

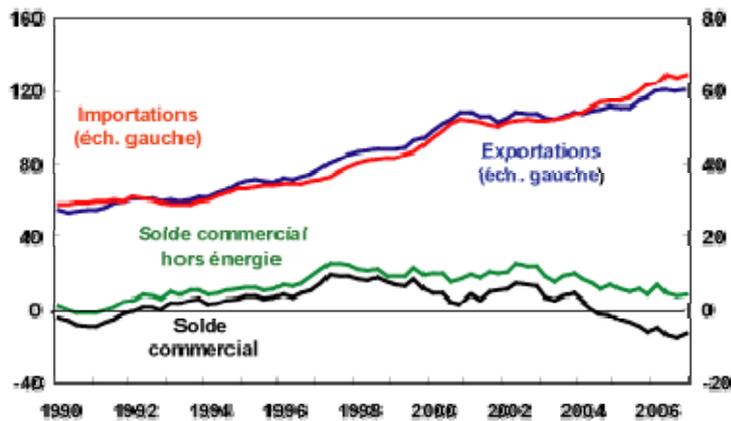


Déficit commercial : le commerce extérieur français à la

14 mars 2008

Alors qu'à la fin des années 1990, la France semblait jouir d'une position compétitive confortable, le déficit commercial français a atteint 35,3 milliards d'euros en 2007 (1,9 % du PIB). Si les chiffres du mois de janvier 2008 ont constitué la bonne surprise économique de ce début d'année (voir les chiffres des [douanes](#)), ils font cependant suite à une longue et forte dégradation du commerce extérieur français depuis 2001 (voir graphique 1).

Graphique 1 : Echanges de biens et services en valeurs trimestrielles, en milliards d'euros



Source : INSEE, comptes trimestriels

La création de la monnaie unique ayant transféré la contrainte extérieure à l'ensemble de la zone euro, la perspective d'un déficit français persistant ne menace pas la vigueur de l'euro tant que le solde commercial de la zone se maintient. Mais une telle dégradation pèse en revanche sur la croissance nationale : de 2002 à 2007, le commerce extérieur a coûté en moyenne 0,6 point de croissance annuelle à la France. Si cette dégradation venait à se poursuivre, c'est la question de la soutenabilité de la croissance française qui se trouverait posée. Comment expliquer cette contre-performance ?

La première explication tient à la forte hausse du prix des matières premières. De 2002 à 2007, le prix du pétrole a doublé en euro, alourdissant ainsi la facture énergétique, passée de 20,5 à 45 milliards d'euros. Pour autant, la dérive du déficit énergétique n'est responsable que pour moitié du creusement du déficit commercial français sur la période, le solde commercial hors énergie n'ayant cessé de se dégrader depuis 2002 (voir Graphique 2). Car, et c'est plus inquiétant, la France a perdu plus de 20 % de parts de marché à l'exportation au cours des 5 dernières années.

En 2007, les performances françaises ont été handicapées à la fois par l'appréciation continue de la monnaie européenne, la résurgence de politiques non-coopératives au sein de la zone euro, et un déficit en innovation qui pèse sur la capacité des entreprises françaises à proposer des produits différenciés sur les marchés internationaux. La force de l'euro a d'abord contribué aux pertes de parts de marché depuis 2001. En l'espace de cinq ans, l'euro s'est en effet apprécié de plus de 50% par rapport au dollar, et de près de 35% en taux de change effectif nominal pour la France. Mais, contrairement à une idée reçue, les entreprises exportatrices françaises ont remarquablement résisté à cette flambée : en contradiction avec l'idée parfois avancée d'une dérive des coûts salariaux liées aux 35heures, le dynamisme de la productivité et la maîtrise des salaires ont en fait permis d'atténuer en grande partie l'impact de l'euro sur la compétitivité-coût française. De plus, les entreprises nationales sont parvenues à contenir l'évolution de leurs prix à l'exportation grâce à un effort de marge conséquent. L'appréciation de l'euro n'explique donc pas l'ampleur du décrochage observé. En outre, dans un environnement comparable, l'Allemagne a accru ses parts de marché d'environ 4 % depuis 2001 et atteint un excédent commercial de plus de 200 mds d'euros en 2007. La divergence est à cet égard frappante entre l'Allemagne et la plupart de ses partenaires européens (les déficits italien et espagnol affichant respectivement 0.6 et 6.3 points de PIB) et s'explique

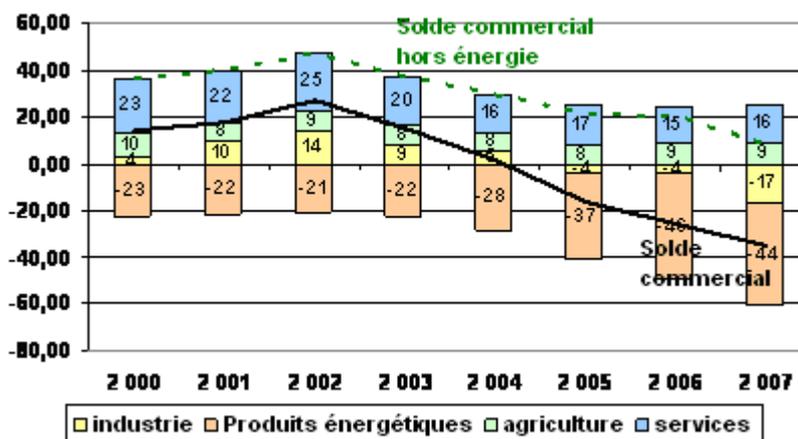
par la politique de baisse des coûts salariaux engagée en Allemagne depuis le début des années 2000 combinée à un net avantage en matière de qualité et d'innovation.

Lourdement handicapée par la hausse des coûts salariaux suite à la réunification, privée de la pleine maîtrise de ses instruments monétaire et budgétaire, l'Allemagne a entrepris il y a 5 ans d'utiliser le seul levier de politique économique dont elle disposait encore librement : la politique commerciale par le biais de la désinflation compétitive. Les coûts salariaux unitaires allemands ont été réduits de 10% depuis 2002, tandis qu'ils restaient stables en France. Dans un contexte de concurrence mondiale accrue, la politique allemande a conduit à une redistribution des cartes au sein de la zone euro. La France a ainsi souffert à la fois de l'assèchement de la demande intérieure de son premier partenaire commercial, liée à la baisse du pouvoir d'achat des ménages allemands, mais aussi de la concurrence accrue des entreprises allemandes sur les marchés tiers. Outre les gains de compétitivité liés à ces baisses de coûts, l'atonie de la demande intérieure allemande a contraint les entreprises allemandes à exploiter des débouchés hors du territoire national, au détriment des principaux concurrents européens. Ne laissant d'autres choix aux entreprises françaises que de baisser leurs marges à l'exportation, ou se retirer du marché mondial (cf. [Lettre de l'OFCE n°295](#)). La France n'est bien entendu pas seule dans ce cas : l'Italie a vu ses parts de marché à l'exportation s'effondrer de plus de 30 points depuis 2001, l'Espagne de plus de 10 points.

Comment sortir de cette spirale qui a amoindrie la croissance française de 0,4 point en 2007 ? Suivre l'exemple allemand en entrant dans le jeu des politiques économiques non-coopératives au sein de la zone euro serait à coup sûr une grave erreur. Pesant sur le pouvoir d'achat des ménages, privilégiant un gain immédiat de compétitivité-prix, elles priveraient la croissance française de son principal moteur sans pour autant favoriser des gains durables de productivité, seule voie de création de richesse. En alimentant un cercle vicieux de concurrence fiscale et sociale, elles menaceraient en outre les compromis sociaux européens (voir [ici](#)).

Les économies de la zone euro gagneraient à une politique de change active pour ne plus subir les stratégies de change des pays tiers. La mise en place effective de la politique d'innovation et de productivité ratifiée lors du Conseil de Lisbonne en 2000 est un autre levier pour retrouver une dynamique saine de compétitivité. Dans un contexte de renforcement de la concurrence mondiale et d'appréciation de l'euro, la qualité et l'image des produits exportés sont devenues des éléments déterminants dans le positionnement des pays de la zone sur le marché mondial. Or, les enquêtes réalisées par le COE font état depuis des années d'une image positive des produits français, dont le contenu en innovation se situe cependant nettement en deçà de celui des produits allemands. La cause de ce déficit d'innovation réside dans la faiblesse de l'intensité de recherche et développement française, qui la place aujourd'hui, en baisse, au 9ème rang des pays de l'OCDE. Pour sortir par le haut de la concurrence mondiale accrue, les pays européens doivent aujourd'hui s'attacher à se différencier de leurs concurrents en misant sur la qualité et le contenu en innovation des produits, en rattrapant leur retard dans le domaine des hautes technologies, le tout dans le cadre d'une coopération économique renforcée au sein de la zone euro.

Graphique 2 Décomposition du solde commercial par secteurs, en milliards d'euros



Source : INSEE, comptes trimestriels