

NATIONS EMERGENTES

n° 36
Décembre
2018

REVUE DE COMMERCE INTERNATIONAL www.nations-emergentes.org

le Chili,
une nouvelle
donne !



DU 17 NOVEMBRE
AU 9 DÉCEMBRE 2018
PLUS DE 400 ÉVÈNEMENTS CULTURELS
DANS TOUTE LA FRANCE



migrant' → scène ←

FESTIVAL
DE LA CIMADE



D'ICI
& D'AILLEURS
ENSEMBLE

La Cimade
L'humanité passe par l'autre

migrantscene.org
f migrantscene

Chili, une nouvelle donne !

Le Chili de nos jours est en plein renouveau de son modèle économique ; il affronte deux objectifs contradictoires. Il veut, d'une part, s'affranchir de l'emprise américaine et, de l'autre, réorienter son économie vers la région Asie Pacifique. Le pays a perdu sa confiance vis-à-vis des États-Unis par suite des politiques discriminatoires du président Donald Trump à l'égard de ses voisins latino-américains. Selon Pew research center, Donald Trump récolte ses plus mauvais scores en Amérique latine avec 12 % au Chili ; 13 % en Argentine ; 14 % au Brésil et 15 % en Colombie. Ce qui révèle le décrochage de l'image des États-Unis sur le continent latino-américain ⁽¹⁾.

Donald Trump, en privilégiant « America first », a bousculé les pays latino-américains car il s'est retiré de l'accord transpacifique en 2017. Cet accord regroupait une douzaine de pays du Pacifique dont le Chili. Il était le résultat d'un immense

travail de terrain que l'administration Trump a court-circuité. Ce nouveau rapport de forces a vulnérabilisé le Chili, petit pays qui dépend, en partie, de son commerce avec les États-Unis pour ses revenus.

Cette nouvelle donne géopolitique a contraint le Chili à revoir son modèle pour le réorienter vers la région Asie Pacifique. Ses relations avec la Chine par exemple, remontent aux années Allende. Dès 1970, le Chili était le premier pays latino à reconnaître la République populaire de Chine et à nouer des liens avec la Parti communiste chinois. Tout se passe comme si, dans sa quête du renouveau, le Chili était en train de tracer sa propre voie pour conquérir les pays de l'APEC (Coopération économique Asie Pacifique) et ceux de l'ASEAN (Association des Nations de l'Asie du Sud-est) en valorisant ses avantages compétitifs. Ce tournant vers l'Asie Pacifique s'est concrétisé

par des parts de marché avec la Chine (28,5 %), le Japon (8,5 %) et la Corée du Sud (6,9 %) ⁽²⁾. Dans le secteur du vin par exemple, les entreprises chiliennes ont réussi à substituer les vins chiliens aux vins californiens sur le marché de la Chine ; ces derniers sont surtaxés à la suite des représailles chinoises en réponse aux droits de douane que les États-Unis ont établi sur certains produits chinois ⁽³⁾.

Lawrence Eagleburger écrivait en 1983 : «Le déplacement du centre de gravité de la politique étrangère américaine vers le bassin Pacifique pourrait bien s'avérer l'un des problèmes cruciaux pour les années à venir » ⁽⁴⁾. Tel est l'enjeu que le Chili actuel expérimente. Il veut devancer ses voisins latinos en ayant une longueur d'avance par rapport aux autres et se positionner en tant que leader latino-américain en Asie Pacifique.

Douraya ASGARALY

Nous vous invitons à réagir à cet éditorial en nous écrivant à l'adresse mail suivante : contact@nations-emergentes.org

(1) *Bilan économique du Monde - 2018*

(2) *Direction générale du Trésor - 2018*

(3) *Noticias financieras - 9 juillet 2018*

(4) *Lawrence Eagleburger : « Les États-Unis entre l'Europe et le Pacifique » - conférence de 1983.*



NATIONS EMERGENTES

N°36 | Décembre 2018

Association de loi 1901 | W931002897
ISSN : 2429-7461

Email : contact@nations-emergentes.org
web : www.nations-emergentes.org

• **Directrice de publication** •

Douraya ASGARALY
Tél. : (33) 6 16 63 45 19
Email : nat.emergentes@yahoo.fr

• **Directrice de rédaction** •

Sri Damayanty MANULLANG

• **Consultant éditorial** •

Hervé THÉRY - <http://confins.revues.org>

• **Ont participé à ce numéro** •

Nos collaborateurs
Driss GHALI - Pierre VERMEREN
Philippe-Edern KLEIN

• **Avec** •

Lise LAMBERT, maquette
Gwendal LE SCOUL, conception graphique

• **Photo de couverture** •

Parc National Torres del Paine - Peter WINCKLER

SOMMAIRE

ÉDITORIAL	3
FICHE PAYS	4
LE PAYS... VU PAR UN SPÉCIALISTE	8
FOCUS: CONQUÉRIR LE MARCHÉ DU PAYS	12
LES SECTEURS PORTEURS	15
EXPORTER AU PAYS: MODE D'EMPLOI	20
LE CARNET DIPLO'	22
FOIRES ET SALONS	23