



## Commerce en valeur ajoutée : parts de marché nationales et à l'exportation

Rafael CEZAR  
Direction générale des Statistiques

Adrien DUGUET, Guillaume GAULIER  
et Vincent VICARD  
Direction générale des Études  
et des Relations internationales

Les idées exposées dans ce document reflètent l'opinion personnelle de leurs auteurs et n'expriment pas nécessairement la position de la Banque de France.

*L'indicateur des parts de marché à l'exportation est l'un des principaux outils de mesure de la compétitivité des économies. Ce Rue de la Banque présente un indicateur de parts de marché en valeur ajoutée, plus élaboré, qui prend en compte le contenu en importation des exportations et le positionnement des entreprises sur leur marché national, deux dimensions dont ne rendent pas compte les exportations brutes rapportées à la demande mondiale. Entre 1995 et 2011, l'Allemagne et l'Espagne perdent du terrain sur leur propre marché alors qu'elles résistent bien à la montée des pays émergents sur les marchés extérieurs. La France connaît une érosion plus forte de ses parts de marché mesurées par les exportations brutes mais résiste mieux sur son marché national ; elle affiche une performance comparable à celle de l'Allemagne lorsque les mesures sont réalisées à l'aide de cet indicateur élargi en valeur ajoutée.*

### Comment mesurer la compétitivité d'une économie ?

Cette question est souvent réduite à celle de la compétitivité externe des économies, soit la capacité des entreprises exportatrices à vendre à l'étranger. Dans cette perspective, l'un des indicateurs les plus communément utilisés pour juger de la compétitivité d'un pays est l'évolution de ses parts de marché dans les exportations mondiales. À titre d'exemple, la croissance des parts de marché sur cinq ans est l'un des indicateurs pris en compte dans le cadre de la procédure de suivi des déséquilibres macroéconomiques de la Commission européenne. Le diagnostic traditionnel fait à l'aune de cet indicateur est celui d'une perte tendancielle des parts de marché des pays avancés au profit des pays émergents, en particulier la Chine depuis 2001. Toutefois, l'Espagne parvient à maintenir ses parts de marché et l'Allemagne enregistre des pertes limitées, notamment dans la première moitié des années deux mille.

Ces analyses des parts de marché utilisent généralement des données d'exportations brutes, qui présentent cependant deux limites importantes : l'absence de prise

en compte (i) du contenu en importation des exportations, permettant de mesurer la valeur ajoutée (VA) produite nationalement qui est exportée (on emploiera pour la suite le terme de « mesure en VA ») ; et (ii) du marché local, qui est souvent le principal marché des entreprises nationales sur lequel elles sont en concurrence avec les entreprises étrangères.

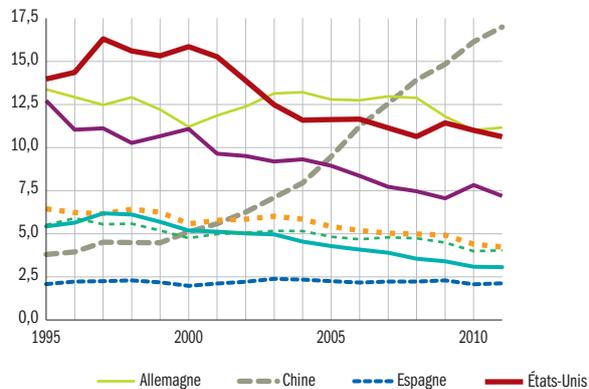
Cette étude propose un indicateur de parts de marché globales permettant de dépasser ces deux limites. Nous utilisons les données de commerce en VA calculées à partir de la base *World input-output database* (WIOD) pour étudier l'évolution des parts de marché des principaux pays exportateurs sur la période 1995-2011. Ces données permettent de distinguer, dans la production et les exportations, la VA des différents secteurs nationaux de la VA étrangère importée et incorporée dans la production exportée. Nous nous concentrons sur le secteur manufacturier y compris les activités externalisées par les entreprises manufacturières aux entreprises de services<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Pour une analyse des exportations totales voir Cezar, Duguet, Gaulier et Vicard (2016).

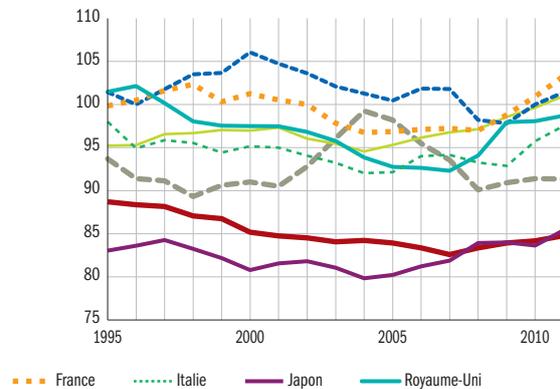
**G1 Parts de marché dans les exportations en VA**

(en %)

a) Évolution des parts de marché manufacturières en VA



b) Ratio des parts de marché des exportations manufacturières brutes et en VA



Sources : WIOD, calculs des auteurs.

**Des exportations qui incorporent de plus en plus d'importations...**

Sous l'effet de l'intégration de la plupart des pays dans les chaînes internationales de production, qui fragmentent le processus de production d'un même bien entre différents pays, les entreprises exportatrices utilisent une part croissante d'intrants importés. Entre 1995 et 2011, la part de la VA nationale dans les exportations mondiales a diminué, passant de 82 % à 74 %. Cette tendance n'est cependant pas homogène entre pays. La part du contenu en VA étrangère dans les exportations totales augmente ainsi plus vite en Allemagne (+ 50 %), en France (+ 43 %), en Italie (+ 43 %) ou au Japon (+ 128 %) qu'aux États-Unis (+ 20 %) et au Royaume-Uni (+ 10 %).

Le graphique 1a représente l'évolution des parts de marché manufacturières calculées en VA. Le graphique 1b montre que les ratios des parts de marché manufacturières brutes dans les exportations sur les parts de marché en VA sont relativement stables sur l'ensemble de la période. À l'exception des États-Unis, du Royaume-Uni et de la Chine, la performance à l'exportation en VA évolue généralement moins favorablement que celle mesurée par les exportations brutes. Ce constat se vérifie particulièrement pour la France et l'Allemagne. Dans l'ensemble, l'analyse traditionnelle des parts de marché manufacturières à l'exportation, basée sur les données brutes, n'est donc pas fondamentalement remise en cause par le passage à la mesure en VA.

**... et de services**

Les tableaux des entrées-sorties mondiales permettent non seulement de distinguer VA nationale et étrangère dans la production mais également d'intégrer la production destinée au marché local, qui représente généralement le principal marché des entreprises nationales. Nous reprenons la décomposition des revenus liés aux chaînes internationales de production proposée par Timmer *et al.* (2013) et calculons notre indicateur de parts de marché globales comme la part de chaque pays dans la VA produite pour la demande finale manufacturière mondiale, étrangère comme nationale (cf. l'annexe méthodologique de Cezar *et al.*, 2016). Cette part de marché est fondée sur la consommation finale manufacturière et inclut donc toutes les activités utilisées pour la produire, que la VA provienne du secteur manufacturier lui-même (VA directe) ou des services utilisés au cours du processus de production (VA indirecte). La part de ces activités dans le PIB est plus importante que celle du seul secteur manufacturier et intègre notamment les activités externalisées par les entreprises manufacturières aux entreprises de services.

En 2011, la production pour la demande finale manufacturière reste élevée, en pourcentage du PIB, en Chine, en Allemagne et dans une moindre mesure en Italie (cf. tableau). Elle est plus faible au Japon, en France, en Espagne, au Royaume-Uni et aux États-Unis. La VA issue des secteurs de services dans les pays avancés – jusqu'à 54 %

## Valeur ajoutée pour répondre à la demande finale manufacturière (1995-2011)

(en dollars courants)

	VADF		VADF	PIB	VADF issue de	
	Part du PIB				Services	Manuf.
	1995	2011	TCAM	TCAM	TCAM	TCAM
Allemagne	26	27	2,3	2,3	3,0	2,1
Chine	33	30	14,8	15,5	16,2	14,8
Espagne	22	16	3,7	5,9	5,1	3,1
États-Unis	17	13	2,9	4,5	2,8	2,7
France	20	16	2,4	3,7	3,6	1,4
Italie	27	22	2,8	4,3	4,0	2,2
Japon	21	18	-0,4	0,7	0,2	-0,7
Royaume-Uni	23	14	1,8	4,8	3,6	0,7

Note de lecture : VADF : valeur ajoutée pour répondre à la demande finale manufacturière. TCAM : taux de croissance annuel moyen.

Source : WIOD, calculs des auteurs.

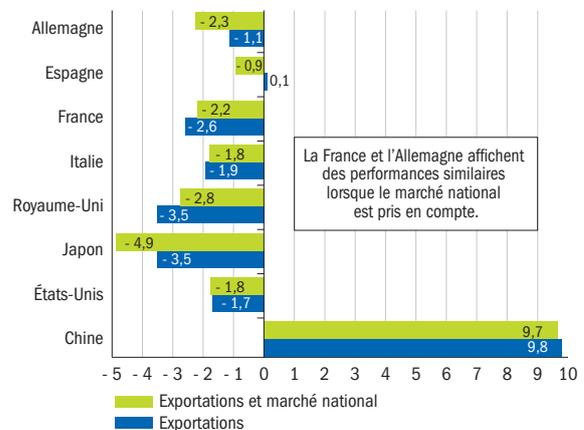
de la VA totale en France, contre 26 % en Chine – souligne leur importance dans le processus de production et la spécialisation des économies avancées dans ces secteurs.

Les revenus liés à la production destinée à satisfaire la demande finale manufacturière augmentent dans tous les pays en dollars courants, à l'exception du Japon. Ils progressent cependant moins rapidement que le PIB, de sorte que leur part dans le PIB diminue entre 1995 et 2011 (colonnes 1 et 2 du tableau), sauf en Allemagne. Alors que la production pour la demande manufacturière mesurée en dollars courants évolue de manière similaire en France et en Allemagne, sa part dans le PIB est stable dans le cas allemand mais baisse en France, revenant de 20 % du PIB en 1995 à 16 % en 2011, du fait de la plus forte progression du PIB français sur la période étudiée. La prise en compte des activités externalisées par les entreprises manufacturières aux entreprises de services explique en partie le déclin modéré de la production pour la demande manufacturière.

La part de la VA issue des services nationaux augmente systématiquement de manière plus rapide que celle issue des secteurs manufacturiers (colonnes 5 et 6 du tableau 1). Cette tendance n'est cependant pas uniforme selon les pays : la France connaît par exemple une déformation au profit des services plus forte que celle observée en Allemagne. Ainsi, à l'aune du seul critère de la VA manufacturière, l'Allemagne a connu entre 1995 et 2011 une progression de ses ventes plus rapide que la France, alors que cette progression est similaire lorsque les activités nationales sont considérées dans leur ensemble.

## G2 Parts de marché dans les exportations et parts de marché globales (1995-2011)

(taux de croissance annuel moyen en %)



Source : WIOD, calculs des auteurs.

## La prise en compte du marché national rapproche les performances de grands pays européens

Sur la période 1995-2011, la prise en compte du marché national change le diagnostic sur l'évolution des parts de marché, établi sur le seul marché à l'exportation, pour le Japon, l'Allemagne et l'Espagne qui voient leur part de marché globale se dégrader plus rapidement (cf. graphique 2). Malgré cette dégradation, l'Espagne résiste mieux que les autres grands pays alors que le Japon décline fortement, sa part de marché se réduisant de moitié. L'Allemagne rejoint les autres grands pays européens dont les parts de marché se dégradent à un rythme moyen compris entre 2 % et 3 % par an. Sa performance est similaire à celle de la France : les deux pays réalisent des performances meilleures que celles du Royaume-Uni mais moins bonnes que celles de l'Italie ou des États-Unis. Au sein de l'Union européenne, la concentration de la production pour la demande manufacturière n'augmente pas. Ces résultats vont ainsi à l'encontre d'une tendance à la polarisation des activités productives soumises à la concurrence internationale au sein de l'Union européenne, à l'inverse du phénomène observé dans le cas des exportations brutes<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Sur la période 2000-2007, marquée par une appréciation de l'euro, tous les pays de la zone euro augmentent leurs parts de marché en valeur et l'Allemagne n'est dépassée que par l'Espagne. Quelle que soit la période considérée, les écarts entre les principaux pays européens restent relativement faibles.

**Performance commerciale et dynamiques de demande sur les marchés nationaux et d'exportation**

Cezar *et al.* (2016) proposent une décomposition de l'indicateur de parts de marché globales en VA. Un premier terme de cette décomposition additive, qui rend compte des activités servant la demande finale nationale du pays, est le produit de deux composantes : la part de marché du pays sur son propre marché national multipliée par la part du marché national dans la demande finale manufacturière mondiale. Un second terme reflète la performance sur les marchés étrangers et se définit comme la part de marché du pays à l'exportation multipliée par le taux d'ouverture mondial (excluant le marché du pays). Pour tous les pays, la demande finale nationale représente une part importante de l'activité des entreprises, en particulier aux États-Unis, au Japon et en Chine, les trois plus grandes économies. Dans les principaux pays européens, la part de la production nationale dans la demande finale manufacturière, bien qu'inférieure à 50 %, reste importante.

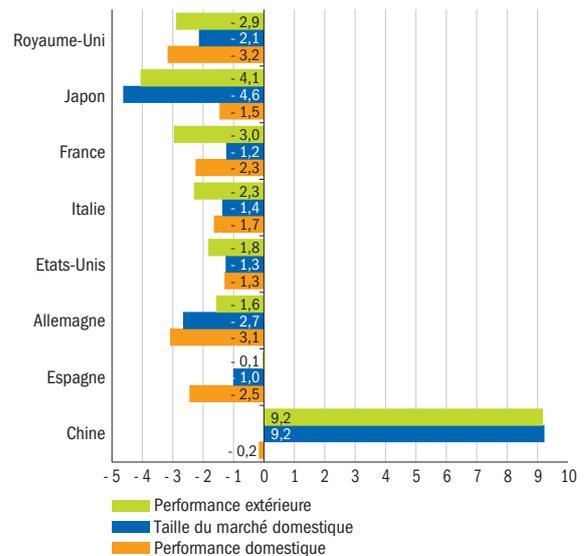
Le graphique 3 présente les taux de croissance annuels moyens des trois premières composantes décrites ci-dessus des parts de marché globales. La dégradation des performances japonaise et allemande par rapport à celles mesurées par les seules exportations résulte non seulement d'une progression moins rapide de la demande finale manufacturière nationale que dans le reste du monde, mais également d'une perte de parts de marché des entreprises nationales sur leur propre marché. La bonne performance exportatrice de l'Espagne s'accompagne d'un recul sur le marché national. La France, l'Italie et le Royaume-Uni sont confrontés simultanément à une érosion des parts de marché à l'exportation et sur leurs propres marchés. Ces pays se différencient cependant par leur résistance sur leur marché national, élevée en Italie, intermédiaire en France ou en Espagne, et moindre au Royaume-Uni.

Ainsi, les performances nationales et extérieures n'évoluent pas nécessairement de pair. D'après le graphique 4, une spécialisation croissante des activités de production servant la demande finale manufacturière est associée à une moins bonne performance des entreprises nationales sur leur marché national. Les pays perdant le plus de parts de marché nationales, comme le Royaume-Uni, l'Allemagne ou l'Espagne, sont ceux dont la spécialisation s'accroît le plus.

La France, comme l'ensemble des pays développés, perd des parts de marché nationales et augmente sa spécialisation. À l'inverse, la Chine, qui maintient ses parts de marché nationales, voit son appareil productif se diversifier sur la période.

**G3 Évolution des composantes des parts de marché globales (1995-2011)**

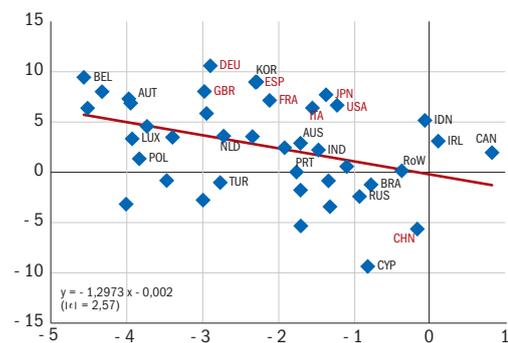
(taux de croissance annuel moyen en %)



Source : WIOD, calculs des auteurs.

**G4 Spécialisation et croissance des parts de marché national (1995-2011)**

(taux de croissance annuel moyen en % ; abscisses : part de marché domestique ; ordonnées : indice de spécialisation)



Note : La spécialisation des économies est mesurée par l'écart-type pondéré des indicateurs d'avantage comparatif de Balassa pour chaque pays. La hausse de l'indicateur indique une spécialisation accrue.  
Source : WIOD, calculs des auteurs.

## Bibliographie

**Cezar (R.), Duguet (A.), Gaulier (G.) et Vicard (V.) (2016)**  
« Commerce global en valeur ajoutée : parts de marché nationales et à l'exportation », *Bulletin de la Banque de France* n° 204, mars-avril.

**Timmer (M.) (ed) (2012)**  
« *The World input-output database (WIOD): contents, sources and methods* », *WIOD Working Paper*, n° 10.

**Timmer (M.), Los (B.), Stehrer (R.) et de Vries (G.) 2013**  
« *Fragmentation, incomes and jobs: an analysis of European competitiveness* », *Economic Policy*, octobre, p. 613–661.

### Éditeur

Banque de France

### Directeur de la publication

Marc-Olivier STRAUSS-KAHN

### Directeur de la rédaction

Françoise DRUMETZ

### Réalisation

Direction de la Communication

Janvier 2017

[www.banque-france.fr](http://www.banque-france.fr)

