependant, elle s'accélère, qu'on le veuille ou non. À nous d'identifier le potentiel de nouveaux marchés et d'adapter notre offre en conséquence. C'est vital si nous voulons rester dans la course. Les opportunités sont nombreuses, à condition de faire preuve de courage et d'innover. Cela vaut pour l'économie, les entreprises, mais aussi pour les particuliers. Il serait totalement faux d'adopter une attitude défensive face à la mondialisation croissante et d'exiger de l'État des mesures protectionnistes. Le blocage des négociations du cycle de Doha, menées sous l'égide de l'OMC, montre que les politiciens de certains pays ne saisissent pas suffisamment les avantages de la libéralisation ou que ces derniers ne sont pas très populaires dans certains milieux.



Gregor Kündig
Responsable des relations économiques extérieures economiesuisse, Zurich

La créativité semble sans limites quand il s'agit de concevoir de nouveaux obstacles au commerce. Non seulement la majorité des pays industrialisés prennent des mesures ciblées (anti-dumping) afin d'entraver les importations, mais ils créent constamment de nouvelles barrières. Le dernier exemple en date sont les «border tax adjustments». En vertu de cette mesure, des taxes compensatrices sont appliquées aux biens importés qui ne satisfont pas certaines normes environnementales. Une telle mesure aurait des conséquences désastreuses. Le «zeroing» est un autre exemple. Il s'agit d'une méthode employée aux États-Unis pour calculer la valeur de dumping: si un produit exporté aux États-Unis y est vendu à un prix inférieur à celui pratiqué sur le marché d'origine, la différence est positive, ce qui signifie qu'il s'agit d'un cas de dumping. Si le prix sur le marché d'origine est plus bas, la différence est négative. Lors du calcul des valeurs de dumping, les États-Unis tiennent uniquement compte de celles qui sont positives. Si d'autres pays introduisent le «zeroing», comme on en discute dans le cadre du cycle de Doha, d'autres exportations seraient considérées comme faisant l'objet de dumping. Aujourd'hui, des représentants politiques américains remettent en question les avantages découlant de l'Accord de libre-échange nord-américain (Aléna), lorsqu'ils ne plaident pas ouvertement pour un isolement du pays. La mise en œuvre de tels projets ou idées nuirait considérablement à l'économie mondiale.

La Suisse est bien positionnée

Petite économie ouverte, la Suisse est bien positionnée sur le marché mondial. De nombreux classements relatifs à la compétitivité internationale l'attestent. Nous sommes l'une des économies les plus mondialisées du globe. La majorité de nos entreprises ne peuvent, en effet, pas se reposer sur un marché intérieur suffisant. Par ailleurs, seules des entreprises innovantes avec un excellent rapport prix-prestation peuvent s'imposer durablement sur les marchés internationaux. Elles doivent, pour ce faire, pouvoir recruter des travailleurs qualifiés et motivés. Sur ce plan, la Suisse a encore une longueur d'avance. En résumé, les entreprises sont confrontées à une concu-

rence impitoyable dans leur quête des clients, des capitaux, des talents, des ressources et de l'innovation. Les interactions entre les entreprises jouent également un rôle important: un réseau dense de «contractants» et de «sous-contractants» collaborant étroitement et efficacement est indispensable.

Les entreprises ont besoin d'une politique économique extérieure optimale

Les conditions-cadres économiques sont essentielles à l'épanouissement des entreprises. Sur ce plan aussi, la Suisse occupe une place enviable dans le monde. Cependant, d'autres pays rattrapent leur retard; aussi est-il impératif que la politique suisse continue de tendre à l'excellence. Les entreprises actives à l'échelle internationale ont besoin d'une politique économique extérieure optimale. L'économie suisse n'est pas mal lotie avec la nouvelle stratégie de commerce extérieur et sa mise en œuvre ciblée par les offices fédéraux compétents. Cette stratégie donne la priorité à la poursuite de la libéralisation du commerce mondial dans le cadre multilatéral de l'OMC. Elle accorde également une grande importance à la conclusion d'accords de libre-échange avec des partenaires extracommunautaires importants. Enfin, il est crucial que la Suisse entretienne de bonnes relations économiques avec l'UE. Revu il y a peu, le dispositif suisse de promotion des exportations est simple et efficace. Il bénéficie essentiellement aux PME. En ce qui concerne la place financière suisse, il faut créer les conditions qui lui permettront de figurer parmi les trois leaders mondiaux d'ici à 2015.

Pour résumer, il faut à la fois d'excellentes conditions-cadres et des entreprises dynamiques, désireuses de démontrer leur savoir-faire et de conquérir les marchés mondiaux avec leurs produits et services. Reste à ajouter l'accès au marché et l'adresse nécessaire pour s'y positionner.