



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

balance commerciale

Question écrite n° 120419

Texte de la question

M. Philippe Meunier attire l'attention de M. le secrétaire d'État auprès du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, chargé du commerce extérieur, sur le déficit commercial. Le déficit commercial s'est creusé en juillet 2011, atteignant 6,46 milliards d'euros. Aussi, il lui demande de lui préciser ce qu'entend mettre en oeuvre le Gouvernement pour lutter contre l'aggravation du déficit.

Texte de la réponse

Alors qu'il avait catalysé la reprise de l'activité économique en 2010, le commerce mondial dans son ensemble a marqué le pas en 2011. Dans un climat international incertain marqué par la catastrophe japonaise, les tensions politiques dans le monde arabe et la crise de la zone euro, les échanges mondiaux ont progressé d'environ 7 % en volume en 2011 alors qu'ils avaient connu une hausse de plus de 14 % en 2010. Dans ce contexte, sur le champ des biens et en valeur, les importations (+ 12 %) ont connu une croissance supérieure à celle des exportations (+ 9 %) en 2011, et les échanges de la France ont retrouvé leurs niveaux d'avant-crise. Malgré cette orientation favorable, la France enregistre un déficit commercial de 69,6 Mds€ en 2011 après 51,5 Mds€ en 2010. Cette dégradation du solde est essentiellement imputable à l'alourdissement de la facture énergétique consécutive à la hausse de 39 % en moyenne annuelle des cours du baril de Brent, calculés en dollar. La facture énergétique expliquerait ainsi environ les 3/4 de la dégradation totale du solde commercial français. Hors énergie, le déficit continue de se creuser pour atteindre 24,5 Mds€ après 20 Mds€ en 2010. Le commerce extérieur français trouve désormais ses relais de croissance dans les grands marchés émergents, notamment grâce aux grands contrats qui ont progressé de près de 36 % en 2011. La France a, en particulier, su tirer parti du dynamisme de la demande asiatique. Ainsi, l'Asie contribue pour 1,6 point à la croissance globale des exportations françaises, une contribution dépassant celle de l'Allemagne et expliquant environ 1/5e de la hausse des ventes totales alors qu'elle n'en capte que 11 %. De même, la Chine dépasse désormais la Suisse et devient le 8e client de la France et le 3e contributeur net (+ 0,6 point) à la hausse des exportations, derrière l'Allemagne et l'Italie mais devant des partenaires historiques de la France comme la Belgique, le Royaume-Uni et l'Espagne. En termes sectoriels, l'année 2011 est principalement marquée par la hausse de l'excédent agroalimentaire, qui atteint le niveau record de 11,4 Mds€. L'excédent aéronautique conserve cependant la première place, à 17,7 Mds€, stable par rapport à 2010. En revanche, l'excédent du secteur pharmaceutique se contracte de moitié pour atteindre 1,9 Md€. Le secrétaire d'Etat chargé du commerce extérieur a lancé, le 10 février 2011, un plan d'actions visant à améliorer les performances du dispositif français de soutien à l'export, dans la continuité des réformes engagées depuis 2007. Ce plan s'articule autour de trois axes majeurs : - Accroître l'efficacité du soutien public à l'internationalisation des entreprises, et plus particulièrement des PME La première action consiste en la mobilisation de l'Etat et de ses partenaires publics. Avant tout, une mobilisation ordonnée de tous les partenaires de l'export, des chambres consulaires, des régions et des financeurs a été assurée par la Charte nationale signée le 12 juillet dernier, qui clarifie le rôle des acteurs, améliore leur coordination au niveau national et régional et fixe des objectifs chiffrés, notamment en termes d'entreprises accompagnées et de VIE. Fin mars 2012, 16 chartes régionales avaient été signées (14 en

métropole et 2 en outre-mer) avec pour effet d'améliorer sensiblement la cohésion des acteurs de l'international et de mettre en place dans chaque région, à disposition des PME, un guichet unique export et un site Internet qui facilite l'obtention des informations pratiques nécessaires en vue de leur développement à l'international. Comme prévu dans les chartes, des maisons de l'export se mettent ou place ou sont à l'étude dans plusieurs régions. Ensuite, la consolidation du périmètre d'Ubifrance (de 44 à 63 pays concernés d'ici fin 2012), afin de mieux traiter les pays les plus porteurs, et la mise en oeuvre du nouveau contrat de performances pour la période 2012-2014 que l'agence a signé le 14 septembre 2011 avec l'Etat, renforçant l'accompagnement par Ubifrance des PME à l'international avec l'introduction de critères qualitatifs (l'agence devra s'assurer qu'au moins un tiers des entreprises qu'elle accompagne ont développé un courant d'affaires). L'accord entre la Coface, Oséo et Ubifrance, signé le 7 juin 2011, qui a permis de mettre en place à l'automne 2011 une offre conjointe intitulée « les clés de l'export » et qui simplifie l'offre de financements vis-à-vis des PME exportatrices. Certains de ces financements ont par ailleurs été adaptés : l'assurance prospection, qui offre aux PME un relais de trésorerie et une assurance contre l'échec de leur prospection à l'étranger, a été réformée en 2008 et 2009 et a permis de doubler le nombre de bénéficiaires de la procédure par rapport à 2006. De nouvelles mesures ont été annoncées au Assises de l'export en octobre 2011 pour adapter, simplifier et réduire le coût des garanties pour les PME. Enfin, la mise en place de l'Assurance Prospection Premiers Pas, s'adresse tout particulièrement aux PME et TPE avec un produit simplifié et des délais d'instruction réduits, est effective depuis mars 2012. Enfin, la mobilisation du réseau des conseillers du commerce extérieur dans le cadre d'une réforme majeure ayant comme axe principal le recentrage de la mission des CCEF en régions sur l'internationalisation des PME et des ETI. : une large consultation vient de s'achever au sein du Comité national des CCEF sur la base du rapport du Conseil économique, social et environnemental. Les principes de cette réforme ont été entérinés et vont être mis en oeuvre dans le cadre d'une refonte des statuts et du règlement intérieur du Comité national. La démocratisation du dispositif VIE, largement plébiscité par les jeunes, désormais ouvert aux qualifications professionnelles dans le cadre du VIE Pro. Le lancement du site « You Buy France », le portail des exportateurs français qui va permettre de fédérer l'offre de 10 000 PME pour la rapprocher de la demande mondiale. La seconde action consiste en la promotion du patriotisme économique et structuration du secteur privé. Le « Pacte Export », signé par 19 grands groupes qui ont pris plusieurs engagements pour faciliter l'internationalisation des PME : consulter systématiquement leurs sous-traitants français dans le cadre de leurs projets à l'exportation ; intégrer des PME dans leurs stratégies de développement à l'export ; et mettre en place un plan de portage pour les contrats de plus de 300 M€. Les entreprises françaises doivent développer des stratégies collaboratives à l'export, dans un esprit de partenariat comparable à ce que l'on observe souvent dans d'autres pays ; La mise en place de véritables filières industrielles à l'export, rassemblant grands groupes et PME sur des thèmes et sur des pays précis : l'agroalimentaire avec la campagne So French So Good, l'énergie solaire en Méditerranée, les clusters pour la reconstruction de la Libye, le jeu vidéo, les transports en Irak... - Soutenir les grands contrats : Pendant les 5 ans du quinquennat, nos entreprises ont signé pour 131 Mds€, soit plus que pendant les 7 années (2000-2006) qui ont précédé. Ceci a été permis par une série de mesures comme le pilotage renforcé de l'offre française autour de la CIACI, la war room des grands contrats, et une politique d'assurance-crédit adaptée pendant la crise pour pallier aux déficiences des marchés financiers. Face aux pays émergents, qui possèdent maintenant la technologie et les capitaux, le nouveau défi est de s'assurer que la compétition ne se déplace pas sur le plan des financements. Pour cela, la France a engagé pour la première fois lors de sa présidence du G20 une coordination sur les financements export, associant tous les membres du G20, des organismes multilatéraux (Organisation mondiale du commerce, OCDE, Fonds monétaire international, Banque Mondiale, Union de Berne), des économistes, des industriels et des banquiers. - Ouvrir de nouveaux marchés pour les entreprises françaises et garantir une concurrence équitable La première action, la réciprocité comme condition sine qua non. Une attention particulière a été portée à la réciprocité dans l'ouverture des marchés publics. Ce principe a été adopté, à l'initiative de la France, par le Conseil européen en septembre 2010 et la Commission a proposé, en mars 2012, le texte d'un règlement visant à bloquer les projets en Europe d'entreprises venant de pays dont les marchés publics ne sont pas ouverts aux entreprises européennes. Par ailleurs, l'Union européenne a obtenu en décembre 2011, notamment à la demande de la France, l'ouverture des marchés publics japonais à hauteur de 10 Mds\$ par an. Pour que les entreprises puissent exporter, il faut que les marchés leur soient ouverts : c'est l'objet des nouveaux accords de libre échange entrés en vigueur en 2011 (Corée du Sud) ou en cours de négociations (Canada, Inde, Singapour, Thaïlande). Autre proposition historique initiée par la France, la réforme du « système de préférences généralisées » de l'Union européenne. Le texte

adopté lors du Conseil Affaires étrangères en format commerce de mars 2012 permet pour l'essentiel de réserver les préférences commerciales européennes aux pays les plus pauvres, et concrétise pour la première fois la différenciation entre pays en développement. La seconde action, la protection renforcée du marché français et européen. Nous nous protégeons des pays pratiquant le dumping (avec par exemple la protection effective des productions françaises de bicyclettes, de papier, de scanners ou de fonderie contre la concurrence asiatique) ou des pays imposant des restrictions sur nos approvisionnements en matières premières stratégiques. Enfin, nous poursuivons nos efforts pour rapprocher l'OMC et l'OIT, avec comme objectif à terme, la mise en place d'un mécanisme permettant au « tribunal » de l'OMC de prendre l'avis de l'OIT pour tout conflit commercial relatif au travail. L'ensemble de ces initiatives a commencé à porter ses fruits et malgré le déficit record en 2011, le commerce extérieur français a désormais tourné la page de la crise. Grâce à une augmentation de près de 9 % en 2011, les exportations ont dépassé leur niveau de 2008 et elles ont à nouveau augmenté en janvier 2012 de + 7,3 % par rapport à janvier 2011, alors que les importations n'ont augmenté que de 3,4 %. En tendance, la balance commerciale se redresse, avec 4 Mds€ gagnés dans l'industrie entre le 2e trimestre et la fin de l'année 2011. En 2 ans, les produits français ont gagné une place dans le classement de la compétitivité et se situent au 4e rang mondial. Enfin, la part de marché française par rapport au reste de la zone euro est restée à peu près stable depuis 2007, alors qu'elle se réduisait de 2 % par an en moyenne depuis 1998.

Données clés

Auteur : [M. Philippe Meunier](#)

Circonscription : Rhône (13^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 120419

Rubrique : Commerce extérieur

Ministère interrogé : Commerce extérieur

Ministère attributaire : Commerce extérieur

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 25 octobre 2011, page 11229

Réponse publiée le : 22 mai 2012, page 4045