



La compétitivité européenne vue sous le prisme de son commerce international

Déclin des usines, essor des services : l'Union européenne change de carte commerciale... sans forcément perdre la boussole

Le débat sur le **commerce extérieur de l'Union européenne** est souvent dominé par une inquiétude simple : l'Europe serait en train de perdre pied face à la **Chine**, aux **États-Unis** et aux grandes puissances émergentes. L'étude présentée par Daniel Mirza et Étienne Vauchez pour **La Fabrique de l'Exportation** nuance fortement ce diagnostic. Oui, l'Union européenne perd des **parts de marché mondiales dans les biens**. Oui, l'industrie européenne marque le pas depuis 2018. Mais non, l'Europe ne s'effondre pas partout, ni sur tous les produits, ni sur tous les marchés.

Depuis 2018, la part de marché mondiale de l'Union européenne dans les biens est passée d'environ **17-18 % à 14,5 %**. La baisse est réelle. Elle contraste avec la progression spectaculaire de la Chine, dont la part de marché atteint près de **20 %**. Mais cette érosion européenne n'est pas uniforme. Sur ses grands marchés d'exportation, notamment les **États-Unis** et l'**Europe du Nord hors UE**, l'Union européenne conserve des positions solides. Le décrochage est surtout visible sur les marchés dits secondaires : **Afrique subsaharienne, MENA, Golfe, Inde, Mercosur**. Or ces marchés seront précisément parmi les plus dynamiques demain.

La Chine ne remplace donc pas l'Europe partout. Elle gagne surtout sur les marchés émergents et sur des gammes de produits où elle dispose d'un avantage industriel massif. Elle progresse moins sur les grands produits stars européens, où la concurrence vient souvent davantage des **États-Unis**, du reste de l'**OCDE** ou de l'**ASEAN**. Voilà une nuance essentielle : le problème européen n'est pas seulement chinois. Il est aussi lié à la compétition entre économies avancées.

Allemagne, France, Espagne : l'Europe exportatrice n'avance pas au même rythme

L'étude met en évidence une réalité souvent mal comprise : le recul industriel européen n'est pas homogène. L'**Allemagne**, longtemps locomotive manufacturière de l'Europe, connaît une perte marquée de parts de marché depuis 2018. Elle serait passée d'environ **12 % à 8 %** de parts de marché mondiales dans les biens, soit une baisse d'environ **30 % en sept ans**. C'est un signal fort : la puissance industrielle allemande, pilier du modèle exportateur européen, est directement touchée.

La **France**, elle, suit une trajectoire différente. Sa baisse est plus ancienne et plus continue. Elle passe d'environ **5 % à 3,5 %** de parts de marché sur la période étudiée. Mais la France se distingue aussi par sa forte spécialisation dans les **services exportés**, ce qui en fait une sorte d'« Europe en hyperbole » : moins performante dans les biens, mais plus dynamique dans les services.

L'**Espagne** résiste mieux dans les biens, avec une part de marché relativement stable. L'**Italie** recule également, mais moins brutalement que l'Allemagne. Quant au **Royaume-Uni**, il affiche une chute très forte de ses parts de marché dans les biens sur quinze ans.

Cette diversité invite à éviter les slogans faciles. Parler de **réindustrialisation européenne** exige de distinguer les pays, les filières, les produits, les marchés et les modèles d'internationalisation. La France, par exemple, exporte moins de biens mais beaucoup de services. Elle est aussi très présente à l'étranger via ses filiales, ce que les statistiques classiques d'exportation ne capturent pas toujours.

La Chine prend des parts de marché, mais pas toujours là où l'on regarde

L'un des apports les plus intéressants de cette étude est de déplacer le regard. Le débat public se concentre souvent sur les voitures électriques chinoises, les panneaux solaires, les batteries ou les machines-outils. Ces secteurs sont importants. Mais ils ne racontent pas toute l'histoire du **commerce mondial**.

Sur les **100 premiers produits exportés par l'Union européenne**, qui représentent à eux seuls environ **40 % des exportations européennes**, la Chine n'est pas toujours le concurrent principal. Sur ces produits stars, les pertes européennes profitent souvent aux États-Unis, aux autres pays avancés ou à l'ASEAN. La Chine progresse surtout sur les produits classés entre le **250e et le 500e rang**, ainsi que sur les milliers de produits moins centraux dans le panier exportateur européen.

Cela ne signifie pas que la Chine n'est pas une menace. Cela signifie qu'elle ne menace pas l'Europe de manière uniforme. Elle est redoutable sur certains segments, parfois hégémonique, notamment lorsqu'elle atteint des niveaux proches du monopole mondial. C'est le cas, par exemple, dans certaines chaînes de transformation liées aux **terres rares**. Là, on ne parle plus seulement de commerce : on parle de **souveraineté économique**, de dépendance stratégique et de capacité à éviter le chantage industriel.

Autre point décisif : la Chine ne progresse pas massivement sur le marché intérieur européen depuis la guerre en Ukraine. Sa part de marché en Europe a augmenté depuis 2018, mais elle semble plutôt stagner depuis 2022. En revanche, les **États-Unis** gagnent des parts sur le marché européen, notamment depuis la sortie du Covid. Là encore, la réalité est plus complexe que le récit d'un « tsunami chinois » unique.

Services exportés : le vrai superpouvoir européen, souvent caché derrière les cheminées d'usine

Le grand angle mort du débat public, ce sont les **services**. Pendant longtemps, exporter des services signifiait surtout vendre du **tourisme** ou du **transport**. Ce n'est plus vrai. Les segments les plus dynamiques sont désormais les **services aux entreprises**, les **télécommunications**, l'**informatique**, la **propriété intellectuelle**, les **services financiers**, l'**assurance** et le conseil.

Dans les services, l'Union européenne est un acteur mondial majeur. Elle représente environ **22 à 23 % des exportations mondiales de services**, devant les États-Unis. Sur les services hors transport et voyage, sa position est encore plus forte, avec près de **30 % de parts de marché mondiales**. En **informatique et télécoms**, l'Europe apparaît même très dominante dans les flux d'exportation, loin devant les États-Unis, même si une partie de ces flux peut provenir de filiales américaines implantées en Europe.

La France est particulièrement bien placée dans cette mutation. Comme le Royaume-Uni et l'Espagne, elle affiche une part élevée de services dans ses exportations. À l'inverse, l'Allemagne et l'Italie restent davantage marquées par leur profil industriel. La tendance est pourtant claire : si le rythme actuel se poursuit, certains pays européens pourraient bientôt exporter presque autant de services que de biens.

Cette évolution change profondément le débat sur la **compétitivité européenne**. Le coût du travail n'explique pas tout. Les services peuvent être intensifs en compétences humaines, en ingénierie, en conseil, en numérique, en expertise juridique ou financière. À l'inverse, l'industrie moderne se robotise massivement. L'emploi industriel ne reviendra donc pas mécaniquement avec les usines. Une usine de demain peut produire beaucoup avec peu de salariés. Un écosystème de services peut, lui, créer beaucoup d'emplois qualifiés.

Réindustrialisation : nécessaire, mais pas avec les mauvais outils

Faut-il pour autant renoncer à la **réindustrialisation** ? Non. Mais il faut clarifier ce que l'on veut réindustrialiser, pourquoi et avec quels instruments. L'étude invite à se méfier d'une réponse trop simple fondée sur les **droits de douane**, les quotas ou la fermeture du marché européen. Protéger l'Europe contre des importations chinoises peut avoir du sens dans certains cas très ciblés. Mais cela ne règle pas le principal problème : les pertes européennes se produisent surtout sur les marchés tiers, pas uniquement sur le marché intérieur.

Mettre des droits de douane sur les produits chinois entrant dans l'Union européenne ne fera pas mécaniquement regagner des parts de marché européennes en Afrique, en Inde, en Amérique latine ou dans le Golfe. Pire, cela peut renchérir les **intrants industriels** importés de Chine, dont dépendent de nombreuses entreprises européennes pour fabriquer leurs propres biens exportables.

La bonne réponse semble donc plus offensive que défensive : investir dans l'**innovation**, la **productivité**, les compétences, les accords commerciaux et la diversification des fournisseurs. L'Europe doit aussi identifier les dépendances critiques où la logique de marché ne suffit plus, notamment lorsque la Chine dispose d'une position quasi monopolistique. Dans ces cas, il faut produire en Europe, diversifier les sources ou sécuriser des partenariats stratégiques.

La **politique commerciale européenne** doit donc éviter deux pièges : la naïveté libre-échangiste et le réflexe protectionniste généralisé. Le commerce reste utile lorsque les règles fonctionnent. Mais lorsqu'un acteur concentre 80 ou 90 % d'une capacité mondiale essentielle, le sujet devient politique.

Europe, Chine, Inde, IA : la prochaine bataille sera aussi celle des services

La question posée en fin de débat est décisive : les services resteront-ils un avantage européen durable ? Rien n'est garanti. La Chine pourrait demain progresser dans les services comme elle l'a fait dans les biens. Elle investit dans l'éducation, le droit, l'ingénierie, la finance, les normes et les infrastructures internationales. L'**Inde**, déjà très forte dans les services numériques et professionnels, pourrait également devenir un concurrent majeur.

L'**intelligence artificielle** ajoute une inconnue supplémentaire. Elle va transformer les services professionnels, le conseil, le logiciel, la finance, le droit, l'ingénierie et la relation client. Mais elle peut aussi devenir un outil de productivité pour les exportateurs européens. Le risque existe : dépendre de technologies américaines ou chinoises. Mais l'Europe conserve des atouts majeurs : compétences, formation, marché intégré, capacité réglementaire, entreprises de services solides et puissance d'investissement.

L'enjeu n'est donc pas de choisir entre industrie et services. Il est de construire une stratégie européenne cohérente : garder les industries critiques, renforcer les chaînes de valeur stratégiques, développer les services exportables, conquérir les marchés émergents et assumer une politique commerciale plus lucide.

La vraie question n'est donc pas : « Comment revenir au monde industriel d'hier ? » Elle est plutôt : « Comment bâtir la puissance exportatrice européenne de demain ? » Cette puissance passera par une combinaison de **services à haute valeur ajoutée**, de

réindustrialisation ciblée, de souveraineté sur les intrants critiques, d'accords commerciaux stratégiques et d'une meilleure présence sur les marchés émergents.

L'Europe n'a pas perdu la partie. Mais elle doit cesser de jouer avec la carte d'hier, et, surtout, éviter de confondre boussole stratégique et rétroviseur industriel.