



Compétitivité des pays de la zone euro : le coût de la compétitivité à tout prix

Christophe Blot, Marion Cochard

► To cite this version:

Christophe Blot, Marion Cochard. Compétitivité des pays de la zone euro : le coût de la compétitivité à tout prix. Lettre de l'OFCE, 2010, 322, pp.1-4. <hal-01023894>

HAL Id: hal-01023894

<https://sciencespo.hal.science/hal-01023894v1>

Submitted on 15 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.



HAL Authorization

Compétitivité des pays de la zone euro Le coût de la compétitivité à tout prix

Christophe Blot et Marion Cochard

OFCE, Centre de recherche en économie
de Sciences Po

En adoptant une monnaie commune, les membres de la zone euro ont choisi de déléguer leur politique monétaire à une banque centrale indépendante dont l'objectif principal était de garantir la stabilité des prix. En écartant définitivement les possibilités de dévaluation compétitive au sein de la zone, l'unification monétaire favorise la convergence des prix entre les États membres. Pour autant, si la création de l'euro a bien permis de réduire la volatilité des taux de change réel, les indicateurs de compétitivité des États membres ont divergé au cours des dernières années, principalement du fait des stratégies différentes en matière de compétitivité. Dans la course à la compétitivité, l'Allemagne a incontestablement marqué des points. Cela lui a permis de gagner des parts de marché, principalement réalisées à l'intérieur de la zone, provoquant une forte redistribution des cartes. Mais plus qu'une finalité, la compétitivité n'est qu'un moyen parmi d'autres d'atteindre une croissance plus élevée. Et en adossant son commerce extérieur sur la contraction des salaires plutôt que sur une politique d'innovation active et de productivité, l'Allemagne n'a pas surpassé ses partenaires européens en termes de croissance.

En 1999, 11 pays adoptaient la même monnaie, confiant leur politique monétaire à une banque centrale indépendante dont l'objectif principal était de garantir la stabilité des prix au sein de la zone euro. De la Grèce jusqu'à l'adhésion récente de la Slovaquie, 5 pays ont depuis rejoint l'Union concédant à leur tour une partie de leur souveraineté. Parmi les gains attendus de l'union monétaire, la suppression des monnaies nationales est supposée réduire les coûts de transaction (coûts de couverture et de conversion) des opérations transfrontalières ; l'adoption d'une monnaie commune accroîtrait la transparence et donc la concurrence, ce qui favoriserait la convergence des prix entre les États membres et améliorerait l'efficacité productive au sein de l'espace économique. En contrepartie, les États délèguent la mise en œuvre de la politique monétaire et de la politique de change. L'unification monétaire écarte donc définitivement le risque d'attaques spéculatives ainsi que les possibilités de dévaluation ou de dépréciations compétitives au sein de la zone. Ces stratégies non coopératives permettaient de gagner des parts de marché au détriment de ses partenaires commerciaux par le biais d'une modification du taux de change, choisie ou contrainte lorsque la monnaie faisait l'objet d'une attaque. Pour autant, si les variations des taux de change nominal ont bel et bien disparu au sein de l'Union, les taux de change réel fluctuent toujours, non seulement au gré des variations de l'euro vis-à-vis des monnaies des pays non membres de l'Union, mais également du fait des écarts de prix relatifs entre pays membres de la zone euro, qui résultent des différentes stratégies poursuivies en matière de compétitivité. Ainsi, à l'heure où le modèle allemand, axé sur la maîtrise des coûts salariaux et la promotion des exportations, est critiqué et, alors que l'adoption des 35 heures est régulièrement dénoncée comme un frein à la compétitivité des entreprises françaises, il est important de dresser un bilan de l'évolution de la compétitivité et de ses déterminants. S'il apparaît que l'adoption de l'euro a bien permis de réduire la volatilité des taux de change réel, les indicateurs de compétitivité des États membres ont cependant divergé au cours des dernières années. Dans la course à la compétitivité l'Allemagne a incontestablement marqué des points, ce qui lui a permis de gagner des parts de marché. Les gains furent cependant principalement réalisés à l'intérieur de la zone, provoquant une forte redistribution des cartes. Mais la compétitivité ne doit pas être une finalité, elle n'est qu'un moyen parmi d'autres d'atteindre une croissance plus élevée et, à ce jeu, l'Allemagne ne s'en est pas forcément mieux tirée que ses partenaires commerciaux.

Compétitivité-prix : l'Allemagne vire en tête

La compétitivité mesure la capacité des entreprises d'un pays à s'insérer dans le commerce international. Souvent décrite par la seule compétitivité-prix, mais recouvrant également un ensemble de facteurs d'offre (qualité, innovation...) dits compétitivité hors-prix. Les fluctuations des taux de change sont le principal moteur de l'évolution de la compétitivité-prix, non seulement parce qu'elles sont plus volatiles que les prix relatifs mais aussi parce qu'elles conditionnent les stratégies compétitives mises en œuvre nationalement ou au niveau des entreprises.

De la création de l'euro à fin 2000, la monnaie unique s'est dépréciée – de près de 20 % – ce qui a permis à l'ensemble des pays de la zone, de gagner en compétitivité (graphique 1). Entre 2001 et 2008, l'euro s'est apprécié de 70 %. Pourtant, jusqu'en 2003, la dégradation de la compétitivité des pays de l'Union reste modérée, la France parvenant notamment à amortir l'impact du rebond de l'euro sur la compétitivité. Loin des idées reçues, au cours de la période suivant la mise en place des 35 heures, l'évolution de la compétitivité a été bien plus favorable en France que chez la plupart de ses voisins européens, grâce à une modé-

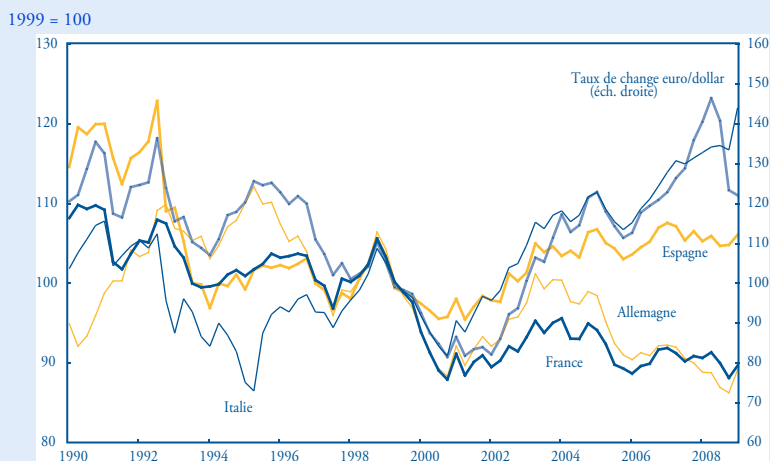
Centre de recherche en économie de Sciences Po

69, quai d'Orsay - 75340 Paris Cedex 07
Tél/ 01 44 18 54 00 - Fax/ 01 45 56 06 15
www.ofce.sciences-po.fr

Édité par les Presses de Sciences Po

117, boulevard Saint-Germain - 75006 Paris
Tél/ 01 45 49 83 64 - Fax/ 01 45 49 83 34

Graphique 1 : Compétitivité-prix à l'exportation des principaux pays de la zone euro



Sources : FMI, données nationales, calculs OFCE.

ration salariale et d'importants gains de productivité dans l'industrie (+2,4 % annuels sur la période, cf. tableau 1), secteur qui est le principal contributeur aux échanges commerciaux mondiaux. À l'inverse, la dérive des coûts salariaux italiens couplée à l'atonie de la productivité s'est traduite par le décrochage de la compétitivité italienne.

En fait, les divergences entre pays apparaissent après 2003 et la France voit alors sa compétitivité se dégrader. Face au rebond de la monnaie unique, les choix opérés par les différents pays de la zone en matière de politique salariale et de comportement de marges à l'exportation des entreprises ont été contrastés. Le décrochage italien connaît une accélération tandis que les autres pays de la zone tentent de contenir l'appréciation de l'euro. Grâce à une productivité dynamique (+3,2 % par an en moyenne entre 2003 et 2007), et surtout d'importants efforts de marge à l'exportation¹, la France parvient à amortir l'impact des fluctuations de la monnaie unique : de 2003 à 2008, la compétitivité-prix française ne se dégrade que de 4,6 %, tandis que l'euro enregistre une hausse de près de 40 % par rapport au dollar. Ce faisant, les entreprises françaises sont parvenues à maintenir une compétitivité-prix proche de celle de leurs homologues d'outre-Rhin alors même que l'Allemagne procédait à une réorientation radicale de son modèle de croissance. En effet, pour restaurer une compétitivité érodée après la réunification, l'Allemagne a réactivé le cercle vicieux de la désinflation compétitive au sein de la zone euro. Privée de l'instrument du taux de change, l'Allemagne s'est distinguée de ses partenaires européens en choisissant d'adosser sa

croissance à son commerce extérieur *via* une stratégie de maîtrise des coûts. Cette réorientation s'est appuyée à la fois sur une volonté politique, au travers des réformes du marché du travail², et sur le développement d'une stratégie menée par les entreprises allemandes qui ont accru la sous-traitance d'une partie du processus de production dans des pays à moindre coût, notamment dans les pays d'Europe centrale et orientale. Cette stratégie d'« économie de bazar », contribuant au renforcement de la fragmentation des processus de production, aurait permis aux entreprises allemandes de renforcer leur compétitivité. Quant aux réformes du marché du travail, elles furent amorcées dès 1999, avec des exonérations d'impôts favorisant le développement d'emplois précaires et à temps partiel. Elles ont été accompagnées d'accords négociés entre syndicats et patronat visant à limiter la progression des salaires. Cette politique de baisse des coûts salariaux s'est accélérée en 2002, par le biais d'accords de branches dans un premier temps, puis par les mesures contenues dans les réformes Hartz du marché du travail adoptées en 2003. Enfin, en 2007, l'Allemagne augmentait son taux de TVA de 3 points, réduisant dans le même temps les cotisations sociales. Cette politique s'est traduite par une chute moyenne de 3,6 % des coûts salariaux unitaires dans l'industrie entre 2003 et 2007³, tandis qu'ils se stabilisaient en France avec des salaires plus dynamiques et en ligne avec les gains de productivité (tableau 1). La part des salaires dans la valeur ajoutée a ainsi fortement chuté en Allemagne (passant de 65,4 % à 62,2 % entre 2003 et 2007),

tandis qu'elle se maintenait en France et en Italie. Il n'est donc pas possible de parler de dérapage des coûts et de la compétitivité en France. En la matière, l'exception est allemande, et dans une moindre mesure hollandaise, mais la compétitivité de l'économie allemande a été acquise au prix d'une compression des salaires sans précédent qui a pesé sur le dynamisme de la demande intérieure et donc sur la demande adressée aux principaux partenaires commerciaux de l'Allemagne.

Redistribution des cartes

Si l'évolution des mesures de compétitivité-prix est insuffisante pour rendre compte de l'évolution des soldes commerciaux et des parts de marché⁴, elle demeure néanmoins un déterminant important. Les divergences observées en matière de compétitivité-prix se sont nécessairement répercutées sur les performances des pays de la zone euro en matière de commerce extérieur.

À cet égard, l'évolution des soldes commerciaux est un premier révélateur de ces écarts de performance. La position allemande s'est renforcée puisque l'excédent commercial est passé de 3,2 % du PIB en 1999 à 8,1 % en 2007⁵. Malgré une spécialisation géographique et sectorielle assez proche, la situation française s'est, dans le même temps, renversée passant d'un excédent commercial de 1,0 % du PIB en 1999 à un déficit de 2,1 % en 2007. Les trajectoires suivies par l'Italie et l'Espagne ont été plutôt en ligne avec celle de la France. Si la hausse quasi-continue du prix du pétrole explique en partie la dégradation des soldes commerciaux, elle ne peut pas rendre compte de l'évolution des soldes intra-zone. Ainsi, une part importante du déficit commercial français résulte d'un déficit des opérations réalisées avec les autres membres de la zone euro. En 2007, ce déficit s'élevait à 26 milliards d'euros pour un excédent total de 42 milliards, contre un excédent de 5,4 milliards en 1999. En Italie, les échanges intra-zone étaient également quasi-équilibrés en 1999 avant d'être systématiquement en déficit depuis. En Espagne, le solde commercial intra-zone euro a plus que doublé passant de 14 milliards d'euros en 1999 à 37 milliards en 2007. Inversement, le solde s'est considérablement amélioré en Allemagne et dépassait 114 milliards en 2007 contre

4. Voir Blot et Cochard (2008) : « L'énigme des exportations revisitée », *Revue de l'OFCE*, n°106.

5. Le sur-ajustement du commerce mondial consécutif à la crise financière a sans doute perturbé le lien entre les performances commerciales et la compétitivité. Il est donc difficile de tirer des enseignements de l'évolution des soldes commerciaux en 2008 et 2009.

1. L'effort de marge rapporte la compétitivité-prix à la compétitivité-coût.

2. Voir Chagny (2005) pour plus de détails.

3. L'effondrement de la productivité en 2008 et 2009 rend difficile toute interprétation de l'évolution des coûts salariaux unitaires sur la période couvrant la crise.

Tableau 1 : Évolution du coût salarial unitaire dans l'industrie

Taux de croissance moyen, en %

	Allemagne			France			Italie			Espagne			Pays-Bas		
	1995-2000	2000-2003	2003-2007	1995-2000	2000-2003	2003-2007	1995-2000	2000-2003	2003-2007	1995-2000	2000-2003	2003-2007	1995-2000	2000-2003	2003-2007
Rémunération salariale par tête (1)	0,8	1,1	-1,1	1,2	2,6	3,3	2,4	3,1	2,2	1,8	2,6	2,8	-	4,9	3,1
Productivité par tête (2)	1,3	0,7	2,5	3,4	2,4	3,2	1,1	-1,1	0,8	1,1	0,1	0,7	-	2,5	4,4
coût salarial unitaire (CSU) (1)-(2)	-0,5	0,3	-3,6	-2,2	0,2	0,1	1,3	4,2	1,5	0,7	2,5	2,1	0,1	2,5	-1,3

Source : OCDE.

36,3 milliards en 1999. Ces évolutions ne résultent évidemment pas uniquement des écarts de compétitivité, et reflètent notamment les écarts de croissance entre les pays de la zone euro. Alors que la forte croissance espagnole a stimulé les importations, l'atonie de la demande intérieure en Allemagne, après 2001, a contraint les débouchés des entreprises allemandes et de leurs concurrents européens.

Plus que sur l'évolution des importations, la divergence allemande a été manifeste sur la dynamique des exportations et des parts de marché dans la phase d'appréciation de la monnaie unique. La stratégie allemande basée sur l'amélioration de sa compétitivité-coût lui a permis de maintenir globalement sa position alors que l'Italie, la France et l'Espagne ont perdu des parts de marché. Mais, surtout, alors que l'absence de fluctuations des taux de change entre pays membres aurait dû amortir les effets de l'appréciation de l'euro et stabiliser les positions à l'intérieur de la zone euro, l'évolution des parts de marché intra-zone euro montre qu'il en a été tout autrement (graphique 2). L'Allemagne a ainsi gagné près de 15 points de parts de marché à l'intérieur de la zone euro⁶ entre 2001 et 2008 alors que les exportations françaises, italiennes et espagnoles progressaient nettement moins rapidement que la demande émanant des autres pays de la zone euro. L'appréciation de l'euro est certes pénalisante à l'intérieur de la zone euro puisqu'elle détourne une partie de la demande des pays membres en faveur des pays non membres. Mais cet argument est insuffisant pour expliquer une telle redistribution des cartes entre les membres de la zone euro.

De toute évidence, la stratégie allemande visant à réduire les coûts a permis de contrebalancer l'appréciation de l'euro. Les entreprises allemandes ont pu maintenir leur compétitivité-prix sans avoir à réduire systématiquement leur marge. Bénéficiant en outre d'une demande plus faiblement élastique aux prix, l'Allemagne a pu stabiliser ses parts de marché hors zone euro et renforcer sa position dans la zone euro notamment après 2003. De fait, la stratégie allemande s'apparente à une politique de désinflation compétitive⁷. Elle a permis à l'Allemagne de mieux résister à l'appréciation de l'euro, mais a également pesé sur les performances à l'exportation de ses partenaires commerciaux. En France, le contexte salarial fut différent et, face à l'appréciation de l'euro, les entreprises françaises ont privilégié l'ajustement de leur marge. La compétitivité-prix fut certes maintenue, mais les entreprises françaises ont perdu des parts de marché. Il est donc probable qu'un nombre croissant d'entreprises hexagonales ne soient pas parvenues à suivre la course à la compétitivité et qu'elles aient été évincées du marché, comme en témoigne la baisse continue du nombre d'entreprises exportatrices depuis 2001. En outre, du fait de coûts irrécupérables liés à l'implantation sur de nouveaux marchés à l'étranger, de moins en moins d'entreprises ont pu se lancer à la conquête de nouveaux débouchés⁸. Ainsi, le nombre d'entreprises françaises présentes sur les marchés à l'exportation est passé de plus de 107 000 en 2001 à moins de 100 000 en 2005. Avec la crise, ce nombre a continué à baisser : 91 500 en 2009. Dans ces conditions, il est possible que le maintien de la compétitivité-prix de la France soit en partie artificiel, reflétant la position

des entreprises survivantes qui auront pu comprimer leur marge. Cette baisse des marges a pu se faire au détriment d'investissements et d'innovations qui sont des facteurs essentiels pour améliorer la compétitivité-prix mais aussi la compétitivité hors-prix. De fait, comparativement à l'Allemagne, les entreprises françaises sont moins innovantes, ce qui contribuerait à expliquer les difficultés des entreprises françaises à l'exportation⁹.

En Espagne, les pertes de part de marché ont été finalement plutôt modérées – comparables à celles de la France à l'intérieur de la zone euro – au regard de la dégradation de la compétitivité. L'intégration croissante de l'économie espagnole dans le commerce mondial, depuis le milieu des années 1990, a vraisemblablement contribué à limiter les pertes de parts de marché malgré une compétitivité-prix peu favorable. Quant à l'Italie, le déclin régulier des parts de marché est plus cohérent avec la dégradation de la compétitivité, surtout que le positionnement des entreprises italiennes, moins favorable en termes de gamme ou de contenu technologique, les expose particulièrement aux mouvements de prix relatifs.

Victoire à la Pyrrhus

Souvent parée de toutes les vertus et considérée comme un modèle de compétitivité, la stratégie allemande n'est cependant pas exempte de risques. Premièrement, cette stratégie s'apparente à une désinflation compétitive puisque les parts de marché gagnées par l'Allemagne l'ont essentiellement été au détriment de ses partenaires de la zone euro. On peut justifier cette politique menée depuis 1999 qui aurait permis à l'Allemagne de regagner les parts de marché perdues lors de la phase de désinflation compétitive européenne au début des années 1990. Il reste que l'absence de coordination ne

6. Broyer et Brunner (2010) expliquent cependant qu'une fraction de ces gains de parts de marché est factice du fait d'un montant de réexportations directes particulièrement élevé en Allemagne, les marchandises ne faisant que transiter par les ports allemands (voir le *Flash Économie* de Natixis n° 193).

7. Cette idée est aussi défendue par Creel et Le Cacheux (2006) dans « La nouvelle désinflation compétitive européenne », *Revue de l'OFCE*, n° 98, pp. 9-36.

8. Voir Guillou (2008) : « Pourquoi les entreprises françaises souffrent-elles de la force de l'euro ? », *Lettre de l'OFCE*, n° 295.

9. Voir OFCE (2010) : *L'industrie manufacturière française*, Éditions La Découverte, Collection Repères.

peut en aucun cas être un moteur de la construction européenne. En outre, il existe un risque d'une surenchère où chaque pays souhaiterait successivement regagner les parts de marché perdues précédemment en s'engageant à son tour dans la course à la compétitivité. Cette stratégie serait évidemment dommageable à l'ensemble de la zone.

Surtout, l'intérêt d'une telle option est loin d'être avéré lorsque l'on compare les résultats en termes de croissance des quatre grands pays de la zone. L'Allemagne a certes gagné en compétitivité et en parts de marché mais, comparativement à la France et à l'Espagne, sa croissance a été faible (tableau 2). Alors que sur la période précédant l'UEM, la France et l'Allemagne affichaient des performances comparables, depuis 1999 et avant la crise financière de 2008, la croissance française était en moyenne de 2,2 % contre 1,6 % en Allemagne. Le basculement allemand vers le commerce extérieur est net puisque d'une période à l'autre, la contribution du commerce extérieur est passée de 0 à 0,9 point pour un taux de croissance comparable. Inversement, la contribution de la demande intérieure a été particulièrement réduite. En France, elle contribuait à hauteur de 2,6 points à la croissance avec un effet de la consommation estimé à 1,5 point contre 0,5 en Allemagne. En Italie la croissance est restée très faible depuis 1992 alors que l'Espagne profitait au contraire d'un boom lié en partie au marché immobilier qui s'est interrompu brutalement en 2008. La crise a également révélé la fragilité du modèle de croissance allemand, fortement dépendant du commerce extérieur : les exportations dépassaient 50 % du PIB en 2008. En glissement annuel, les exportations se sont effon-

Tableau 2 : Croissance et contributions à la croissance

En %		Allemagne	France	Italie	Espagne *
1992-1998	Croissance	1,5	1,6	1,3	3,6
	Contribution DI	1,6	1,1	0,7	3,9
	Contribution externe	0,0	0,4	0,5	-0,3
1999-2007	Croissance	1,6	2,2	1,5	3,7
	Contribution DI	0,9	2,6	1,6	4,8
	Contribution externe	0,9	-0,4	-0,2	-1,2
2008-2009	Croissance	-2,0	-0,9	-3,2	-1,4
	Contribution DI	-0,1	0,2	-2,3	-3,5
	Contribution externe	-1,9	-0,3	-0,5	2,6

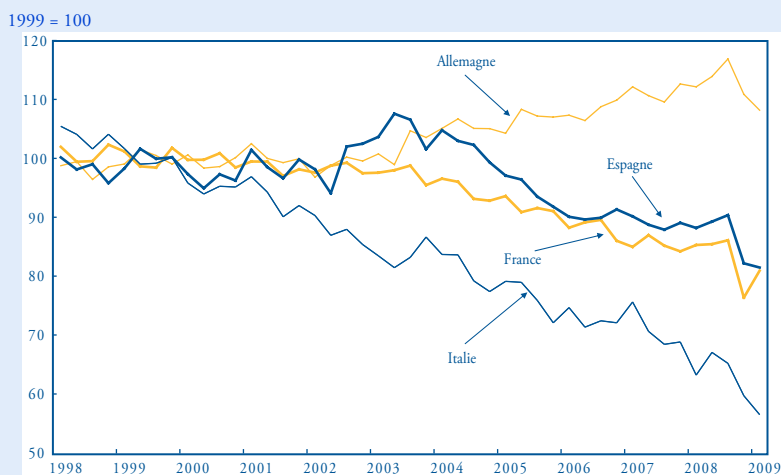
* Données disponibles uniquement à partir de 1996.
Sources : Données nationales, Eurostat.

drées de plus de 18 % à la fin du deuxième trimestre 2009. La contribution du commerce extérieur à la croissance expliquait les trois quarts de la chute d'activité et, de fait, l'Allemagne fut avec le Japon le pays industrialisé le plus touché par la crise. Quant à la France, sa résistance s'explique par la faible exposition au commerce extérieur et par le faible recul de la demande intérieure. Aujourd'hui l'Allemagne n'entend pas remettre en cause son modèle de croissance et on peut craindre que le choix de la modération salariale n'entraîne la zone euro dans une dynamique proche de celle observée entre 1999 et 2007. L'Allemagne gagnera des parts de marché mais au détriment de la consommation des ménages qui risque fort de rester anémique.

En dix années d'union monétaire, il apparaît que les situations relatives en matière de compétitivité n'ont pas été figées par l'adoption d'une monnaie et d'une politique monétaire communes. Certes, la compétitivité allemande fut

parfaitement maîtrisée, ce qui a permis de stabiliser les parts de marché à l'exportation dans un contexte marqué par la forte appréciation de l'euro depuis 2001. Mais la croissance n'a pas été au rendez-vous. En France, la mise en œuvre des 35 heures n'a pas eu d'effets négatifs sur la compétitivité. L'augmentation des coûts unitaires y fut certes plus élevée qu'en Allemagne mais moindre que dans les autres pays de la zone euro. Le lien entre compétitivité et croissance n'est pas systématique. La recherche de la compétitivité à tout prix peut même être contreproductive si elle s'appuie sur la contraction des salaires plutôt que sur les gains de productivité. D'une part, les gains en termes de parts de marché qu'elle induit se font nécessairement au détriment des partenaires commerciaux les plus proches, ce qui ne peut assurément pas servir de modèle de croissance dans un espace économique intégré tel que la zone euro. D'autre part, des gains de compétitivité résultant d'une modération salariale pèsent sur la consommation des ménages privant ainsi la croissance d'un moteur essentiel, surtout quand ce type de stratégie est poursuivi par un grand pays. L'insertion des pays de la zone euro dans le commerce international est certes un élément clé de la croissance, mais elle n'en sera que plus efficace si elle se fait par la mise en œuvre d'une politique d'innovation active et coordonnée plutôt que par une course à la baisse des coûts. ■

Graphique 2 : Parts de marché intra-zone euro



Note : Ces parts de marché sont calculées à partir des exportations vers la zone euro et de la demande adressée émanant de la zone euro.

Sources : FMI, données nationales, calculs OFCE.

Abonnements

Tél/ 01 45 49 83 64 - Fax/ 01 45 49 83 34

Directeur de la publication :

Jean-Paul Fitoussi

ISSN N° 0751-66 14 ■ Commission paritaire n° 65424

Mise en page : Esther Benbassat

Imprimerie Bialec, Nancy

Prix : 4,50 €