

# UNE VISION À 360° DES ÉCHANGES ÉCONOMIQUES DE LA FRANCE



EDITION 2024



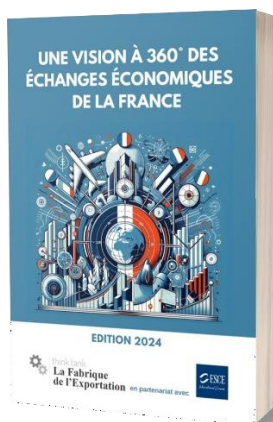
think tank

**La Fabrique  
de l'Exportation** en partenariat avec



**UNE VISION A 360° DES  
ECHANGES ECONOMIQUES  
DE LA FRANCE**

**EDITION 2024**



Si vous désirez obtenir la version optimisée de cette étude en format de livre de poche, veuillez scanner ce QR code avec l'appareil photo de votre téléphone afin de la retrouver directement sur Amazon :



La Fabrique de l'Exportation

C/O David Séjourné, 6 avenue Vion Whitcomb, 75016 Paris

ISBN : 9798320471969

© La Fabrique de l'Exportation, 2024

Dépôt légal : avril 2024

Le Code de la propriété intellectuelle et artistique n'autorisant, aux termes des alinéas 2 et 3 de l'article L.122-5, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale, ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite » (alinéa 1er de l'article L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

## Motivations et objectifs

Dans l'opinion publique la mesure des échanges de la France avec le reste du monde tend à se résumer aux échanges de biens, et plus précisément au déficit qui en résulte et qui fait les gros titres chaque début d'année : 86 Mds d'€ en 2021, 164 Mds d'€ en 2022, 99,6 Mds d'€ en 2023.

Or, depuis les années 70 se sont développées de nouvelles formes d'échanges économiques internationaux qui occupent désormais une place majeure : les échanges commerciaux de services et les implantations d'entreprises à l'étranger (IDE). Aujourd'hui les échanges de services de la France représentent un tiers de ses échanges commerciaux, et surtout le chiffre d'affaires des implantations des entreprises françaises à l'étranger (supérieur à 1700 Mrds) est plus que deux fois supérieur aux exportations françaises totales de services et de biens (de l'ordre de 750 Mrds). De tels bouleversements commandent de modifier la manière dont on analyse notre interaction avec l'étranger. On peut dès lors être surpris de la forme de myopie qui caractérise l'analyse des échanges internationaux de la France depuis des années en réduisant ceux-ci aux seuls échanges de biens alors qu'ils ne représentent qu'une partie des flux, et en s'attachant aux mesures exprimées en termes de chiffres d'affaires et non de valeur ajoutée exportée.

Quelle est la contribution des services aux échanges extérieurs de la France avec le reste du monde depuis 20 ans ? Quelle est la part de la valeur ajoutée française dans les exportations de biens et de services ? Comment la France se compare par rapport à quelques pays voisins ? Comment mieux comprendre le fort développement des implantations des entreprises françaises à l'étranger ainsi que les implantations des entreprises étrangères en France pour mieux apprécier et mesurer l'implication de la France dans les échanges mondiaux depuis deux décennies, notamment pour apprécier ses véritables parts de marché dans le monde ? Quels liens existent-ils entre ces différentes formes d'échanges et comment peuvent-ils nous éclairer dans la compréhension de la performance de la France au sein de l'espace européen et avec le reste du monde ?

Ce sont ces questions que nous avons souhaité aborder afin d'apporter une lecture plus riche des échanges de la France avec le reste du monde et de sa place dans la globalisation. Les résultats de l'étude ébranlent quelques idées reçues et éclairent de nouvelles pistes explicatives des succès et des échecs des entreprises françaises dans leur internationalisation. Ils mettent en évidence des forces et des faiblesses qui ne sont souvent ni exploitées ni adressées.

Nous vous souhaitons une bonne lecture, de sa synthèse et / ou de son intégralité.

Nous tenons à remercier Daniel MIRZA, professeur d'économie à l'Université de Tours, co-Directeur de l'équipe Economie internationale et Développement durable (EI2D) du Laboratoire d'Economie d'Orléans, qui est l'auteur de cette étude à large spectre, édition 2023 et celle de 2024 ; cette dernière apporte des mises à jours mais aussi un approfondissement significatif sur les parts de marché du "*Made in France*" (exportations) et du "*Made out of France*" (implantations à l'étranger des entreprises françaises).

Nous en profitons pour réitérer nos remerciements à ceux et celles qui ont contribué à rendre possible la première édition de cette étude, en 2023, au premier rang desquels le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères pour son soutien et son concours et l'ensemble des participants au comité de pilotage pour avoir assuré le suivi des travaux, apporté des conseils, suggéré des orientations, dont : Lionel FONTAGNÉ, professeur d'économie à la Paris School

*Une vision à 360° des échanges économiques de la France - mars 2024*

of Economics et conseiller auprès de la direction de la coopération économique internationale de la Banque de France, et Vincent VICARD, adjoint au directeur du CEPPII, Dora TRIKI, professeur associé en International Business à l'École supérieure de commerce extérieur (ESCE).

Paris, mars 2024

## Sommaire

<b>Synthèse de l'étude</b> .....	<b>7</b>
<b>Introduction générale</b> .....	<b>13</b>
<b>I. Analyse dynamique et comparative de la balance des transactions courantes</b> .....	<b>15</b>
1.1. Composition et évolution de la balance des transactions courantes de la France.....	17
1.2. Comparaison avec les balances de transactions courantes d'autres pays .....	18
1.3. Comparaison avec les balances des transactions d'autres pays européens .....	20
<b>II. Échanges de biens : ralentissement de la croissance des flux commerciaux et dégradation du solde</b> .....	<b>23</b>
2.1 Evolution du commerce de la France dans les biens .....	23
2.2 Evolution du commerce des biens selon 3 familles, en valeur brute et en valeur ajoutée 25	
2.3 Evolution de la part des exportations françaises de biens dans les exportations mondiales (en valeur brute et en valeur ajoutée).....	27
2.4 Evolution de la part des exportations françaises de biens selon les régions de destination (en valeur ajoutée).....	29
2.5 Evolution de l'intensité à l'exportation de la France et du taux de pénétration des produits étrangers sur le marché français.....	30
2.6 La tendance à la spécialisation française au sein des échanges de biens .....	31
2.7 La moindre performance des petites entreprises exportatrices de biens en France.....	33
2.8 La tendance à la diversification française dans ses importations.....	35
<b>III. La forte croissance des échanges de services de la France</b> .....	<b>37</b>
3.1 Définition du commerce des services et sa mesure dans les sources statistiques .....	37
3.2 Le commerce de services de la France se développe plus vite que celui des biens .....	38
3.3 Les échanges de services de la France se développent plus vite que ceux des pays européens de référence à l'exception du Royaume-Uni .....	38
3.4 Une valeur ajoutée exportée plus forte dans les services que dans les biens.....	39
3.5 Evolution des différents types de services dans la balance des services .....	41
3.6 Évolutions des parts de marché à l'exportation de services.....	43
3.7 Une différence avec le commerce de biens : l'importance des petites et moyennes entreprises dans le commerce de services .....	45
3.8 Le mode 4 des échanges de services.....	46

**IV. L'implantation des entreprises françaises à l'étranger et des entreprises étrangères en France .....49**

4.1 L'accélération marquée des implantations françaises à l'étranger.....	50
4.1.1 Quelques chiffres clés (emplois, nombre de filiales, chiffres d'affaires).....	50
4.1.2 Comparaison du recours aux implantations à l'étranger par rapport aux pays de référence (Allemagne, Espagne, Italie).....	51
4.1.3 Observation de la dynamique de développement selon les secteurs.....	54
4.1.4 La structure de l'offre française globale : chiffre d'affaires des filiales à l'étranger et exportations .....	60
4.1.5 Part de marché élargie (Made by) .....	63
4.1.5.1 Les parts de marché du Made in, Made out et Made by dans la manufacture ...	65
4.1.5.2 Les parts Made in, Made out et Made by dans les services.....	68
4.2 Les implantations des entreprises étrangères en France .....	71
4.2.1 Principales données chiffrées (emplois, valeur ajoutée et chiffre d'affaires).....	71
4.2.2 Comparaison avec les pays de référence (Allemagne, Espagne, Italie) .....	72
4.2.3 Quels sont les secteurs d'activité des entreprises étrangères en France ?.....	74
4.2.4 Comparaison des implantations entre services et industrie manufacturière, selon les pays européens.....	75
4.3 Le rôle du commerce intra-groupe.....	76

**V. Les facteurs explicatifs des échanges extérieurs de la France .....79**

5.1 Présentation des différents modèles d'analyse.....	79
5.2 Analyse du cas français à la lumière du modèle dit "de gravité".....	82
5.2.1 Présentation théorique du modèle.....	82
5.2.2 Les facteurs explicatifs du commerce de biens et de services.....	84
5.2.2.1 Les facteurs permettant d'éclairer les exportations françaises de biens.....	84
5.2.2.2 Les facteurs permettant d'éclairer les importations françaises de biens manufacturés.....	89
5.2.3 Les facteurs candidats à l'explication du commerce des services.....	90
5.3 Effet de change et coût du travail : une vision alternative.....	91
5.4 Une mesure indirecte de la compétitivité de la France dans les biens et les services.....	93
5.4.1 Méthodologie .....	93
5.4.2 Résultats.....	94
5.5 Les facteurs candidats à l'explication des évolutions de la compétitivité française.....	95
5.5.1 Analyse théorique de la littérature académique .....	95
5.5.2 L'impact des impôts de production .....	96
5.5.3 Tentative d'explication par l'approche sectorielle.....	97
5.6 Multinationales : implantation à l'étranger versus exportation depuis la France.....	101



<i>Une vision à 360° des échanges économiques de la France - mars 2024</i>	
5.6.1 Présentation de la problématique .....	101
5.6.2 Présentation de la méthodologie .....	102
5.6.3 Présentation des résultats pour l'internationalisation des entreprises du secteur des biens manufacturés.....	104
5.6.4 Présentation des résultats pour l'internationalisation des entreprises de services	106
5.7 Spécialisation dans les services et implantation à l'étranger.....	107
5.7.1 Méthodologie .....	109
5.7.2 Résultats.....	109
5.8 Retour sur la balance des paiements.....	111
<b>VI. Conclusions et implications en termes de politique économique.....</b>	<b>115</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>123</b>
<b>Annexes .....</b>	<b>127</b>

## Synthèse de l'étude

Cette étude apporte pour la première fois une lecture très large des échanges de la France avec le reste du monde et de sa place dans les chaînes de valeur mondiales. Elle s'appuie pour ce faire sur un large spectre de données relatives aux échanges de la France comprenant les échanges de biens et de services, mais aussi les implantations à l'étranger. Une comparaison est faite systématiquement avec 4 grands pays européens de référence (Allemagne, Espagne, Italie, Royaume-Uni), et, à chaque fois que les données le permettent, avec d'autres grands pays à niveau de développement comparable tels que les États-Unis ou le Japon, les pays de l'OCDE, etc.

### 1. Résumé des sujets couverts

L'étude analyse d'abord les composantes de la **balance des paiements**. La France a été le seul pays parmi les 5 grands pays européens analysés à accuser un déficit de sa balance agrégée des biens et services depuis 2005. Si le solde des services s'est amélioré dans le temps, il n'est pas suffisant pour compenser le déficit toujours plus élevé dans les biens. Ce sont les excédents des revenus primaires (revenus et dividendes tirés du travail des citoyens et entreprises français à l'étranger) qui viennent combler ce déficit résiduel et ont permis à la balance courante de la France hors revenus secondaires, que nous appelons balance courante d'activité, d'avoir été à l'équilibre jusqu'en 2020. Depuis, cette balance a cependant eu tendance à être déficitaire.

L'étude entre ensuite dans le détail des **flux commerciaux de biens**. La part du marché mondial de la France dans les biens manufacturés a été divisée par deux sur les vingt-cinq dernières années baissant ainsi de 6 à 3%. Cette perte est particulièrement observable sur le marché européen où la part de la France est passée de 9 à 5%. Par ailleurs, les exportations françaises dans le domaine manufacturier semblent se concentrer sur un nombre de plus en plus réduit de produits au fil du temps ; la France semble donc se spécialiser dans un nombre limité de produits.

Cette spécialisation au sein des biens bénéficierait essentiellement à nos plus grandes entreprises (ETI et grands groupes ; + de 250 salariés) qui continuent de représenter à elles seules près de 85% des exportations françaises vers le monde, proportion comparable avec l'Allemagne. Les petites et moyennes entreprises industrielles françaises contribuent en revanche peu aux exportations en comparaison de leurs homologues espagnoles et surtout italiennes, ces dernières apparaissant beaucoup plus dynamiques à l'exportation aussi bien de manière agrégée qu'à l'échelle de leur performance moyenne individuelle.

En parallèle, les importations françaises de biens sont plus dynamiques que les exportations sur la période 2005-2020 ; de surcroît, elles semblent plus diversifiées que celles des autres pays européens. Mais les importations ne doivent pas cependant être considérées comme étant mauvaises pour un pays. En effet, la croissance des importations de biens dans la demande nationale peut ainsi révéler un gain de bien-être pour ce pays, grâce au gain en pouvoir d'achat procuré par des approvisionnements à moindre prix mais aussi via l'accès à des innovations qui ne sont pas proposées par la production nationale.

Dans un troisième temps, l'étude analyse les **flux de services et leur évolution** par rapport à ceux des biens de 2000 à 2020. Il ressort que les échanges ont été multipliés par 3 en 20 ans, à tel point que la valeur des exportations de services a atteint la moitié de celle des biens

depuis 2016. En comparaison avec les autres pays de référence de l'Union européenne, la France a un développement plus important du commerce de services, à l'exception du Royaume-Uni qui s'est fortement spécialisé dans ce type d'échanges.

L'étude met par ailleurs en évidence que la valeur ajoutée contenue dans les services exportés est plus élevée que celle contenue dans les biens ; de plus, cette valeur ajoutée a reculé plus faiblement que celle des biens sur la période observée. Les services apparaissent donc comme un levier pour exporter davantage de valeur ajoutée française ; ils représentent désormais près de 40% de la valeur ajoutée exportée par le pays, alors qu'ils ne constituent que 34% de ses exportations en valeur.

Si l'on analyse notre commerce des services par catégorie, on s'aperçoit qu'entre 2000 et 2020, la croissance des exportations et importations de services provient principalement d'un groupe appelé "Autres services", dont la valeur a été multipliée par 4. Les statistiques sont généralement ventilées en 3 catégories : le transport international, les voyages et les "Autres services", ces derniers se divisant en sept sous-catégories : services liés aux biens, services de construction, services financiers, assurances et pensions, frais de propriété intellectuelle, services de télécommunications et d'information, services de conseil et de R&D et services non alloués.

L'exportation de services ne se limite donc pas au tourisme, qui ne représente que 20% de ces flux.

Malgré ce fort développement des services exportés par la France et l'Allemagne, ces deux pays ont vu leurs part du marché mondial se détériorer légèrement dans ce domaine, tout comme les autres pays européens étudiés. Cette baisse vient de la forte insertion des pays émergents dans le marché mondial des services. Une statistique montre en effet que les services exportés par les pays de l'OCDE étaient près de 4 fois plus élevés que ceux du reste du monde au début des années 2000. En 2020 on n'observait un facteur 2,5.

Toutefois, nos petites et moyennes entreprises de services sont nettement plus dynamiques à l'exportation que nos PME de l'industrie manufacturière, ce qui semble indiquer qu'à l'exportation le profil entrepreneurial des PME de services est différent des PME industrielles.

Dans un quatrième temps, l'étude s'attache à décrire le développement **important des filiales françaises à l'étranger** entre 2010 et 2019. Dans ce domaine, la croissance est en effet spectaculaire : hausse du nombre de filiales de 50% pour atteindre 49 280, hausse du chiffre d'affaires global de 42% pour atteindre 1 785,82 milliards d'€, et hausse des effectifs de 2,06 millions pour atteindre 6,98 millions d'employés.

Ce développement a été observé dans la plupart des régions du monde ; la France a le parc d'activités le plus important en nombre de filiales et d'emplois à l'étranger comparativement à l'Allemagne, l'Espagne et l'Italie. Sur le critère du chiffre d'affaires réalisé à l'étranger, seule l'Allemagne fait mieux avec un chiffre d'affaires qui est 44% plus élevé que celui des filiales françaises à l'étranger, ceci étant lié à l'importance de ses implantations dans la distribution/réparations qui tendent à générer beaucoup de chiffres d'affaires par employé.

Par ailleurs, l'étude montre que le développement des filiales françaises à l'étranger opérant dans les services a été plus dynamique que celui des filiales industrielles. Parmi ces dernières,

celles des secteurs transport/automobile et chimie/pharmacie ont été les seules à afficher un rythme important de développement sur 10 ans.

Les filiales françaises à l'étranger sont bien plus diversifiées que les filiales allemandes : les trois quarts des emplois et la moitié du chiffre d'affaires de nos filiales sont relatifs à des activités comme l'informatique et les télécoms, la finance et l'assurance, les activités de soutien administratif/services clients aux entreprises et enfin le secteur du conseil professionnel, scientifique et technique. Alors que le chiffre d'affaires par employé entre filiales françaises et allemandes est assez similaire pour le secteur manufacturier, il semble très différent dans les services, à cause de la spécialisation des filiales allemandes dans deux secteurs (commerce/réparation d'une part et finance d'autre part). Dans ces secteurs qui couvrent à eux seuls les deux tiers de l'emploi et du chiffre d'affaires des filiales allemandes, leur chiffre d'affaires par employé est très élevé.

L'étude montre ensuite, et pour la première fois, l'importance de prendre en compte les ventes des filiales à l'étranger des entreprises françaises pour évaluer leur part du marché mondial. En effet, l'activité des implantations à l'étranger des entreprises françaises représente plus de 1700 Mrds d'€ de chiffre d'affaires en 2019 ce qui en fait un pilier essentiel de l'économie française, aux côtés de l'exportation (759 Mrds d'€ de chiffre d'affaires). Même s'il faut tenir compte de la valeur ajoutée contenue dans la production à l'étranger et la comparer à celle contenue dans les chiffres de l'exportation, il n'en reste pas moins que ces ordres de grandeur montrent qu'une évaluation complète de la part de marché des entreprises françaises doit dépasser le simple périmètre de l'exportation de biens et services (part du *Made in France*) pour inclure également les ventes des filiales à l'étranger.

Nous examinons la part de marché de la France dans le monde en distinguant les exportations (*Made in France* ou *Made in*) et l'activité des filiales à l'étranger (*Made out of France*, ou *Made out*), puis en combinant ces deux éléments (*Made by France*, ou *Made by*) et en comparant au *Made by* des autres pays. Dans le secteur manufacturier, la part de marché élargie (*Made by*) de la France est souvent plus élevée que sa part de marché liée à l'exportation (*Made in*). En 2019, la part de marché du *Made by France* était de 4,2%, tandis que celle du *Made in France* était de 3,5%. Dans les services aux entreprises, la part de marché élargie de la France a atteint près de 5,8% du marché mondial, comparée à environ 4,2% pour sa part à l'exportation en 2019.

Ce résultat montrant une part du *Made by* plus forte que la part du *Made in* pour la France se retrouve aussi quand les mesures de part de marchés sont exprimées en contenu de valeur ajoutée en lieu et place des données en valeurs brutes.

Enfin, comparativement à d'autres pays européens, les entreprises françaises s'appuient davantage sur leurs implantations à l'étranger pour servir les marchés étrangers. Par exemple, la part du *Made by* de la France dans l'industrie manufacturière est supérieure à celle de l'exportation (*Made in*), tandis que c'est l'inverse pour l'Allemagne. Cette tendance montre que les entreprises françaises ont une présence plus significative sur le marché mondial grâce à leurs implantations à l'étranger ; même si la prédominance de la part de l'Allemagne subsiste aussi bien sur le marché des biens que sur le marché des services.

## **2. Les enseignements issus de l'étude**

Nous avons cherché à **savoir si la France était plus ou moins compétitive sur les marchés mondiaux de biens et de services que ses concurrents (comparables en termes de développement et de technologie) et si elle répondait plus ou moins bien à l'augmentation de la demande étrangère**. Un modèle économétrique a été utilisé pour mesurer l'impact de différents facteurs sur les exportations, certains étant observables et d'autres pouvant être contrôlés par des techniques poussées. Les résultats montrent que la France réagit à un choc porté sur son offre ou sur la demande de ses pays partenaires de manière similaire à 6 autres pays de référence (Allemagne, Italie, Espagne, Grande Bretagne, Etats Unis et Japon), voire même un peu mieux. Cela va à l'encontre de l'idée selon laquelle l'appareil productif français serait inadapté ou peu réactif à la demande mondiale qui lui est adressée.

Nous avons également estimé l'évolution de la compétitivité de la France par rapport aux 6 pays de référence. Ne disposant pas de mesures détaillées des coûts de production et de la qualité des biens et des services produits par les entreprises des pays de référence, une méthode alternative a été mobilisée qui permet d'inférer une mesure d'estimation de la compétitivité prix-qualité de la France à partir des performances commerciales observées. Les résultats obtenus pour le secteur des biens manufacturés montrent que la France semble avoir perdu de 15 à 20% de compétitivité par rapport aux autres pays de référence sur la période 2000-2020. On observe toutefois une inflexion en 2013, et le niveau de compétitivité se maintient de 2014 à 2019. En revanche, dans le secteur des services, la France a fortement gagné en compétitivité par rapport à ses partenaires entre 2004 et 2019, l'indice de compétitivité étant multiplié par près de 3,5 sur la période.

L'étude passe ensuite en revue différents facteurs avancés par la littérature pour expliquer la perte de compétitivité de la France observée dans le secteur manufacturier. Elle écarte l'explication par le taux de change ou le coût du travail, qui s'avèrent l'un comme l'autre avoir un impact limité sur le volume des exportations ; en revanche la hausse du coût du travail a un impact plus fort sur la hausse des importations.

L'étude pointe pour la première fois sur un fait non documenté : la faible compétitivité se situe essentiellement dans trois catégories de produits qui expliquent l'essentiel du déficit commercial de la France : les biens intermédiaires pour usage industriel, les biens d'équipements industriels et les véhicules de transport. Dans ces trois secteurs, les déficits commerciaux se concentrent sur un groupe spécifique de pays partenaires : ceux de l'Eurozone.

L'étude avance également une nouvelle piste d'explication du déficit commercial : les difficultés de recrutement dans l'industrie, et en particulier dans ces trois secteurs. En effet, la rareté d'une main-d'œuvre spécialisée dans certains métiers spécifiques constitue un goulot d'étranglement pour ces trois secteurs. L'examen du nombre de projets de recrutement par catégorie de métiers envisagés dans ces trois secteurs en 2013 et 2022 révèle que 86 % des recrutements difficiles sont dus à la difficulté de trouver une main-d'œuvre adéquate. Ainsi, ces trois secteurs ne souffriraient pas de déficits commerciaux massifs parce que l'offre française n'est pas compétitive, mais parce qu'il est plus aisé d'importer ces produits de l'étranger, et en particulier de l'Eurozone.

L'étude s'attache ensuite, dans une deuxième partie de la dernière section, à analyser **l'arbitrage que les entreprises françaises opèrent entre exportation et implantation à l'étranger**. L'objectif est alors de savoir si les entreprises françaises réagissent de la même manière que leurs homologues des autres pays, en analysant leur comportement en fonction de la taille et de l'éloignement géographique du marché à servir.

Les résultats montrent que les entreprises françaises du secteur manufacturier sont davantage susceptibles de réagir à la taille du marché étranger que leurs homologues des autres pays. En particulier, leur tendance à s'implanter plutôt qu'à exporter des biens est de 66% supérieures aux pays de référence, quand la taille du marché à servir s'accroît. Il ressort également que dans les services, pour servir les marchés éloignés géographiquement (Amérique du Nord ou Asie par exemple) les entreprises françaises ont tendance à s'y implanter plutôt qu'à y exporter, et ce dans une plus grande mesure que les autres pays de référence. L'implantation à l'étranger semble donc être un mode d'internationalisation particulièrement apprécié par les entreprises françaises, au détriment de l'exportation, et ce bien davantage que leurs homologues européennes.

Dans un troisième temps, l'étude examine **le lien entre la spécialisation de la France dans les services et l'insertion dans les chaînes de valeur mondiales** (via l'implantation à l'étranger) au cours des dernières années. Les entreprises insérées dans une chaîne de valeur mondiale s'engagent dans la production d'un élément de cette chaîne dans un lieu donné en fonction de l'avantage qu'il procure. Il est ainsi possible que les pays disposant d'un avantage comparatif dans la production de certains maillons de la chaîne se spécialisent sur ceux-ci en laissant le soin aux pays partenaires de se spécialiser dans d'autres secteurs de production. Dans ce contexte, la France semble se spécialiser dans les services puisque la part de ses exportations totales a augmenté de plus de 25% en 8 ans.

Ce phénomène conduirait à une double réallocation des ressources disponibles pour la production : une réallocation interne des ressources en France depuis le secteur manufacturier vers les services, et une réallocation internationale des ressources entre la France et les pays partenaires. Une façon de tester cette hypothèse est de voir si la spécialisation dans les services est associée à un désinvestissement dans la manufacture en France ou, de manière équivalente, si elle produit une concentration de la production de services en France au détriment des biens, réduisant ainsi l'activité de services des filiales françaises à l'étranger au profit des biens.

Un modèle économétrique a été utilisé pour estimer la relation entre la spécialisation dans les services exportables à distance dans les pays de référence et la part des ventes dans les services vis-à-vis des biens produits par les filiales de ces pays à l'étranger. Pour résumer, la France est plus active dans les services exportables à distance que dans les biens depuis quelques années, probablement parce qu'elle détient des ressources et un savoir-faire qui lui permettent d'avoir un avantage comparatif dans ces services par rapport au reste du monde.

L'économétrie montre que les entreprises françaises capitalisent ce savoir-faire dans les services, en développant des implantations de production de services principalement hors espace européen. Mais l'avantage de produire des services en France fait de cette dernière une plateforme de production pour servir l'espace européen essentiellement par l'exportation plutôt que par l'implantation d'entreprises de services dans cet espace.

En parallèle, nos résultats suggèrent aussi que les filiales françaises installées en Europe se concentrent dans le secteur manufacturier ; ce résultat résonne avec celui du déficit de la balance commerciale en biens pour la France, essentiellement observé vis-à-vis de l'espace européen depuis les années 2000.

En clair, une spécialisation entre pays pourrait être en cours au sein de l'espace européen et elle procurerait à la France une spécialisation dans les services ; cette spécialisation ne serait pas le résultat d'un désinvestissement dans l'activité manufacturière mais reposerait sur de véritables avantages compétitifs dans les services.

### **3. Les recommandations**

En conclusion, le rapport avance **quelques propositions de politique économique**. La tendance à la spécialisation de la France dans les services ne va probablement pas s'inverser à court ou moyen terme, et cette activité mérite d'être soutenue au même titre que l'exportation de biens.

Des actions simples peuvent être mises en œuvre pour soutenir l'exportation de biens, au premier rang desquels encourager les formations pour les métiers de l'industrie lourde et/ou relatifs aux équipementiers si l'on veut conserver l'industrie manufacturière française. L'accès au foncier, ressource importante pour les entreprises industrielles, doit être amélioré. Et réduire les impôts de production peut avoir un impact, notamment dans les secteurs à chaîne de valeur très fractionnée.

Des mesures d'accompagnement ciblées peuvent aider les PME à l'exportation, toutefois l'essentiel des flux d'exportations étant réalisés par les grandes entreprises françaises, il est surtout important d'encourager à la fois le maintien en France de leurs usines (pour y maintenir leurs exportations) et de leurs sièges sociaux (pour maintenir les flux de revenus primaires engendrés par les dividendes). Sans compter que les multinationales peuvent, sous certaines conditions, avoir un effet d'entraînement sur le reste des entreprises françaises dans la filière où elles opèrent.

La France dispose d'un avantage compétitif indéniable dans les services, notamment dans les services BtoB ; il faut ainsi acter que notre pays est mieux doté et semble bien former ses travailleurs dans ce secteur. Les entreprises de services sont moins affectées par les chocs d'offre mondiaux ou européens, et les PME de services sont plus performantes à l'exportation que leurs homologues dans les biens ; enfin, la production et l'exportation de services sont moins énergivores, ce qui peut aider la France à respecter ses engagements environnementaux. Pour toutes ces raisons un travail devrait être mené pour réellement dynamiser davantage les exportations de services ; ces dernières étant longtemps restées sous les radars il y a beaucoup à faire dans ce domaine.

Nous relevons enfin que la France est un acteur important dans la course aux brevets, et ce en particulier dans les domaines de la communication digitale et des services informatiques. Dans les années récentes, les dépenses de recherche et développement dans les services ont représenté près de 45% du total des dépenses en R&D en France, et doivent continuer à être soutenues par les pouvoirs publics.

## La Fabrique de l'Exportation

Fondée en 2012, la Fabrique de l'Exportation est le principal think tank français travaillant sur les sujets liés au commerce international, à la pratique du développement international dans les entreprises et à la performance des écosystèmes exportateurs.

Le think tank a pour ambition d'alimenter le débat public sur le commerce international, l'internationalisation des entreprises et la performance de l'écosystème exportateur français, d'en analyser les transformations, de faire progresser la recherche dans ces domaines, de lister les bonnes pratiques et à apporter des recommandations à destination des entreprises et des décideurs politiques et institutionnels, de contribuer au partage de connaissances entre les entreprises, les experts de leur accompagnement à l'international et les enseignants-chercheurs.



think tank

**La Fabrique  
de l'Exportation**

et de l'internationalisation des entreprises

[www.fabrique-exportation.fr](http://www.fabrique-exportation.fr)



Contact : [delegue-general@fabrique-exportation.fr](mailto:delegue-general@fabrique-exportation.fr)



On mesure souvent l'engagement de la France dans le commerce mondial à l'aune de ses échanges de biens, déficitaires depuis vingt ans. L'importance et la récurrence de ces déficits conduit même certains à douter de l'utilité de rester connecté aux échanges internationaux.

Or il existe deux autres formes d'échanges internationaux dans lesquels la France est très performante: les échanges commerciaux de services et les implantations d'entreprises à l'étranger. A tel point que depuis 2000 années, la balance des comptes courants d'activité de notre pays (balance des biens + balances des services + balances des revenus primaires) a le plus souvent été positive, avec un solde cumulé sur 23 ans de plus de 800 Mrds EUR. On peut donc dire que la France s'est donc enrichie grâce à ses échanges économiques avec l'étranger.

**UNE VISION A 360 DEGRES DES ÉCHANGES ECONOMIQUES DE LA FRANCE, EDITION 2024** est une étude réalisée par Daniel Mirza pour le compte de la Fabrique de l'Exportation. Elle s'appuie sur une large variété de données (Douanes, Banque de France, OCDE, Cepii, OMC, Pole Emploi, etc.) ; elle tord le cou à un certain nombre d'idées reçues et met en évidence des éclairages nouveaux sur les échanges de la France avec le reste du monde.

Elle montre notamment à quel point les exportations de services vont bien au-delà des seuls revenus touristiques, et elle évalue le poids et la valeur ajoutée qu'elles génèrent ; elle mesure l'importance de l'activité des filiales des entreprises françaises à l'étranger et de leurs 7M de salariés, et les revenus qui en découlent pour notre pays ; elle revisite la notion de « part de marché mondiale de la France » en additionnant la production sur le sol français (le "Made in France") et la production des entreprises françaises hors de France (le "Made out of France") pour établir le poids du « Made by France » sur le marché mondial.

---

**Daniel Mirza** est titulaire d'un Doctorat de l'Université de Paris I. Il est Professeur à l'Université de Tours, co-directeur de l'équipe Economie Internationale et développement durable du Laboratoire d'Economie d'Orléans, chercheur associé au CEPii et au CEPREMAP Association. Il est spécialiste des questions de commerce international de biens et de services, ainsi que sur les questions de globalisation et de conflits, avec un grand nombre de publications dans différentes revues scientifiques à comité de lecture. Il a été consultant et coordinateur scientifique de plusieurs projets liés au commerce international pour le compte de différents ministères et organisations internationales telles que l'OCDE, la Banque Mondiale ou la commission européenne

*Fondée en 2012, La Fabrique de l'Exportation est un laboratoire d'idées sur les sujets de commerce international et d'internationalisation des entreprises réunissant dirigeants, experts de l'accompagnement à l'export et enseignants-chercheurs en « International Business ».*  
<https://www.fabrique-exportation.fr/>