

## La France en mal de qualité ?

Les pertes de parts de marché à l'exportation de la France ne sont pas le résultat d'une mauvaise spécialisation géographique ou sectorielle mais plutôt d'une insuffisante compétitivité. Cette *Lettre*<sup>1</sup> explore la dimension hors-prix de la compétitivité en utilisant un indice de qualité des exportations françaises, mesuré comme étant la capacité à maintenir ses parts de marché tout en pratiquant des prix élevés. Si le rapport qualité-prix des exportations françaises n'est globalement pas favorable, les performances sectorielles sont très hétérogènes : le luxe, l'aéronautique, le vin ou les appareils de distribution électrique, sont autant d'exceptions.

### ■ La perte de parts de marché française ne résulte pas d'une mauvaise spécialisation sectorielle ou géographique

La France perd tendanciellement des parts de marché mondial à l'exportation de biens<sup>2</sup>. Cette tendance n'est pas propre à la France – toutes les économies riches sont confrontées à la montée en puissance de pays émergents – mais elle est particulièrement marquée dans le cas français. Sur la période 2006-2014, le commerce mondial en valeur a augmenté au rythme de 6,2 % par an et les exportations françaises de 3,0 % ; la différence (-3,2 % par an) correspond à la baisse annuelle de la part de marché de la France sur les marchés mondiaux. Dans le même temps, la part de marché globale de l'UE28 reculait de 1,9 % par an et seul le Royaume-Uni perdait plus de parts de marché que la France<sup>3</sup>. Les exportations françaises souffrent-elles d'une mauvaise spécialisation sectorielle ou géographique, ou plutôt d'une faible compétitivité ? La base de données « Export Competitiveness Database »<sup>4</sup> (encadré 1) nous permet de distinguer la contribution de chacune de ces trois composantes à l'évolution des parts de marché des principaux pays européens (tableau 1).

Les pays européens souffrent tous d'un effet de composition géographique négatif puisqu'ils échangent beaucoup entre eux alors que l'Europe croît moins vite que le reste du monde, et que l'Asie en particulier. Aucun pays européen n'échappe à cette spécialisation géographique défavorable ; c'est ce que l'on observe dans la troisième colonne des tableaux 1a et 1b qui couvrent les années 2006-2014 et la sous-période 2009-2014. Seuls les pays qui ont réussi à mieux se positionner sur les marchés émergents souffrent moins de cet effet « européen » – c'est le cas de l'Allemagne et de l'Italie. Sur la période 2006-2008, l'aspect géographique représente en moyenne 40 % de la perte de part de marché des pays de l'UE. Cette composante devient très importante après la crise, mais, là encore, la France n'est pas une exception : elle est légèrement moins bien positionnée que l'Allemagne, mais mieux que le Royaume-Uni ou l'Espagne, les écarts entre grands pays européens étant limités.

La spécialisation sectorielle, quant à elle, compte peu dans les variations de parts de marché. Elle contribue, tout au plus, à hauteur de 30 % à la perte de part de marché de l'Italie sur l'ensemble de la période. Même si son impact est minime, cet effet est favorable à la France comparée à l'Allemagne : la contribution est positive pour la France et négative dans le cas allemand.

1. Voir la note n° 23 du Conseil d'Analyse Economique, intitulée « À la recherche des parts de marché perdues », publiée parallèlement et s'intéressant aux implications de politique économique.

2. Dans ce qui suit nous raisonnons en intégrant les flux commerciaux intra-UE au commerce mondial.

3. Source : OMC.

4. Base développée à la Banque mondiale en collaboration avec la Banque de France et le Centre du Commerce International de Genève. G. Gaulier, G. Santoni, D. Taglioni & S. Zignago (2013), In the wake of the global crisis: evidence from a new quarterly database of export competitiveness, *Policy Research Working Paper Series 6733*, The World Bank.

## Encadré 1 – Comment varient les parts de marché à l'exportation ?

La géographie des exportations d'un pays et leur orientation sectorielle peut tirer ou freiner ses ventes, selon que ses marchés sont plus ou moins dynamiques. Pour évaluer la contribution de la compétitivité « pure » à l'évolution des parts de marché, il faut donc éliminer ces effets de composition. Pour ce faire, deux méthodes sont disponibles.

Une simple décomposition algébrique : on calcule, à partir de la composition sectorielle et géographique initiale des exportations d'un pays quelle aurait été leur progression induite par le seul développement des marchés\* ; l'écart entre cette évolution, à parts de marché constantes, et l'évolution observée est le résultat de l'amélioration ou de la détérioration de la compétitivité du pays". La difficulté est que l'ordre de décomposition des effets affecte le résultat final".

L'autre méthode, consiste à régresser les variations d'une année sur l'autre des parts de marché au niveau fin (HS6 par exemple), sur un ensemble d'effets fixes relatifs au pays exportateur, pays importateur et produit. L'effet « exportateur » indique ce qui, dans la variation observée, relève de caractéristiques communes à l'ensemble des secteurs du pays ; c'est la performance pure, qui est une mesure de la compétitivité dans les échanges. Une telle approche économétrique a des propriétés statistiques intéressantes, notamment l'indépendance du résultat à l'ordre de décomposition des effets"". Nous présentons ici les résultats de cette approche rassemblés dans la base « Export Competitiveness Database ». Cette base est établie à partir des flux bilatéraux d'échanges, mensuels ou trimestriels, collectés par le Centre du Commerce International (Genève) pour 228 pays ou territoires au niveau 6 chiffres de la nomenclature du Système Harmonisé (SH). La base applique à ces flux, qui vont du premier trimestre 2006 au dernier trimestre 2014, une décomposition économétrique des parts de marché.

\* On parle fréquemment de « demande adressée » à propos de la somme des importations de chaque marché étranger (pays-produit) pondérée par son poids dans les exportations françaises.

\*\* Ce principe, appliqué au commerce mondial par H. Tyszynski (1951), *World trade in manufactured commodities, 1899-19501*, The Manchester School, 19(3), 272-304 et avait été développé dans un cadre plus général par S Fabricant (1942), *Employment in Manufacturing, 1899-1939: An Analysis of Its Relation to the Volume of Production*, National Bureau of Economic Research, Inc.

\*\*\* Pour une démonstration et une illustration voir A. Cheptea, L. Fontagné & S. Zignago (2014), *European export performance*, *Review of World Economics*, Springer, 150(1) : 25-58.

\*\*\*\* Fondée sur une extension de la méthode de décomposition de la variance proposée par H. Jayet (1993), *Analyse spatiale quantitative: une introduction*, Bibliothèque de science régionale, Economica, Paris. Cette méthode a été appliquée au commerce par A. Cheptea, G. Gaulier & S. Zignago (2005), *World Trade Competitiveness: A Disaggregated View by Shift-share Analysis*, *CEPII Document de travail*, n° 2005-23.12.

Au total, par rapport à leurs concurrents allemands, le plus grand désavantage géographique des exportateurs français est compensé par leur positionnement sectoriel plus favorable. La différence dans les performances à l'exportation des deux pays s'explique donc exclusivement par leurs compétitivités respectives : les exportateurs français sont moins performants que les allemands pour vendre le même produit sur le même marché. Ce constat confirme la conclusion présentée dans un travail antérieur du CEPII<sup>5</sup> : l'évolution de la demande adressée ne permet pas d'expliquer la mauvaise performance à

l'exportation de la France. Dès lors que les demandes adressées à la France et à ses concurrents européens évoluent de la même façon, si la France perd davantage de parts de marché c'est qu'elle est moins compétitive.

## ■ Une compétitivité hors-prix insuffisante, une compétitivité prix défavorable

Deux facteurs entrent en compte pour déterminer la compétitivité : le prix et le « hors-prix ». Le prix dépend des coûts salariaux unitaires (variation des salaires et des charges nette des gains de productivité), des marges et du taux de change nominal. Le hors-prix reflète les caractéristiques du produit vendu : sa marque, son image, sa réputation, sa fiabilité, son design, la qualité des services qui lui sont associés, etc. Quelles sont les contributions respectives des prix et des éléments hors-prix à l'évolution observée de la compétitivité ?

### Comment distinguer prix et hors-prix

Distinguer ces deux composantes est difficile dans la mesure où aucune n'est directement observable. Les méthodes utilisées procèdent donc de façon indirecte, en utilisant des variables ou des indicateurs qui se rapprochent des prix ou du hors-prix.

Une récente *Lettre du CEPII*<sup>6</sup> a ainsi observé les évolutions des exportations de biens et services des membres de la zone euro par rapport à celles de leurs coûts unitaires, composante importante des prix. Sur aucune des deux périodes observées (avant et après la crise), le taux de croissance des exportations des différents membres de la zone euro n'apparaît significativement corrélé à l'évolution relative de leurs coûts salariaux unitaires. Les limites inhérentes à l'approche macroéconomique nous incitent à observer la compétitivité à un niveau de détail plus fin : celui des catégories de produits. Nous l'abordons ici par la composante hors-prix.

Tableau 1 – Décomposition des parts de marché pour les biens, croissance annuelle en %

1.a du 1 <sup>er</sup> trimestre 2006 au 3 <sup>ème</sup> trimestre 2014					
	Exportations	Part de marché mondial	Dont		Performance pure
			Effet géographique	Effet sectoriel	
UE-28	4,4	-1,9	-0,8	-0,1	-1,0
Zone euro à 17	4,3	-2,0	-0,8	-0,1	-1,1
France	3,0	-3,2	-0,8	0,7	-3,1
Allemagne	4,5	-1,7	-0,5	-0,2	-1,0
Italie	4,0	-2,2	-0,5	-0,6	-1,1
Espagne	4,5	-1,7	-1,1	-0,1	-0,5
Royaume-Uni	2,3	-3,9	-0,9	0,4	-3,3
Monde	6,2	0,0	0,0	0,0	0,0

1.b du 1 <sup>er</sup> trimestre 2009 au 3 <sup>ème</sup> trimestre 2014					
	Exportations	Part de marché mondial	Dont		Performance pure
			Effet géographique	Effet sectoriel	
UE-28	0,3	-2,3	-1,8	0,5	-1,0
Zone euro à 17	0,1	-2,5	-1,8	0,5	-1,3
France	-1,0	-3,5	-1,5	1,5	-3,5
Allemagne	0,5	-2,0	-1,3	0,5	-1,2
Italie	-0,3	-2,8	-1,4	0,2	-1,6
Espagne	1,1	-1,4	-1,9	0,7	-0,1
Royaume-Uni	-0,2	-2,7	-1,6	0,7	-1,8
Monde	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0

Note : Les variations sont en croissance logarithmique.

Source : Banque Mondiale, Export Competitiveness Database.

5. A. Berthou, C. Emlinger (2011), Les mauvaises performances françaises à l'exportation : La compétitivité prix est-elle coupable ?, *La Lettre du CEPII*, n° 313, septembre.

6. M. Bussière, G. Gaulier & S. Jean (2014), La compétitivité-prix explique-t-elle les performances à l'exportation de la France et de ses partenaires ?, *La Lettre du CEPII*, n° 349, décembre.

Tableau 2 – Les 10 premiers secteurs pour la compétitivité hors-prix, France et Allemagne, 2013

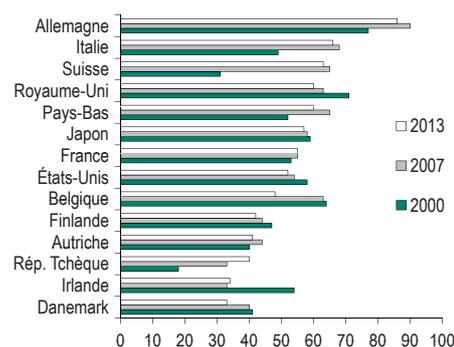
	Part de marché dans l'OCDE (%)	Part du secteur dans les exportations totales du pays (%)	Compétitivité hors prix*	Rang OCDE
<b>France</b>				
Aéronautique	10,2	3,4	2,4	1
Maroquinerie	25,6	1,3	7,3	2
Vin	28,0	2,4	2,2	3
Appareils de distribution électrique	6,0	1,7	4,5	3
Pièces détachées automobile	6,2	6,0	1,4	5
Produits laitiers	14,6	2,2	1,2	5
Vêtements	9,3	1,1	1,2	5
Plastiques	7,5	3,9	1,1	7
Autres produits métalliques	5,8	2,2	1,2	7
Produits plastiques	6,4	2,8	1,3	8
<b>Allemagne</b>				
Pièces détachées automobile	22,6	8,0	3,4	1
Métaux non ferreux	16,4	3,6	1,4	1
Produits plastiques	20,4	3,3	2,8	1
Véhicules automobiles	16,8	3,0	1,6	1
Autres produits métalliques	21,5	3,0	2,2	1
Appareils de distribution électrique	24,2	2,5	34,2	1
Machineries, autres	20,7	2,3	3,7	1
Machines-outils	27,4	2,3	2,1	1
Instruments de précision	21,1	2,2	21,4	1
Composants électroniques	17,1	1,8	25,6	1

\* Lecture : équivalent prix, par exemple, les exportateurs français peuvent pratiquer des prix plus de sept fois supérieurs, tout en conservant la même part de marché qu'un pays doté d'une qualité située dans la moyenne des pays de l'OCDE.

Source : Calculs des auteurs, cf. M. Bas, P. Martin & T. Mayer (2014), Report on Main Directions of Research Towards Better Assessment of Competitiveness, Mapcompe et OMC.

La méthode que nous suivons<sup>7</sup> repose sur une équation de demande d'importation en volume, l'effet hors-prix ou « qualité » étant le résidu de cette équation. Il mesure la variation de la demande qui ne provient ni du prix, ni des déterminants « gravitaires » du commerce (distance, langue commune, effets de frontière, liens coloniaux...), ni des conditions de demande ou de concurrence sur le marché de destination. Les données proviennent de BACI, la base des données bilatérales de commerce du CEPII au niveau produit (SH6) sur la période 2000-2013. Les résultats obtenus au niveau SH6 sont ensuite agrégés par secteur. Nous comparons la France à des pays semblables, c'est-à-dire à 27 autres économies de l'OCDE. Notre indicateur de qualité se définit

Graphique 1 – Nombre de secteurs où le pays se classe parmi les dix premiers de l'OCDE en compétitivité hors-prix, 2000, 2007 et 2013



Source : Calculs des auteurs, cf. M. Bas, P. Martin & T. Mayer (2014), op. cit.

en référence à la moyenne de l'OCDE ; il reflète la capacité d'un pays à vendre ses produits plus chers, tout en conservant la même part de marché qu'un pays doté d'une qualité située dans la moyenne des pays de l'OCDE.

*La qualité française s'exporte moins que la qualité allemande, sauf dans l'industrie du luxe*

Les résultats pour la France et l'Allemagne sont présentés dans le tableau 2 pour les secteurs qui représentent au moins 1 % de leurs exportations respectives. Les 10 « meilleurs » secteurs pour l'Allemagne classent chaque fois au premier rang de l'OCDE. La France n'a, quant à elle, qu'un seul secteur – l'aéronautique – qui la situe au premier rang. L'Allemagne se détache du reste de l'OCDE de manière très claire ; ainsi, la comparaison fréquente de la situation française aux performances exceptionnelles de l'Allemagne conduit à sous-estimer la position de la France parmi les pays de l'OCDE.

Les trois secteurs français les plus compétitifs sur la dimension hors-prix sont : l'aéronautique, la maroquinerie et le vin. Pour le secteur de la maroquinerie, par exemple, les exportateurs français peuvent pratiquer des prix plus de sept fois supérieurs, tout en conservant la même part de marché qu'un pays doté d'une qualité située dans la moyenne des pays de l'OCDE. Cette conclusion rejoint les développements récents de la littérature étudiant la performance micro-

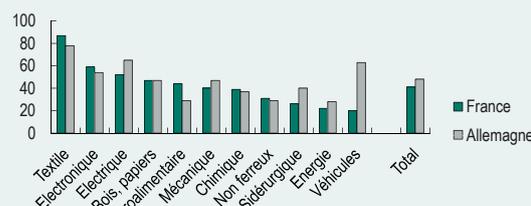
## Encadré 2 – Gammes de prix

Sur un marché donné, si la valeur unitaire du produit exporté par le pays A est supérieure à celle du même produit exporté par B, c'est que le produit vendu par A a trouvé preneur à un « prix » plus élevé que le même produit vendu par B. L'importateur a donc pris en compte d'autres éléments que la valeur unitaire du bien. Des prix élevés peuvent refléter à la fois un désavantage en prix et une plus haute qualité (sur)compensant ce désavantage.

Le classement en trois gammes de prix réalisé par la base « profils pays » du CEPII permet de décrire la spécialisation des pays. Le graphique ci-dessous compare la part du haut de gamme dans les exportations françaises et allemandes pour 11 secteurs industriels. L'Allemagne apparaît légèrement plus spécialisée dans le haut de gamme : 48 % de ses exportations sont dans le haut de gamme, contre 41 % pour la France. Cette différence est

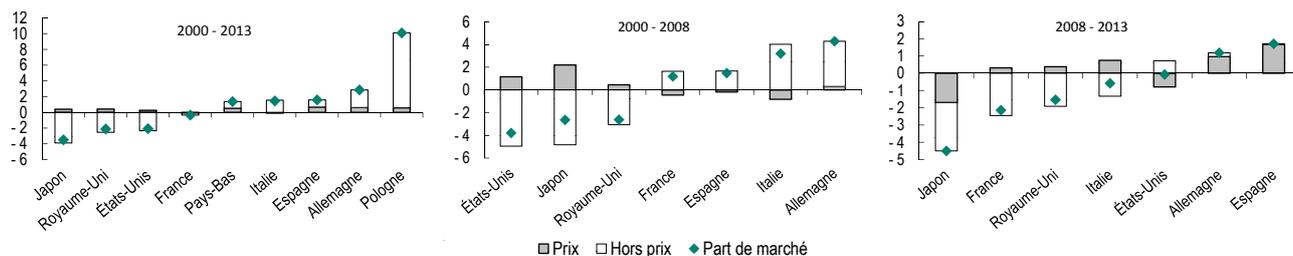
particulièrement importante dans l'automobile, un secteur dans lequel l'Allemagne est au premier rang de l'OCDE selon la méthode utilisée dans cette *Lettre*, qu'il s'agisse des composants ou des produits finis, ici réunis.

Part du haut de gamme dans les exportations, moyenne 2011-2013, en %



7. Voir Amit Khandelwal & Peter Schott & Shang-Jin Wei (2013), Trade Liberalization and Embedded Institutional Reform: Evidence from Chinese Exporters, *American Economic Review*, 103(6), 2169-95.

Graphique 2 – Variation annuelle des parts de marché relativement à la moyenne de l'OCDE et composante compétitivité prix et hors-prix, en %



Source : Calculs des auteurs, cf. M. Bas, P. Martin & T. Mayer (2014), *op. cit.*

économique du secteur du luxe<sup>8</sup> : la compétitivité hors-prix est un avantage déterminant pour la France dans ce secteur. C'est ce qui lui permet d'exporter plus ou à des prix plus élevés, et de surmonter les barrières traditionnelles au commerce comme l'éloignement géographique du marché.

En 2013, la France se place au septième rang des 27 pays de notre échantillon par le nombre de secteurs où sa compétitivité hors-prix la situe parmi les dix meilleurs (graphique 1). Ce constat confirme l'analyse du commerce par gamme de prix qui montre que la France est spécialisée, tout comme l'Allemagne, dans le haut de gamme avec, en moyenne sur 2011-2013, 41 % de son commerce dans cette gamme de prix (encadré 2).

#### Une performance française moyenne par comparaison aux autres pays de l'OCDE

Le graphique 2 décrit la variation de part de marché (vert) d'un ensemble de pays relativement à la moyenne de l'OCDE, ainsi que sa composante prix (gris) et hors-prix (blanc), pour la période 2000-2013 et les deux sous-périodes 2000-2007 et 2008-2013. Sur l'ensemble de la période (2000-2013), la France a perdu relativement plus de parts de marché que d'autres pays européens (Espagne, Italie, Pays-Bas, Allemagne, Pologne) ; néanmoins, les performances françaises sont meilleures que celles des États-Unis, du Royaume-Uni ou encore du Japon. Dans l'ensemble, relativement à la moyenne des pays de l'OCDE, les parts de marché françaises ont très peu varié entre 2000 et 2013, cette quasi-stagnation masquant des évolutions différentes entre les deux sous-périodes :

- De 2000 à 2007, les parts de marché françaises ont baissé un peu moins rapidement que celles de la moyenne des pays de l'OCDE. La France

a néanmoins perdu plus de parts de marché que l'Espagne, l'Italie et l'Allemagne. La perte des parts de marché relatives résulte principalement d'une dégradation de la compétitivité prix : c'est le cas en France, mais également en Espagne et en Italie. Seule l'Allemagne a vu sa compétitivité prix et (surtout) hors-prix contribuer toutes deux à ses gains de parts de marché.

- Sur la période 2008-2013, la France a une performance moindre par rapport à la moyenne de l'OCDE, alors même que sa compétitivité prix s'améliore légèrement. Sur cette même période, la bonne performance de l'Espagne s'explique principalement par une évolution favorable de sa compétitivité prix.

Regarder l'évolution du nombre d'exportateurs permet de mieux comprendre ce qui s'est passé en France pendant ces deux périodes : le nombre d'exportateurs sur la première période a fortement chuté pour se stabiliser à partir de 2009. La perte de compétitivité prix semble ainsi avoir induit un effet de sélection : seuls les exportateurs les plus productifs et ceux avec une compétitivité hors-prix élevée ont pu survivre à cette détérioration de la compétitivité prix. Malgré l'amélioration récente de la compétitivité prix, l'évolution défavorable de la compétitivité hors-prix a entraîné une dégradation des parts de marchés françaises. Une explication possible de cette évolution est que les investissements nécessaires au maintien ou à l'amélioration de la qualité et de l'innovation des produits français n'ont pas été effectués pendant la période 2000-2007, dégradant la compétitivité hors-prix française par rapport à ses concurrents de l'OCDE en deuxième période.

Maria Bas, Lionel Fontagné, Philippe Martin\* et Thierry Mayer  
sophie.desalee@cepil.fr

8. Voir J. Martin & F. Mayneris (2015), High-End Variety Exporters Defying Distance: Micro Facts and Macroeconomic Implications, *Journal of International Economics*, forthcoming ou L. Fontagné & S. Hatte (2014), European High-End Varieties in International Competition, *CEPII Document de travail*, n° 2014-27. Les résultats de ces deux études sont confirmés dans le cas particulier du vin de Champagne par M. Crozet, K. Head & T. Mayer (2012), « Quality sorting and trade: firm-level evidence for french wine », *Review of Economic Studies*, 79(2), 609-644.

\* Philippe Martin est Professeur à Sciences Po.

## La Lettre du



© CEPII, PARIS, 2015

RÉDACTION :  
Centre d'études prospectives  
et d'informations internationales  
113, rue de Grenelle  
75700 Paris SP 07

Tél. : 01 53 68 55 00

www.cepil.fr

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION :  
Sébastien Jean

RÉDACTION EN CHEF :  
Agnès Chevallier & Sophie Piton

REALISATION :  
Laure Boivin

DIFFUSION :  
DILA  
Direction de l'information  
légitime et administrative

ABONNEMENT (11 numéros)  
France 60 € TTC  
Europe 62 € TTC  
DOM-TOM (HT, avion éco.) 60,80 € HT  
Autres pays (HT, avion éco.) 61,90 € HT  
Supl. avion rapide 0,90 €

Adresser votre commande à :  
Direction de l'information légale  
et administrative (DILA)  
23, rue d'Estrées - 75345 Paris cedex 07  
commande@ladocumentationfrancaise.fr  
Tél. : 01 40 15 70 01

ISSN 0243-1947  
CCP n° 1462 AD

Juillet 2015  
Imprimé en France par la DSAF  
Pôle conception graphique-fabrication

Cette lettre est publiée sous la  
responsabilité de la direction du CEPII.  
Les opinions qui y sont exprimées sont  
celles des auteurs.

RECHERCHE ET EXPERTISE  
SUR L'ÉCONOMIE MONDIALE

