



## Les Allemands sont-ils à l'abri de l'appréciation de l'euro ?

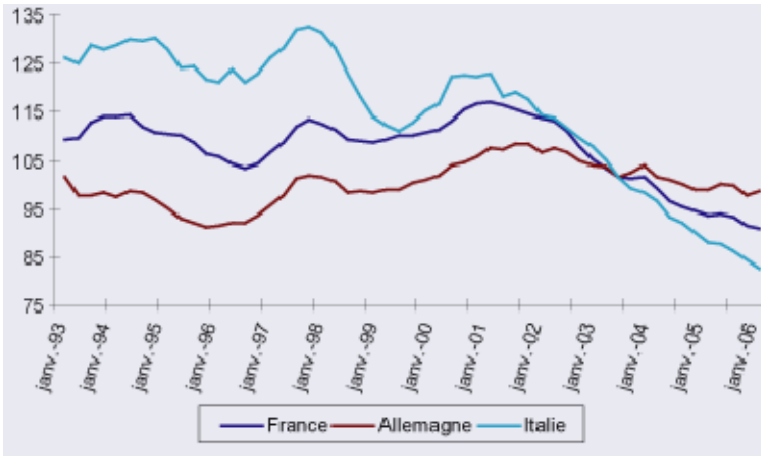
3 juillet 2007

Les sommets atteints par l'euro au cours des derniers mois sont régulièrement avancés pour expliquer les piètres performances à l'exportation enregistrées par la France. Les deux candidats au second tour de l'élection présidentielle avaient même trouvé là un terrain d'entente, pointant l'impassibilité de la BCE face à l'évolution de la monnaie unique. Pourtant, passé les frontières, on était plutôt frappé par le silence régnant autour de la question du taux de change, certains niant même le problème en invoquant le dynamisme retrouvé de l'Allemagne. Si avec la même monnaie, les entreprises allemandes affichent d'aussi bonnes performances à l'exportation, c'est qu'il faut chercher ailleurs les raisons de nos pertes de parts de marché. La France est-elle le seul pays de l'Union monétaire à subir le coût de l'appréciation de l'euro ou bien seulement le seul pays à s'en plaindre ? Comment expliquer les succès allemands à l'exportation ? Y-a-il une exception allemande en la matière ?

Depuis 2001, l'euro s'est nettement apprécié. Si le mouvement est surtout marqué vis-à-vis du dollar et du yen (cf. [chronique](#)), l'appréciation mesurée à partir du taux de change effectif, c'est-à-dire vis-à-vis de l'ensemble des partenaires commerciaux de la zone euro, est de l'ordre de 20 % en termes nominal et réel. Parallèlement, les parts de marché à l'exportation dégringolent dans de nombreux pays. La baisse atteint 17 % en France, 34 % en Italie, 9 % aux Pays-Bas et 19 % en Irlande pour ne citer que quelques exemples. Il ne fait aucun doute qu'une partie non négligeable de ces pertes de part de marché résulte de la dégradation de la compétitivité et donc de l'appréciation de l'euro qui accroît le prix des biens européens en dehors de la zone euro. Il vient que s'il y a une exception, elle n'est pas française. En outre, s'il faut se garder d'attribuer l'ensemble des problèmes de la zone euro à l'évolution du taux de change, force est de reconnaître que l'appréciation de l'euro a pesé sur le commerce des pays membres et donc sur leur croissance.

Le seul pays n'ayant pas perdu de parts de marché à l'exportation est effectivement l'Allemagne. Il y aurait donc bien une exception allemande. Mais, à y regarder de plus près, la situation est plus nuancée. Pour s'en convaincre, il suffit d'estimer un indicateur de l'évolution des parts de marché de l'Allemagne en dehors de la zone euro. En acceptant de partager la même monnaie, le commerce entre les pays membres se trouve de fait immunisé contre les fluctuations de l'euro. Son appréciation n'aura un effet, sur la compétitivité et les performances commerciales des pays membres, qu'en dehors de la zone euro. Une telle décomposition est riche d'enseignement puisqu'elle fait apparaître une baisse des parts de marché de l'Allemagne sur les marchés extérieurs à la zone euro (graphique 1). Certes, les allemands ont mieux résisté que les français ou les italiens, mais la réputation du « nouveau modèle » allemand qu'il aurait fallu suivre s'en trouve sérieusement entachée.

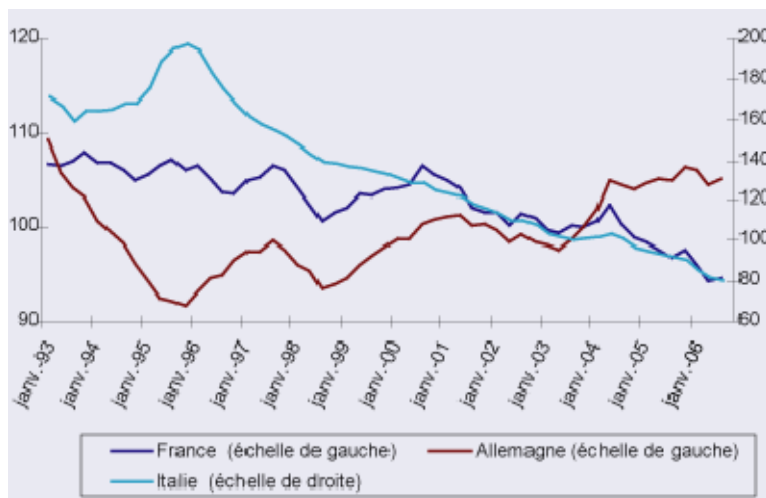
Graphique 1 : Indicateur des parts de marché (base 100 en 2003) en dehors de la zone euro



Sources : Comptes nationaux, FMI, calculs de l'auteur à partir de la base de données du Département analyse et prévision

Comment expliquer alors le décalage avec les chiffres indéniablement bon du commerce extérieur allemand ? Simplement en constatant que les entreprises allemandes ont gagné des parts de marché à l'intérieur de la zone euro (graphique 2). Parallèlement, les pertes de part de marché des entreprises françaises et italiennes se confirment. En résumé, à l'extérieur de la zone euro, les pertes de part de marché concernent à des degrés divers tous les pays membres et s'expliquent en partie par la montée de l'euro. A l'intérieur de la zone euro, il n'y a plus l'effet du taux de change et ne subsistent que les effets liés aux évolutions de prix et de coûts. En la matière, les allemands tirent donc mieux que la France et l'Italie leur épingle du jeu. Depuis le début des années 2000, l'Allemagne s'est lancée dans une série de réformes visant à réduire la fiscalité des entreprises et rendre le marché du travail plus flexible (cf. [chronique](#)). Cette politique, s'apparentant à une dévaluation réelle, a amorti l'effet de l'appréciation de l'euro et a permis à l'Allemagne de gagner en compétitivité au détriment de ses partenaires européens (cf. [Lettre de l'OFCE n°274](#)). Couplée à une situation commerciale avantageuse en termes de gamme et de positionnement sur les marchés étrangers ([Lettre du Cepii n°249](#)), cette stratégie explique le succès allemand en même temps qu'elle illustre et contribue aux difficultés commerciales des autres membres de la zone euro. L'exception allemande est une fable dont la morale met au grand jour les difficultés des pays membres de la zone euro à adopter une stratégie coopérative et mutuellement bénéfique.

Graphique 2 : Indicateur des parts de marché (base 100 en 2003) à l'intérieur de la zone euro



Sources : Comptes nationaux, FMI, calculs de l'auteur à partir de la base de données du Département analyse et prévision