HAL
open science

Le commerce extérieur

Serge Ormaux

▶ To cite this version:

Serge Ormaux. Le commerce extérieur. Images de Franche-Comté, 1991, 4, pp.2-5. hal-01020022

HAL Id: hal-01020022
https://hal.science/hal-01020022v1

Submitted on 7 Jul 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

LE COMMERCE EXTERIEUR

Serge ORMAUX*

Pour une région comme pour une nation, les relations commerciales avec l'étranger sont un excellent révélateur de l'identité et du dynamisme économiques.

Par ses importations et ses exportations, la Franche-Comté est en prise directe avec le monde. Aussi, à la veille de l'ouverture du Grand Marché européen, est-il important de faire le point sur la manière dont cette région s'inscrit dans le gigantesque réseau que le commerce international tisse à la surface de la planète.

Mais la Franche-Comté est aussi une entité régionale française parmi d'autres, et ses échanges avec l'étranger sont constitutifs du commerce international de notre pays. Il convient donc de les analyser également sous cet angle, afin d'évaluer la place et le rôle qu'occupe la Franche-Comté dans l'ensemble des échanges internationaux de la France.

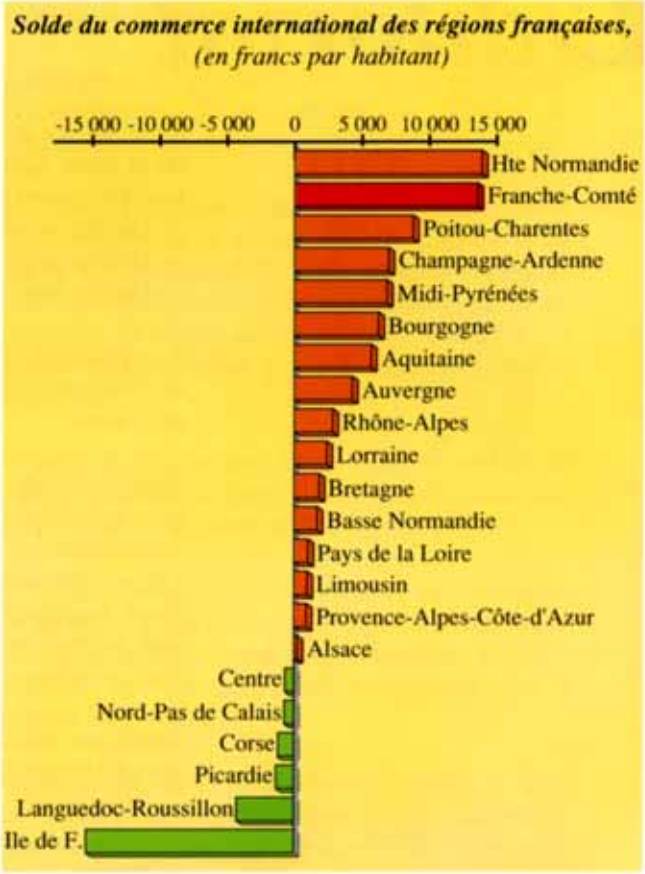
Une vocation exportatrice

En chiffres bruts, la Franche-Comté contribue actuellement à 1,58 % des importations et 3,06 % des exportations françaises en valeur, ce qui la placent respectivement aux 16e et 12e rangs des régions françaises. Cela peut paraître modeste, mais la Franche-Comté est une petite région, et, pour apprécier sa contribution, il est nécessaire de rapporter ses résultats commerciaux à sa population.

Pour les importations notre région passe alors au 6e rang, mais c'est surtout pour les exportations que le score devient spectaculaire, la Franche-Comté obtenant la troisième place. La carte des exportations en valeur par habitant montre une France coupée en deux, les dix régions du Nord et de l'Est se détachent très nettement, même si le Sud-Ouest amorce un vigoureux rattrapage.

Avec 31 800 F exportés par habitant en 1990, la Franche-Comté se place largement au-dessus de la moyenne française, et même au-dessus de l'Ile-de-France ; toutefois il faut remarquer que ses résultats sont assez éloignés de ceux des deux régions qui la précèdent dans le classement, puisque l'Alsace affiche 48 600 F, et la Haute Normandie 37 700 F.

La vocation exportatrice de la Franche-Comté se confirme si l'on confronte ses importations et ses exportations. Le solde du commerce international dégagé par notre région



place cette dernière au 4e rang en chiffres bruts, et au 2e si l'on rapporte les résultats au nombre d'habitants. La Franche-Comté fait donc jeu égal avec des régions réputées fortement exportatrices comme Rhône-Alpes ou Midi-Pyrénées.

L'écart positif entre les entrées et les sorties est plus évident encore à l'examen du taux de couverture des importations par les exportations (rapport entre le montant des exportations et le montant des importations, produits pétroliers exclus). La région est située en deuxième position, et cet excellent classement n'est pas un fait de conjoncture, il se vérifie chaque année depuis fort longtemps.

Une remarque mérite cependant d'être faite, ces résultats sont certes le fruit du dynamisme des entreprises régionales, mais ils tiennent aussi au caractère spécifique de l'industrie comtoise. Nos productions sont en effet

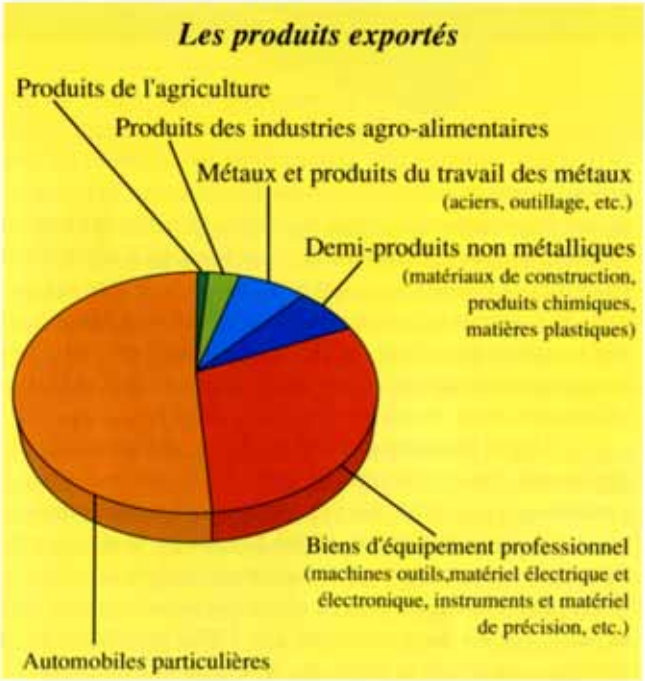
*Institut de Géographie, Université de Franche-Comté

positionnées sur les séquences terminales des filières de fabrication, autrement dit, notre industrie est largement consacrée à l'élaboration de produits finis, donc exportables, alors que ses besoins de base sont en grande partie couverts par des produits et matériaux venant d'autres régions françaises, donc non comptabilisés dans les importations.

Cet aspect se retrouve dans la valeur des marchandises échangées, le prix à la tonne des produits importés et plus encore celui des produits exportés est très supérieur à la moyenne française. L'industrie comtoise utilise donc pour l'essentiel des produits déjà élaborés et sur lesquels elle intervient en phase finale de transformation.

Une gamme de produits échangés très marquée par l'orientation industrielle régionale.

Ce sont les entrées qui affichent la plus grande diversité. La catégorie la plus importante est celle des biens d'équipement professionnel (en particulier : informatique, électronique, instruments et matériels de précision) mais elle ne représente que le quart environ des importations, suivie par les automobiles particulières, puis les produits métalliques et le cortège classique des divers produits chimiques, des biens de consommation courante et des produits agro-alimentaires.



Les sorties sont plus concentrées et traduisent avec plus de vigueur la spécialisation industrielle. Les automobiles arrivent non seulement en première position mais, avec les pièces détachées, elles représentent plus de la moitié des exportations comtoises. En valeur, le centre de production Peugeot de Sochaux arrive largement en tête des établissements exportateurs de l'Est de la France, sur 400 000 véhicules produits en 1990, la moitié environ a été vendue à l'étranger. Cette ouverture du constructeur sur le marché mondial constitue pour lui et pour ses sous-traitants régionaux un défi permanent dans le domaine de la qualité et de l'innovation. Le recentrage des activités du groupe sur le secteur des voitures particulières et l'importante restructuration des modes de gestion technologiques et humains sur le site de Sochaux contribuent ainsi de manière décisive à l'image internationale de la région.

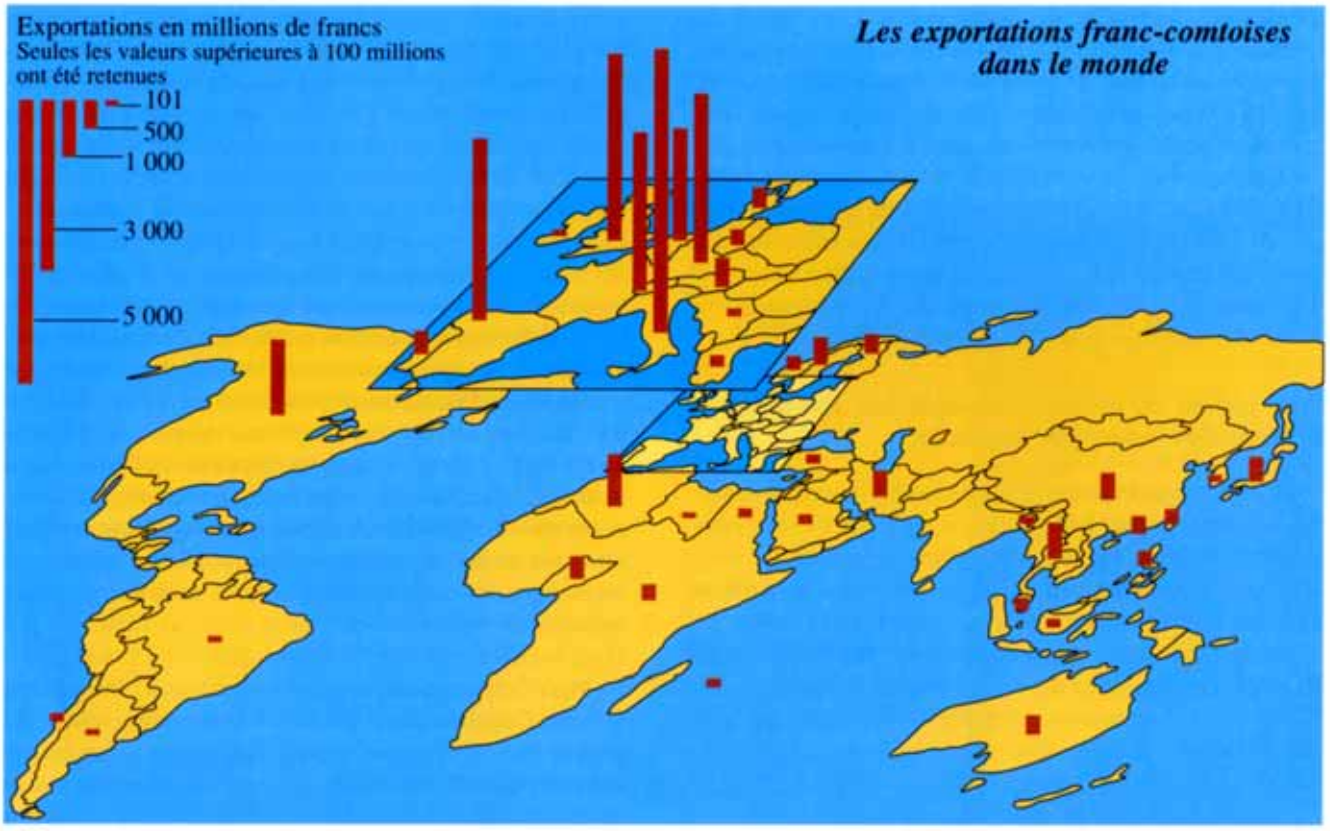
Les biens d'équipement professionnel obtiennent à peu près le même score qu'aux entrées, avec en tête les instruments de précision, le matériel électrique et l'équipement industriel. Ces trois secteurs constituent environ 25 % des exportations régionales. Le reste se partage entre une multitude de biens de consommation courante, représentés surtout par le textile et l'habillement, et divers produits, métalliques ou non.

Mais l'exportation c'est aussi la présence à l'étranger par le biais d'implantations industrielles et commerciales. Le groupe P.S.A. dispose depuis longtemps d'un réseau commercial et d'usines d'assemblage dans diverses parties du monde, des entreprises de moindre taille se lancent également dans l'aventure, en créant par exemple des filiales en "joint-venture" pour assurer leurs ventes en Europe ou aux Etats-Unis. Les horlogers, dont l'orientation exportatrice est ancienne, multiplient les agences à l'étranger et recourent au système de la franchise. Certains d'ailleurs se groupent pour renforcer leur présence et assurer un meilleur suivi ; plusieurs entreprises horlogères ont ainsi créé récemment un groupement d'intérêt économique qui dispose désormais d'un bureau à New-York.

Toutefois, de gros progrès restent à accomplir, en particulier pour que les PME développent une véritable culture d'exportation, et pour que certains secteurs traditionnellement comtois accèdent résolument au marché extérieur. On peut ainsi s'étonner que les produits de l'agriculture, de la sylviculture et des industries agro-alimentaires ne représentent que 3,6 % des exportations régionales.

Le monde entier, mais surtout l'Europe

Au vu des chiffres publiés chaque année par la Direction Régionale des Douanes, la liste des pays en relation commerciale avec la Franche-Comté est impressionnante, en particulier à l'exportation. De l'Argentine au Japon, et des Etats-Unis à l'Ile Maurice, les produits "made in Franche-



Comté" sont acheminés dans le monde entier. Cependant, l'essentiel de nos échanges est réalisé avec les pays de la Communauté Economique Européenne. Celle-ci nous procure en effet 68 % de nos importations (60 % seulement pour la France) et accueille 58 % de nos exportations (contre 63 % pour la France). Ces chiffres soulignent donc tout à la fois une certaine étroitesse du marché d'approvisionnement et une large ouverture des destinations de vente.

Nos principaux clients sont dans l'ordre :

- L'Italie, qui arrive largement en tête avec près de 15 % de nos ventes à l'étranger, et qui nous achète principalement des automobiles (50 % du total de nos ventes), mais aussi du matériel électronique.

- Le Royaume-Uni, avec 9,50 % de nos exportations, mais une courbe très irrégulière depuis dix ans et des achats qui concernent presque exclusivement l'automobile et l'équipement pour automobile.

- L'Espagne, qui atteint pratiquement le même pourcentage alors qu'elle n'accueillait que 3 % des exportations comtoises en 1986, là encore il s'agit essentiellement de voitures particulières.

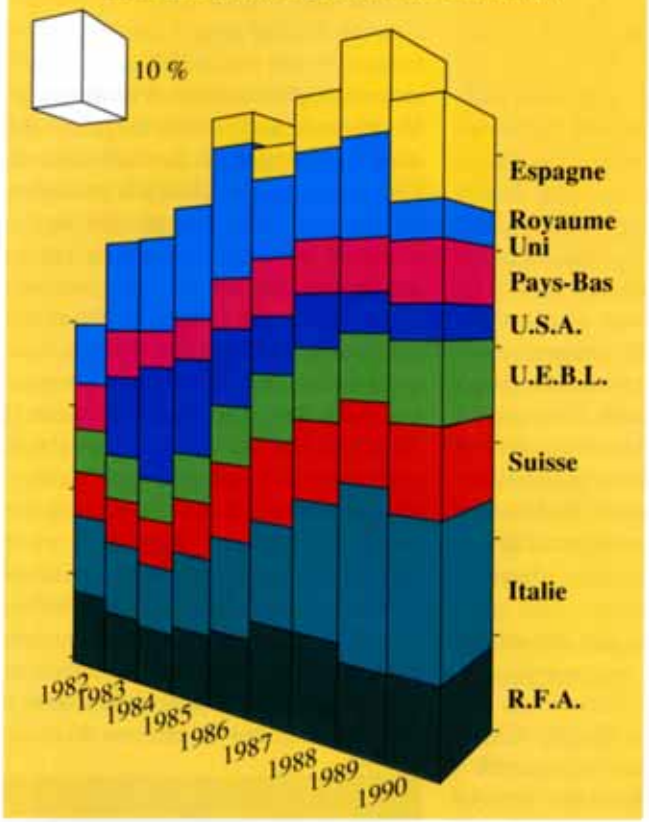
- L'Allemagne, quant à elle, ne reçoit que 8,30 % de nos ventes, et les échanges avec ce proche voisin sont nettement déficitaires puisque nos exportations ne couvrent qu'une grosse moitié de nos importations. En revanche, la structure de ces exportations est plus équilibrée, l'automobile n'en représentant que le cinquième. La Franche-Comté vend également à l'Allemagne des produits de la chimie organique, du matériel de précision, des produits métallurgiques et du matériel électrique, ce qui constitue une base tout à fait encourageante quand on sait l'excellence de l'industrie allemande dans ces différents domaines.

- L'Union Economique Belge et Luxembourgeoise est également dans ce peloton de tête : 7,5 % de nos ventes à l'extérieur y sont réalisées ; ce sont de nouveau les automobiles qui forment l'essentiel des livraisons, mais les produits chimiques obtiennent un score assez élevé ainsi que le beurre et le fromage. Mais ce client très éclectique est déjà dépassé par un pays extérieur à la CEE, la Suisse, qui a franchi cette année la barre des 8 %.

- La Suisse est un partenaire naturel et ancien de la Franche-Comté, on connaît les liens historiques entre les horlogeries helvétique et comtoise, on sait aussi que la frontière entre la Suisse et la Franche-Comté va constituer

Part des principaux clients dans les exportations en valeur : évolution depuis 1982

(seuls les pays accueillant plus de 3 % des exportations régionales ont été retenus



en 1993 le seul contact géographique de grande taille entre la CEE et les pays de l'AELE*. Si elle parvient à valoriser cette chance la Franche-Comté pourrait être amenée à jouer dans les années à venir un rôle de plate-forme entre la Suisse et la CEE. D'ores et déjà, la Franche-Comté arrive en tête des régions françaises pour les exportations à destination de l'Europe extérieure à la CEE.

Pour l'heure, le commerce comtois avec les cantons suisses ne cesse de croître, aux importations comme aux exportations ; il est de plus largement excédentaire et s'avère très équilibré. Les automobiles ne représentent que le tiers des trois milliards que nous avons exportés outre Jura en 1990, le reste est composé en particulier de produits chimiques, d'horlogerie, et de bijouterie-joaillerie. Nous achetons en revanche à la Suisse de nombreuses machines-outils, et des produits de l'horlogerie !

Derrière ce peloton de tête, on trouve un groupe de pays en position intermédiaire.

- Les Pays-Bas n'attirent encore que 5 % de nos exportations mais la courbe est en progression constante depuis 1984. Les automobiles en constituent une bonne moitié, mais «l'autre pays du fromage» nous achète également du matériel électrique et ... des produits laitiers.

- Les Etats-Unis, après avoir contribué pour plus de 12 % à nos exportations au début des années 80, n'en accueillent plus que 3,8 %. L'automobile est tombée à un niveau très faible (percée des constructeurs japonais sur le marché américain ?) et les autres secteurs ont stagné. Le premier poste d'exportation est désormais constitué par les instruments et matériels de précision, au premier rang desquels se trouve la lunetterie.

Les autres pays ne représentent par rapport aux précédents que des proportions marginales, nous n'entrerons donc pas dans le détail de leur énumération, mais certains peuvent toutefois être considérés comme des partenaires potentiels avec lesquels il va falloir apprendre à travailler, les 1,25 % obtenus avec le Japon ne sont pas ridicules, pas plus que les 1,35 % à destination de la Chine.

En dehors de ces encourageantes et imposantes exceptions, les pays d'Asie sont singulièrement absents de nos carnets de commande, tout au plus quelques échanges avec plusieurs petits pays d'Asie du Sud-Est laissent-ils deviner le rôle d'intermédiaires joué par certains d'entre eux, comme Hong-Kong, dans l'élaboration de produits horlogers ou textiles.

Nos échanges avec les pays en voie de développement et en particulier avec l'Afrique, sont d'ailleurs globalement en perte de vitesse ; en 1987 la Franche-Comté arrivait en tête des régions françaises pour les exportations à destination du Maghreb et des PVD hors zone Franc, aujourd'hui, la situation semble s'être alignée sur celle des autres régions.

La même remarque peut être formulée à propos des relations commerciales avec les pays de l'ex-bloc de l'Est. En 1987, la Franche-Comté était très largement en première place sur ces destinations, avec une proportion de ses ventes presque trois fois plus importante que la moyenne nationale ; elle n'est plus aujourd'hui qu'en troisième position, avec des résultats à peine supérieurs à ceux de la moyenne française.

Développement des liens avec la CEE, abandon de certains marchés traditionnels éloignés mais renforcement des relations particulières avec la Suisse, telle semble être l'évolution récente des échanges extérieurs de la Franche-Comté. ■

*AELE : Association Européenne de Libre Echange