

## ***Commerce extérieur. La France doit-elle s'inspirer de l'exemple allemand ?***

**TIMO DIEGMÜLLER ET BENOÎT ROUSSEL\***

Depuis le début des années 2000, les balances commerciales de la France et de l'Allemagne connaissent des évolutions diamétralement opposées. Alors qu'elle présentait un solde excédentaire dans les années 1990, la France a connu depuis 2004 quatre années consécutives de déficit commercial, qui plus est ne cesse d'augmenter. L'année 2008 devrait en constituer une cinquième et établir un nouveau déficit record aux alentours de 55 milliards d'euros, contre 39 milliards en 2007. À l'opposé, l'Allemagne est passée d'une situation déficitaire dans les années 1990 à des excédents records depuis le début de la décennie (194 milliards d'euros en 2007) et se targue fièrement d'être le « champion du monde des exportations ». Les deux économies évoluent pourtant dans des conditions internationales similaires, avec la même monnaie et les mêmes problématiques de renchérissement des coûts des matières premières.

Quelles sont les causes de ces performances opposées ? Alors que le débat sur le déficit commercial grandit dans la sphère politique française, l'Allemagne peut-elle servir de modèle à son premier partenaire économique ? Certes, le déficit extérieur français reste limité en comparaison de celui de pays comme le Royaume-Uni (134 milliards d'euros), l'Espagne (99 milliards d'euros) ou bien les États-Unis (624 milliards d'euros) et un déficit commercial ne constitue pas nécessairement un signe de mauvaise santé économique. Mais il convient néanmoins d'éviter un déficit commercial structurel qui reviendrait à vivre à crédit, une situation dont les dangers se sont récemment révélés aux yeux du monde avec la crise financière. La France doit donc se poser la question des causes de son déficit commercial et des moyens de le résoudre.

Une première explication de l'écart de performances entre la France et l'Allemagne en termes de balance commerciale est fournie par leurs différences de spécialisation sectorielle et de structures industrielles. La France exporte avant tout des produits issus de l'industrie agroalimentaire, de l'aéronautique et du luxe, tandis que l'Allemagne se distingue par sa spécialisation dans les biens d'équipement à plus forte valeur ajoutée dans des secteurs comme l'électrotechnique, la mécanique de précision, le travail des métaux, l'automobile ou la chimie, lesquels bénéficient d'une demande internationale particulièrement forte dans le contexte de décollage économique des pays d'Asie. La grande majorité de ces exportations sont réalisées par un tissu industriel de PME très bien intégrées dans les flux de production internationaux grâce à leur propension à innover et à occuper des niches industrielles précises.

---

\* Timo Diegmüller est docteur en sciences de gestion et responsable du département Enterprise Risk Management chez EADS Munich.  
Benoît Roussel est administrateur au sein de la direction générale Emploi, Affaires sociales et Égalité des chances de la Commission européenne.

Ainsi, 25 % des entreprises de 20 à 99 salariés réalisent un tiers de leur chiffre d'affaires à l'étranger, et on estime que le nombre de brevets déposés par l'Allemagne est deux fois supérieur à celui de la France (77 par million d'habitants et par an contre 38 pour l'année 2005). À l'opposé de la puissance exportatrice du *Mittelstand* allemand, moins de 5 % des entreprises françaises sont actives à l'exportation. Le dynamisme reste l'apanage de quelques grands groupes de plus de 250 salariés, tandis que les petites et moyennes entreprises (PME) sont souvent moins grandes, moins capitalisées et par conséquent plus vulnérables en cas d'échec professionnel que leurs homologues allemandes. Elles sont davantage positionnées dans les secteurs de haut de gamme (mode, parfumerie, cristallerie) ou à forte dimension identitaire. Ainsi, face à des concurrents produisant des produits en grande quantité et à faible prix, la majorité des PME exportatrices françaises ont fait le choix d'une offre exigeante en savoir-faire et en qualité au détriment de la compétitivité-prix.

C'est justement cette compétitivité-prix qui constitue le deuxième élément d'explication des différences de solde commercial entre la France et l'Allemagne. Depuis le début des années 2000, l'Allemagne s'est engagée dans une politique de modération (et, depuis 2004, même de réduction) des coûts salariaux, qui a induit une amélioration de sa compétitivité à l'international mais aussi, en contrepartie, une réduction de la demande intérieure. En particulier, la hausse de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) combinée à une baisse des charges sociales a conduit à établir une sorte de taxe sur les importations, tout en abaissant le coût de production pour les exportateurs. Les partenaires européens de l'Allemagne sont directement et doublement touchés par cette stratégie de « désinflation compétitive », puisqu'ils subissent à la fois une concurrence accrue dans les pays tiers et une réduction de leurs exportations vers l'Allemagne. Cet effet concerne tout particulièrement la France, dont le principal partenaire commercial reste l'Allemagne : toute baisse de la demande intérieure outre-Rhin se traduit pour la France par une contraction de ses volumes exportés. Si elle veut réagir à cette politique de désinflation compétitive, la France semble donc faire face à une alternative : soit s'aligner sur la réduction des coûts salariaux, soit rechercher une coordination au niveau européen afin d'éviter une « course aux bas salaires » entre les différents pays. Quelle option choisir ?

Ni l'une ni l'autre. On ne saurait conseiller à la France de prendre la réduction des coûts salariaux à l'allemande pour exemple. Il s'agit en effet d'un choix de modèle économique et, plus largement, de modèle de société dont les bénéfices sont loin d'être évidents : tout d'abord parce que les effets de l'augmentation des exportations pour la croissance sont largement contrecarrés par la chute de la consommation intérieure ; ensuite parce qu'une telle dépendance à l'égard de la demande extérieure expose considérablement l'économie du pays à des chocs sur lesquels les politiques publiques nationales n'ont pas de prise, comme le montre la crise actuelle (la chute des exportations allemandes devrait entraîner une récession bien plus profonde que dans la plupart des autres pays européens) ; enfin parce que ce n'est pas une stratégie viable à long terme, puisqu'elle ne permet pas de sécuriser de position solide sur les marchés mondiaux (où l'option de la compétitivité-prix est illusoire), tout en entraînant des effets sociaux néfastes (la majorité de la population ne pouvant de fait profiter de la croissance).

Cependant, réfuter la stratégie de la « désinflation compétitive » ne revient pas à prêcher une coordination européenne sur les salaires qui permettrait de l'empêcher ; d'une part, une telle coordination apparaît comme très difficile à réaliser dans le contexte européen actuel, caractérisé par des disparités économiques toujours importantes ainsi que par des conceptions particulièrement divergentes du salaire minimum, notamment entre la France et l'Allemagne ; d'autre part, il n'est pas certain qu'elle soit réellement nécessaire à l'heure où la population allemande semble prendre conscience des limites de la modération salariale et réclame de plus en plus ouvertement de récolter les fruits des efforts passés, comme en témoignent les augmentations salariales non négligeables obtenues par les syndicats en 2008.

Pour renforcer durablement leurs positions dans le commerce international, la France et l'Allemagne doivent donc adopter non pas une approche statique jouant prioritairement sur les coûts, mais plutôt une approche dynamique mettant l'accent sur la productivité, la qualité des produits et la technologie. Le mot clé d'une telle stratégie est bien entendu « innovation » et c'est de ce point de vue-là que la France devrait étudier les forces du modèle allemand :

– La France pourrait tout d'abord s'inspirer de la politique allemande de soutien aux PME, constituée d'une large panoplie d'instruments allant de la mise à disposition de capital-risque pour la création d'entreprise aux aides aux transferts de technologies (notamment par l'initiative « Fit für den Wissenswettbewerb » [En forme pour la concurrence des savoirs] lancée en 2005), en passant par des mesures d'accompagnement comme la formation et le conseil en management.

– Elle devrait également mettre l'accent sur l'amélioration de son système de formation professionnelle, dont la qualité joue probablement un rôle déterminant dans la capacité des PME allemandes à transformer les travaux de recherche et développement (R&D) en innovations concrètes.

– De son côté, l'Allemagne devrait prendre conscience des risques liés à sa grande dépendance économique extérieure et réfléchir aux moyens de soutenir la consommation intérieure et ainsi de rééquilibrer sa croissance. De ce point de vue, il conviendrait de poursuivre la discussion engagée en 2008 sur la réduction des inégalités sociales, concernant notamment le salaire minimum.

– Enfin, les deux pays devraient renforcer leurs efforts dans le domaine de la R&D en vue d'atteindre l'objectif européen de 3 % du produit intérieur brut (PIB) – la France se situant actuellement autour de 2,2 % et l'Allemagne, autour de 2,6 % – et plus largement dans le domaine de l'éducation et de l'économie de la connaissance. Dans cette optique, le gouvernement fédéral et les länder se sont dotés en octobre 2008 d'une « initiative en faveur des compétences » (Qualifizierungsinitiative für Deutschland) fixant des objectifs communs ambitieux, comme par exemple consacrer 10 % du PIB à l'éducation et à la recherche d'ici 2015. La définition d'une telle stratégie politique à moyen terme est un exemple que la France pourrait suivre.