



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

entreprises

Question écrite n° 86801

Texte de la question

M. Francis Saint-Léger appelle l'attention de Mme la ministre déléguée au commerce extérieur sur la position des entreprises françaises à l'étranger. Il désire connaître les mesures qu'elle entend prendre afin de conforter notre place dans l'économie mondiale.

Texte de la réponse

Après un gain de 5,8 % en 2004, les exportations françaises ont progressé en valeur de 4,1 % en 2005 : en termes géographiques, nos ventes sont restées peu dynamiques dans l'Union européenne à 25 (+ 2,6 % en 2005), notamment vers l'Allemagne (+ 1,0 %) et le Royaume-Uni (- 1,3 %) - à l'exception notable des nouveaux États membres (+ 9,2 %). Mais elles ont été soutenues vers les zones tierces, hors Proche et Moyen Orient : Asie (+ 15,9 %), États-Unis (+ 8,3 %), Afrique (+ 10,8 %) et Amérique latine (+ 11,6 %) ; en termes sectoriels, les performances de nos exportations ont été variables selon les secteurs : dynamiques dans les secteurs des biens d'équipement (+ 6,2 % en 2005) et des biens de consommation (+ 6 %), elles ont été modestes dans les secteurs des biens intermédiaires (+ 3,8 %) et des produits agroalimentaires (+ 1,9 %), et ont reculé dans l'industrie automobile (- 2,9 %). La hausse de nos ventes a toutefois été sensiblement inférieure à la croissance de nos importations (+ 9,3 %). Partant, le déficit commercial de la France s'est creusé à - 23,4 MdsEUR en 2005, contre - 5,0 Mds en 2004. Cette évolution est en partie imputable à l'inflation des prix des matières premières : l'alourdissement de la facture énergétique (38 MdsEUR en 2005) explique près de la moitié du creusement du solde commercial. Elle tient également à l'appréciation passée de l'euro et à l'orientation géographique de nos échanges, qui ne nous permet pas de tirer totalement parti de la forte croissance du commerce mondial. 23 MdsEUR en valeur absolue : ce montant est un record historique, supérieur aux pics de 1982 (16 Mds) et de 1990 (12 Mds). Toutefois, nos échanges étant aujourd'hui à leurs plus hauts, les déséquilibres sont « mécaniquement » plus élevés. De fait, rapporté à la taille de l'économie, le déficit commercial de la France représente 1,4 % du produit intérieur brut - ratio élevé, comme en 1990 (1,2 %), mais inférieur à son niveau de 1982 (2,9 %). Plus pertinent est l'indicateur de taux de couverture, qui rapporte les exportations aux importations : 94 % en 2005 contre 86 % en 1980-1982 - et 94 % en 1990. De fait, le déséquilibre de nos échanges est revenu, en proportion, à son niveau du début des années 1990. En tout état de cause, le taux de couverture des échanges français reste supérieur aux taux observés au Royaume-Uni (78 %), en Espagne (71 %), a fortiori aux États-Unis (55 %). L'orientation géographique de nos ventes est désavantageuse. Dominée à plus de 80 % par les marchés de proximité (Europe, Afrique, Proche et Moyen Orient), la structure de nos exportations ne nous permet pas de profiter à plein de la dynamique mondiale (Asie, Amérique). En particulier, si la faiblesse relative de notre présence sur les marchés émergents à forte croissance est en partie « normale », compte tenu de leur éloignement (géographique, historique et culturel), nos positions sont « anormalement » moins bonnes que l'Allemagne, et, surtout, la France perd du terrain par rapport à la zone euro, notamment en Asie. Le positionnement sectoriel de la France reste globalement favorable (les biens « en progression » dans les échanges mondiaux représentent 58 % de nos ventes), mais il l'est moins que par le passé (si ce ratio est aujourd'hui supérieur de 4 points à la moyenne mondiale, il était plus

élevé de 10 points en 1980) : de fait, l'avantage de la France, hors secteurs aéronautique et pharmaceutique, s'est globalement érodé dans la catégorie des produits les plus dynamiques (informatique, composants électroniques, fournitures électriques, habillement). Enfin, l'appareil exportateur français est insuffisamment développé. 108 000 entreprises ont exporté des marchandises en 2004, soit environ 4 % des entreprises implantées sur le territoire français (2,5 millions). Cette proportion masque des situations différenciées (de l'ordre de 70 % des entreprises de plus de 250 salariés sont exportatrices, dont 96 % dans le seul secteur industriel), mais la part d'exportateurs au sein des petites et moyennes entreprises est en tout état de cause plus faible en France qu'en Allemagne (11 %). Ces écarts sont largement dus aux différences des tissus micro-économiques : en France, les PME de taille intermédiaire (de 10 à 249 salariés) représentent 16 % de l'industrie manufacturière, contre 34 % en Allemagne. De fait, l'Allemagne dispose d'un actif stratégique : une proportion plus élevée de PME de taille suffisante pour conquérir des marchés lointains. Les services occupent une place majeure dans les économies développées : en 2004, ils ont assuré 76 % de la valeur ajoutée créée en France (contre 63 % en 1980) et 74 % de l'emploi total (66 % en 1980) - y compris services administrés (respectivement 22 et 27 % en 2004). Cette évolution s'est traduite par le recul relatif du poids de l'industrie manufacturière (16 % de la valeur ajoutée en 2004 contre 25 % en 1980) - corollaire notamment d'une inflation des prix plus rapide (la part de l'industrie en volume dans la valeur ajoutée est restée stable : 17 % en 2004 contre 18 % en 1980) - et de l'agriculture (5 % à 3 %). En 2005, les exportations françaises de services ont atteint plus de 92 MdsEUR. En 2004, sa part de marché mondiale était évaluée à 5, %, au 4^e rang des principaux exportateurs mondiaux (derrière les Etats-Unis, le Royaume-Uni et l'Allemagne). De fait, les services contribuent substantiellement aux échanges extérieurs de la France : ils représentent 26 % des exportations de biens. Le renforcement des positions françaises constitue une priorité : outre que les services sont un pôle fort de spécialisation française, l'échangeabilité croissante des services, la hausse tendancielle de la demande à mesure du développement économique mondial, enfin l'ouverture attendue des marchés émergents, offrent autant d'opportunités que la France devra saisir. Les exportations ne sont pas le seul véhicule de conquête des marchés : l'investissement, parce qu'il conjugue rapprochement de la demande finale et optimisation de la chaîne de valeur ajoutée, est désormais la modalité d'accès aux marchés la plus dynamique. Ainsi, selon les estimations de la Banque de France, le chiffre d'affaires réalisé par nos filiales à l'étranger était en 2001 du même ordre de grandeur que nos exportations de biens et services - alors qu'il était de 40 % inférieur en 1995. Une telle proportion est différenciée selon les pays et les secteurs : le chiffre d'affaires de nos filiales est trois fois supérieurs à nos exportations dans les secteurs des services ; il est 2,6 fois supérieur à nos exportations de biens et services aux États-Unis. L'arbitrage stratégique entre exportation et investissement ne doit pas être interprété comme une alternative exclusive : au niveau macro-économique, les estimations disponibles mettent en évidence un lien de complémentarité (en moyenne, les investissements à l'étranger génèrent des exportations, elles ne s'y substituent pas), de même que les investissements sont pourvoyeurs de ressources nouvelles, au titre des rapatriements de bénéfices (les dividendes ont généré près de 80 MdsEUR entre 1999 et 2005, contre un excédent cumulé des échanges de biens et services de 105 Mds). Selon les missions économiques, le nombre d'établissements affiliés à la France à l'étranger dépassait 28 000 3 entités en 2004 (+ 40 % depuis 2002), employant des effectifs supérieurs à 5,5 millions de salariés. Les pays développés constituent logiquement la principale zone d'implantation de nos entreprises (56 % des établissements français à l'étranger en 2004) : en particulier, les pays d'Europe occidentale concentrent plus de 40 % du nombre et des effectifs de nos implantations. Mais, fait notable, 44 % des établissements français à l'étranger sont localisés dans les pays en développement, dont 14 % en Asie, 11 % en Europe de l'Est et 10 % en Afrique. Par ordre décroissant, la Chine, la Pologne, le Maroc, le Brésil, l'Inde et la Russie se classent, selon le recensement des Missions économiques, parmi les quinze premiers marchés d'implantation des entreprises françaises. De fait, la proportion des implantations françaises établies dans les pays en développement (44 %) est très supérieure à la part que les pays en développement représentent dans nos investissements à l'étranger (9 % du stock d'investissements directs étrangers français fin 2003, dont 2 % en Asie, 2 % en Europe de l'Est, 1,5 % en Afrique). Un tel écart reflète pour partie le niveau de développement des marchés, la production dans les pays en développement étant plus intensive en main-d'oeuvre que dans les pays développés, la dotation en capital des entreprises (dont l'investissement direct étranger fournit une approximation grossière) y est plus faible. Ce contexte impose des efforts redoublés pour aider un plus grand nombre d'entreprises à exporter, particulièrement les PME. Le dispositif français d'aide à l'exportation est orienté en priorité vers l'aide aux PME, celles qui exportent déjà, mais plus encore les exportateurs occasionnels, les nouveaux exportateurs, les PME

ayant un potentiel à l'export mais qui n'ont pas encore franchi le pas. Il est sophistiqué et multiforme, de manière à coller au mieux à leurs besoins. Il est également évolutif, dans un souci d'efficacité renforcée, et de manière à prendre en compte les priorités du Gouvernement, dont la principale d'entre elles, l'emploi. Fort du constat que les petites et moyennes entreprises, particulièrement les primo-exportateurs, sont souvent dépourvues de véritable structure export au sein même de l'entreprise, le Gouvernement a mis en place en 2005 deux nouveaux dispositifs : le crédit d'impôt prospection commerciale, qui conditionne l'octroi d'une aide fiscale au recrutement d'un salarié dédié à l'exportation. En vigueur depuis le 1er janvier 2005, il est destiné aux PME qui engagent une prospection commerciale en dehors de l'espace économique européen. Ce crédit d'impôt porte sur un montant de 40 000 EUR avec un plafond de 50 % des dépenses de prospection engagées sur une période de 24 mois à compter de la date de recrutement d'un salarié dédié à l'export. Ce montant est doublé lorsque les entreprises se regroupent dans le cadre d'un groupement d'intérêt économique ou d'une association (type loi de 1901) ; le contrat emploi export, calqué sur le contrat de chantier, qui est en vigueur depuis le 1er janvier 2005. Il permet de gérer la durée incertaine inhérente à certaines démarches à l'exportation et suppose l'adoption d'un accord de branche ou d'entreprise. La loi fixe des éléments obligatoires que l'accord collectif de branche ou d'entreprise doit comporter et impose des garanties précises pour les salariés concernés : taille et type d'entreprises concernées : pour le seul accord collectif, catégories de salariés concernés, nature des missions à l'exportation concernées ainsi que durée minimale (au moins 6 mois), contreparties en termes de rémunération et d'indemnités de licenciement accordées aux salariés, en termes de formation pour les salariés concernés et mesures indispensables à leur reclassement. L'union des industries métallurgiques et minières a signé en octobre 2005 un accord avec les partenaires sociaux pour donner aux entreprises du secteur la capacité de proposer ce contrat. Le plan Cap Export, annoncé en octobre 2005, et dont les mesures sont désormais toutes entrées en vigueur, a pour objectif de renforcer le dispositif d'aide à l'exportation, et de le rendre plus simple, plus lisible et plus efficace. Dans ce nouveau cadre, le crédit d'impôt prospection commerciale a été étendu à compter du 1er janvier 2006 à l'espace économique européen, et les rémunérations de volontaires internationaux en entreprise (VIE) font partie des dépenses éligibles. La procédure du volontariat international en entreprise permet à une entreprise d'envoyer un jeune professionnel (18 à 28 ans) à l'étranger pour une mission de 6 à 24 mois dans un ou plusieurs pays. Depuis février 2004, les jeunes peuvent rester jusqu'à 165 jours par an dans leur entreprise en France pendant la mission et travailler « à temps partagé » pour plusieurs petites et moyennes entreprises. Le nombre de VIE a progressé de près de 20 % en 2004 (à 2 700) et atteignait 3 511 fin 2005 ; les traitements et salaires perçus par des personnes ayant leur domicile fiscal en France, et qui exercent leur activité dans la prospection de marchés extérieurs pendant plus de 120 jours au cours de l'année civile dans un État autre que la France, sont exonérés d'impôt sur le revenu à raison des salaires perçus en rémunération de l'activité exercée à l'étranger. Il s'agit de l'extension aux salariés export d'un dispositif fiscal dont l'objet est de faciliter la mobilité de certaines catégories de salariés à l'étranger, et dont bénéficiaient déjà les personnes travaillant sur des chantiers à l'étranger. Les conditions d'application de la mesure d'exonération fiscale, qui s'applique à compter de l'imposition des revenus de l'année 2006, ont été publiées au bulletin officiel des impôts ; la procédure de labellisation est renforcée, et son périmètre est élargi aux actions de promotion collectives 11 conduites par les pôles de compétitivité et aux opérations de portage. Sont désormais éligibles, en plus des pavillons France sur des foires et salons, les présentations de produits et savoir-faire, les rencontres d'acheteurs et de partenaires, et les promotions commerciales. Afin de compléter ce dispositif, une nouvelle mesure visant à créer 1 000 groupements d'entreprises à l'exportation a été annoncée en mars 2006. Financée sur les crédits du Ministère des petites et moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions libérales et gérée par Ubifrance, elle permet d'octroyer une aide plafonnée à 20 000 EUR à des groupements qui font appel aux services d'accompagnateurs, dont le rôle est de soutenir le groupement dans sa constitution et son fonctionnement. L'ensemble du dispositif fait l'objet d'une communication améliorée, notamment par le biais du site internet modernisé d'Ubifrance, et du nouveau portail de l'exportation, le site exporter.gouv.fr, dont l'un des modules est une base appuis interactive, qui permet aux entreprises de connaître les aides à l'exportation auxquelles elles sont éligibles en fonction de leur taille et de leur localisation géographique. Toutes ces mesures sont de nature à aider nos exportateurs et à favoriser l'emploi, celui des jeunes en particulier. Elles répondent à leurs attentes et doivent être largement diffusées au niveau local et régional pour qu'un nombre important de PME puissent en bénéficier. Le ministre délégué au Commerce extérieur a bien sûr noté l'intérêt de l'auteur de la question pour ses interrogations relatives au commerce extérieur et compte sur son soutien pour la diffusion de ces informations.

Données clés

Auteur : [M. Francis Saint-Léger](#)

Circonscription : Lozère (1^{re} circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 86801

Rubrique : Commerce extérieur

Ministère interrogé : commerce extérieur

Ministère attributaire : commerce extérieur

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 28 février 2006, page 1998

Réponse publiée le : 20 juin 2006, page 6489