



Réindustrialiser pour résoudre notre déficit commercial ? Oui mais commençons par exporter davantage de services !

Dans cette tribune, Etienne Vauchez, vice-président de La Fabrique de l'Exportation, montre que l'exportation de services, en croissance de 156 % en vingt ans, offre à la France un levier plus rapide et plus efficace pour redresser sa balance commerciale que l'hypothétique réindustrialisation.

Un dynamisme méconnu, largement supérieur à celui des biens

Au cours des vingt dernières années, les exportations françaises de services ont crû de 156 %, contre une croissance de 75 % pour les exportations de produits sur la même période. Elles représentent désormais 30 % des exportations françaises totales exprimées en chiffre d'affaires, et bien davantage en termes de valeur ajoutée exportée, car un euro de services exportés représente une valeur ajoutée française supérieure à celle d'un euro de produits exportés. C'est bien l'évaluation du commerce international en valeur ajoutée qui est pertinente, puisque c'est elle, et non le chiffre d'affaires exporté, qui reste l'indicateur le plus proche de la création ou du maintien d'emplois en France.

Ce dynamisme peut sembler surprenant à un moment où l'on parle surtout de réindustrialisation ; il bénéficie de peu de visibilité et échappe donc au débat public,

alors même que les échanges de services ont généré un excédent moyen de 20 milliards d'euros par an sur la période 2000-2019, jusqu'à 36 milliards en 2021. Faut-il alors attendre une hypothétique réindustrialisation qui pourrait redresser notre balance commerciale des biens dans dix ans, ou chercher à exceller dès aujourd'hui dans l'exportation de services, dont notre pays est déjà un spécialiste, y compris les services développés par les entreprises productrices de biens ?

Des services aux entreprises, bien au-delà du tourisme

Pour bien comprendre ces exportations de services, il faut d'abord regarder de quoi elles sont composées. On confond souvent exportations de services et tourisme ; certes, celui-ci est important au sein des exportations de services destinées aux particuliers, mais ces dernières ne représentent que 22 % de nos exportations de services. 78 % de nos exportations de services sont en réalité des services aux entreprises : transport, financement, assurance, IT, télécom, conseil, maintenance, propriété intellectuelle, R&D.

Pourquoi la France exporte-t-elle autant de services aux entreprises ? La première raison tient au formidable succès de l'implantation des firmes françaises à l'international. Depuis 2000, les entreprises françaises ont décidé de s'implanter massivement à l'étranger, d'abord pour tirer parti des opportunités commerciales offertes par la globalisation, et probablement aussi pour diversifier leur risque politique face à un pays capable d'imposer des lois anti-business aussi radicales que les 35 heures obligatoires pour tous. Au cours de la période 2000-2020, les entreprises françaises ont ainsi investi 1 083,4 milliards d'euros à l'étranger pour y construire des usines et y établir des filiales, pendant que la France accueillait, dans le même temps, 438,8 milliards d'investissements étrangers. Aujourd'hui, ces implantations françaises à l'étranger sont à l'origine d'exportations de services BtoB, mais aussi d'importants rapatriements nets de dividendes.

De nouveaux relais de croissance à saisir

L'exportation de services, ce sont aussi de nouveaux marchés en expansion rapide, comme l'éducation, la santé, les services environnementaux ou les services digitaux, dont la croissance a été dopée par l'adoption universelle et massive des e-services pendant le Covid. Il y a là un terrain de croissance important, ne serait-ce que sur le marché de l'UE, mais aussi, à terme, au sein de la francophonie, la langue constituant un atout pour ce type de services : une chance à saisir, notamment en direction des pays d'Afrique, où la hausse du niveau de vie commence à stimuler les importations de services.

Enfin, l'exportation de services est un développement naturel des exportations de produits, en particulier dans un contexte où les coûts de transaction internationale sur les produits, transport, réglementation, coût carbone, ont tendance à augmenter fortement. Les ventes de services liés à la mise en place de franchises, les ventes de licences ou de pièces détachées digitalisées, les offres de financement associées aux

ventes de produits, la facturation des produits à l'usage, la location ou le leasing de produits, ou encore la vente de services associés de maintenance ou de recyclage, sont autant de services dont la croissance est tirée par les exportateurs de produits, lesquels deviennent de plus en plus des exportateurs de services lorsque le marché ou la réglementation l'exige.

Marcher sur deux jambes plutôt que d'attendre Godot

Les exportations de services sont une pratique à part : elles ne fonctionnent pas comme les exportations de produits. Il n'y a ni container ni palettes, les modes d'entrée sur les marchés diffèrent, tout comme les logiques marketing ou réglementaires et les compétences mobilisées. Il faut donc rapidement mener un aggiornamento de notre écosystème exportateur pour être plus efficaces dans l'exportation de services, en y investissant la même énergie que pour les produits, en matière de recherche, d'études de marché ou de services d'accompagnement export. Marcher sur deux jambes, en somme, en accordant la même importance à chacune des deux.

Dans notre pays, on a souvent tendance à paniquer devant le caractère abyssal de notre déficit des échanges de biens, chaque année plus important, et depuis vingt ans, on choisit régulièrement un nouveau bouc émissaire, comme pour se rassurer : un euro trop fort, des charges sociales trop élevées, des impôts de production trop hauts, une compétition mondiale injuste, une base industrielle trop faible, une énergie trop chère. Tout cela sans accepter de voir que d'autres pays, à commencer par nos voisins immédiats, la Suisse, l'Allemagne ou la Belgique, réussissent très bien à performer à l'exportation avec le même type d'environnement que nous. Ces diagnostics erronés nous font perdre du temps ; on préfère attendre Godot et l'amélioration magique de notre performance export par la correction d'un seul critère, mais en attendant, on passe à côté des vraies opportunités.

Tout miser sur une réindustrialisation, forcément lente à venir, serait une grave erreur. Personne dans ce pays n'est obligé de copier le modèle allemand, et s'il fallait absolument mettre en avant un comparable, le Royaume-Uni, avec ses excédents dans les échanges de services et un fort déficit sur les biens, mériterait le même degré de respect et d'intérêt. Au-delà des comparaisons, chaque pays doit trouver sa propre voie à l'international, et la nôtre passe apparemment par davantage d'exportation de services et d'implantation à l'international : c'est en tout cas ce que sa trajectoire 2000-2019 semble clairement indiquer.



Etienne Vauchez

Vice-président de la Fabrique de l'Exportation