

LA LETTRE DU

N° 271 – OCTOBRE 2007

CEPII **CENTRE
D'ETUDES PROSPECTIVES
ET D'INFORMATIONS
INTERNATIONALES**

LE CLUB TRÈS SELECT DES FIRMES EXPORTATRICES

La mondialisation est partout. Du moins, c'est l'impression qu'elle donne : de plus en plus de pays s'ouvrent aux échanges internationaux et de moins en moins de secteurs semblent protégés de la concurrence internationale. Cette impression correspond bien aux analyses traditionnelles, qui considèrent que les échanges commerciaux sont affaire de spécialisation intersectorielle et qui se focalisent essentiellement sur les barrières telles que les droits de douane ou les coûts de transport. Mais l'accès à des données fines, au niveau de chaque entreprise exportatrice, fait apparaître un paysage sensiblement différent et permet de dresser un constat plus précis et nuancé de la mondialisation. L'analyse des bases de données des douanes et de l'INSEE montre que la proportion des firmes françaises qui ont directement une activité d'exportation est étonnamment faible, et que ces entreprises se distinguent nettement des autres : elles sont plus grandes, plus productives et versent des salaires plus élevés à leurs employés. Un éclairage sur ces "stars" qui font la mondialisation est nécessaire pour comprendre l'ampleur réelle de l'internationalisation des marchés et mieux identifier les barrières qui entravent effectivement les capacités d'exportation d'un pays comme la France.

■ Point de vue et images de la mondialisation

La plupart des outils théoriques à notre disposition pour décrypter la montée en puissance des échanges commerciaux considèrent, implicitement ou explicitement, que toutes les firmes sont identiques. Ces dernières années, plusieurs modèles théoriques sont revenus sur cette hypothèse d'homogénéité¹. Ils s'appuient sur un ensemble d'hypothèses simples et intuitives. Ils supposent que les firmes diffèrent les unes des autres en termes de productivité et que, pour exporter, chacune doit faire face non seulement à un coût variable (coût de transport et droit de douane *ad valorem*), mais aussi à un coût fixe. Ce dernier est lié, par exemple, à la promotion des produits, à la recherche d'un partenaire commercial, à la mise en place de procédures de déclaration en douane et de nouvelles méthodes comptables, à la traduction des notices et catalogues, et éventuellement à la mise du produit aux normes des pays importateurs. Dans ces conditions, une sélection des firmes s'opère. Toutes les firmes n'exportent pas : seules les plus productives, qui peuvent espérer réaliser des ventes à l'étranger suffisamment importantes pour couvrir ces coûts fixes, se lancent sur les marchés d'exportation. Ce cadre théorique très simple a des implications importantes. D'une part, il souligne que l'ouverture internationale ne se traduit pas uniquement par des spécialisations intersectorielles ;

l'ouverture bouleverse aussi, au sein de chaque secteur, les relations économiques entre les entreprises qui savent tirer parti des nouvelles opportunités et celles qui ne font que subir le renforcement de la concurrence. D'autre part, ce cadre met en avant l'importance des coûts fixes d'exportation. Au-delà des droits de douane et des coûts de transport, un grand nombre de petites entraves au commerce viennent renchérir le coût de l'accès aux marchés mondiaux et limiter *in fine* le nombre de firmes exportatrices. L'intégration commerciale ne se limite donc pas à l'abaissement des droits de douane et des quotas, qui influencent essentiellement les valeurs des ventes de chaque exportateur, mais concerne aussi la réduction des barrières plus informelles qui constituent des coûts fixes à l'exportation.

■ Le carré VIP

Différents travaux ont mis en évidence l'effet de sélection décrit par la théorie, à partir de données américaines et, plus récemment, européennes². Pour tous les pays, les conclusions vont dans le même sens : l'internationalisation ne concerne qu'une proportion limitée des entreprises. L'analyse des données françaises confirme clairement ce constat.

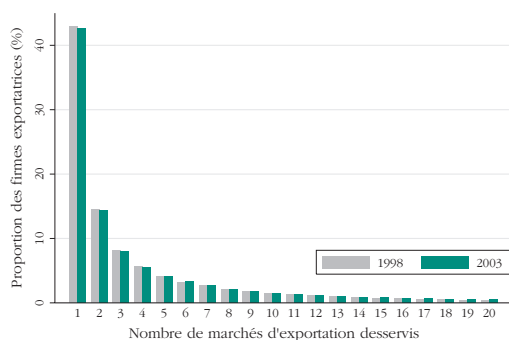
1. Ces modèles reposent essentiellement sur le cadre théorique proposé par Marc Mélitz : M. Mélitz (2003), "The impact of Trade on Aggregate Industry Productivity and Intra-Industry Relocations", *Econometrica*, 71(6): 1695-1725. Voir aussi S. Jean (2002), "International Trade and Firm's Heterogeneity Under Monopolistic Competition", *Open Economies Review*, 13(3): 291-311.

2. A. Bernard & B. Jensen (1999), "Exceptional Exporter Performance: Cause, Effect, or Both?", *Journal of International Economics*, 47 : 1-25. T. Mayer & G.I.P. Ottaviano (2007), "The happy few: the internationalisation of European firms", *Bruegel Blueprint Series*.

En 2003, les douanes françaises recensaient un peu plus de 113 500 entreprises exportatrices de biens primaires ou manufacturiers, avec une valeur exportée moyenne de 3,15 millions d'euros, mais une valeur médiane ne dépassant pas 50 000 euros³. Plus de 100 000 exportateurs, c'est certes beaucoup dans l'absolu, mais cela ne représente que 4,4% de l'ensemble des entreprises françaises. Si l'on exclut les entreprises de services qui n'ont pas vocation à exporter des biens, cette proportion reste faible et montre à quel point le club des exportateurs est sélectif. Il compte 9,2% des entreprises des secteurs agricole, industriel, de construction et de commerce et 19,1% de ces entreprises, commerce exclu. En utilisant des données plus détaillées encore pour l'année 1986, Eaton, Kortum et Kramarz avancent un ordre de grandeur comparable, autour de 17% de firmes exportatrices dans le secteur manufacturier⁴.

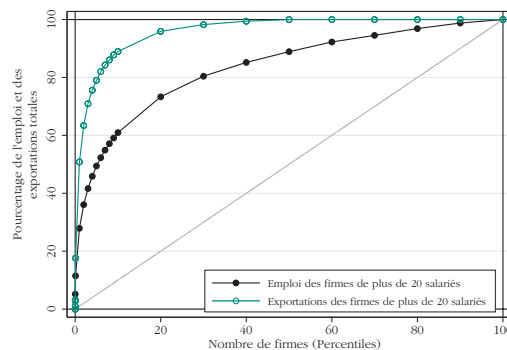
Parmi ces entreprises exportatrices, beaucoup n'interviennent que de façon très marginale sur les marchés mondiaux, soit parce qu'elles n'exportent que vers très peu de pays, soit parce que la valeur exportée est très faible. Le graphique 1 illustre le premier point : 57% des exportateurs français ne sont présents que sur un ou deux marchés et 42% n'exportent en réalité que vers un seul pays, le plus souvent la Belgique, la Suisse ou l'Allemagne. Pour la moitié des exportateurs français, la présence sur les marchés mondiaux se résume à vendre une partie de leur production dans le pays voisin, si bien qu'en réalité seules quelques dizaines de milliers de firmes françaises ont une activité d'exportation qui couvre un espace géographique important. L'observation de la valeur des flux d'exportation amène au même type de conclusion : la plupart des exportateurs déclarent des flux très faibles, si bien que l'essentiel du commerce international français n'est le fait que

Graphique 1 – Proportion des firmes exportatrices qui desservent au plus 1 à 20 pays étrangers



Lecture : plus de 42% des exportateurs français ne desservent qu'un seul marché étranger ; environ 15% n'exportent que vers deux pays.
Source : Statistiques des douanes françaises, calculs CEPIL.

Graphique 2 – Inégalités entre les firmes, en termes d'emploi et d'exportation



Lecture : parmi les firmes françaises de plus de 20 salariés, les 20% plus gros exportateurs réalisent 94% des exportations totales, mais les 20% plus gros employeurs ne représentent qu'environ 75% des emplois totaux.

Source : Statistiques des douanes françaises et Enquêtes Annuelles Entreprises (INSEE), calculs CEPIL.

d'un petit nombre de très gros exportateurs. En 2003, 1% des entreprises exportatrices ont réalisé environ 68% des exportations de la France, et les 10% plus gros exportateurs ont été responsables de 94% des exportations. Cette très forte concentration des flux d'exportation trouve bien évidemment son origine dans les inégalités que l'on observe dans la taille des entreprises. Mais le graphique 2 montre que la concentration des flux d'exportation est nettement plus marquée que celle des emplois. Une autre explication de la forte inégalité entre exportateurs est à chercher du côté de la dispersion des intensités d'exportation. En effet, parmi les firmes exportatrices de plus de 20 salariés, seules 9% réalisent plus de la moitié de leur chiffre d'affaires à l'exportation ; à l'inverse, pour environ 60% des exportatrices de plus de 20 salariés, les ventes à l'étranger ne représentent que 5% du chiffre d'affaires.

En somme, la concentration extrême des flux individuels d'exportation, en termes de couverture géographique et de valeur des flux, constitue un fait saillant qui mérite une attention particulière. Non seulement, les firmes exportatrices constituent un club de "stars" assez restreint, mais le groupe des "superstars" – ces exportateurs capables d'atteindre un grand nombre de pays et de réaliser une grande part de leur activité à l'étranger – forme un carré VIP terriblement sélectif. On voit bien ici à quel point le fait d'étudier le commerce international au niveau des entreprises affecte en profondeur les analyses traditionnelles. Alors que les questions de compétitivité, d'avantages comparatifs ou de déficits commerciaux sont le plus souvent abordées dans une optique purement macro-économique ou sectorielle, il faut bien avoir à l'esprit que plus des deux tiers des exportations d'un pays comme la France (qui est, rappelons-le, le cinquième exportateur mondial) ne sont dus qu'à un petit millier d'entreprises seulement.

3. Pour des raisons de disponibilité statistique, notre analyse porte essentiellement sur l'année 2003. Il faut noter que les données des douanes ne retracent pas la totalité des flux d'exportation. Une partie importante des flux intra-UE ne font pas l'objet de déclaration.

4. J. Eaton, S. Kortum & F. Kramarz (2004), "Dissecting Trade Firms, Industries and Export Destinations", *American Economic Review, Papers and Proceedings*, 93, 150-154. Même s'il est difficile de comparer précisément les bases de données, les chiffres qui ressortent des données américaines sont à peu près les mêmes : environ 20% des entreprises manufacturières exportent (cf. A. Bernard, B. Jensen, S. Redding et P. Schott (2007), "Firms in International Trade", *Journal of Economic Perspectives* 21(3) : 105-130).

■ Les happy few

Un autre fait saillant de l'étude de ces statistiques fines tient aux conditions d'entrée dans le club des firmes exportatrices. La sélection y est sévère. Les entreprises exportatrices sont bel et bien des stars : elles sont plus grandes, mieux équipées et plus productives. Le tableau 1 compare, *au sein de l'échantillon restreint aux entreprises de plus de 20 salariés*, le groupe des firmes exportatrices à celui des entreprises strictement domestiques, pour 19 secteurs de l'industrie manufacturière. En moyenne, les firmes exportatrices de ces secteurs emploient près de quatre fois plus de salariés, le salaire moyen y est 14% plus élevé, et l'intensité capitalistique plus forte de 77%. Surtout, la productivité totale des facteurs des firmes exportatrices est en moyenne 20% plus élevée.

Ces différences importantes entre les exportateurs et les firmes strictement domestiques ne sont pas spécifiques à la France. D'ailleurs, il est important de noter que la supériorité des firmes exportatrices affichée dans le tableau 1 est très vraisemblablement sous-estimée du fait qu'on ne peut étudier ici que les entreprises de plus de 20 salariés. À partir d'un échantillon exhaustif, les données belges et norvégiennes montrent par exemple que les entreprises exportatrices sont non pas 4 fois plus grandes que les firmes domestiques, mais 6 à 9 fois plus⁵.

On peut avancer deux types d'arguments pour expliquer cette supériorité des firmes exportatrices. Comme le suggèrent les théories récentes, les coûts spécifiques liés à l'internationalisation des firmes conduisent à une sélection des

Tableau 1 – Ratios des moyennes observées dans le groupe des firmes exportatrices et des non-exportatrices (firmes de plus de 20 salariés – 2003)

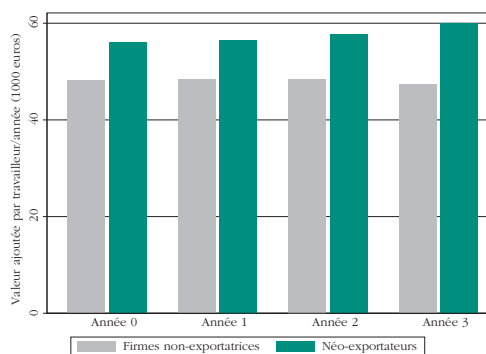
	Proportion exportatrices (%)	Emploi	Salaire	Intensité capitalistique	Productivité (PGF estimée)
Agro-alimentaire	62	2,8	1,11	1,3	1,15
Textile	81	1,9	1,22	1,3	1,35
Habillement	67	1,7	1,54	3,3	1,65
Cuir et chaussure	68	1,7	1,16	1,9	1,07
Bois	54	2,0	1,11	1,6	2,27
Papier et carton	80	3,1	1,09	1,6	1
Édition et imprimerie	54	1,5	1,1	1,2	1,08
Chimie	90	2,5	1,05	1,2	0,73
Caoutchouc et plastique	79	2,0	1,09	1,5	1,01
Minéraux non-métalliques	57	3,7	1,04	1,2	0,94
Métaux	86	2,2	1,04	1,5	1,04
Machines et équipements	78	2,5	1,06	1,6	1,04
Machines de bureau	83	21,6	1,22	2,0	1,63
Machines électriques	75	3,8	1,13	2,1	1,08
Appareils Radio-TV-Com.	70	6,5	1,19	3,4	1,15
Instruments de précision	75	3,1	1,14	2,2	1,08
Automobile	78	0,3	1,08	1,8	1,11
Autres matériels de transport	72	9,1	1,12	1,5	1,11
Meubles	76	2,6	1,11	1,1	1,18
Moyenne	73	3,9	1,14	1,8	1,19

Lecture : parmi les entreprises agro-alimentaires de plus de 20 salariés, les firmes exportatrices emploient 2,8 fois plus de salariés que les non-exportatrices ; elles offrent des salaires 11% plus élevés, ont une intensité capitalistique 30% plus forte et une productivité 15% plus haute.

Source : Statistiques des douanes françaises et Enquêtes Annuelles Entreprises (INSEE), calculs CEPIL.

entreprises à l'entrée sur les marchés d'exportation. Mais le sens de la causalité peut aussi être inversé : dès lors que les firmes parviennent à prendre position sur les marchés étrangers, elles peuvent profiter de leur environnement pour investir et progresser encore. L'analyse des données individuelles semble montrer que ces deux mécanismes jouent conjointement. Le graphique 3 compare la valeur ajoutée moyenne par travailleur des firmes non-exportatrices, à celle des entreprises qui commencent à exporter. On le voit, l'année où la décision d'exportation est prise, les firmes qui changent de statut sont effectivement plus productives que les autres (effet de sélection). Pendant les années qui suivent cette décision, leur avantage ne se dément pas ; bien au contraire, il tend à se renforcer sur les trois premières années. Vraisemblablement, cet effet provient en partie du fait que les entreprises qui commencent à exporter sont *a priori* sur une dynamique de croissance soutenue. Mais cette observation suggère néanmoins que l'expérience sur les marchés mondiaux tend à avoir un effet positif sur les performances des entreprises⁶.

Graphique 3 – Productivité des firmes de plus de 20 salariés qui entrent sur les marchés d'exportation



Source : Statistiques des douanes françaises et Enquêtes Annuelles Entreprises (INSEE), calculs CEPIL.

■ Démocratiser le star-system

Le fait que la plupart des entreprises restent à l'écart des marchés mondiaux amène à reconsidérer les effets de l'ouverture commerciale. L'analyse traditionnelle du commerce international, qui se concentre sur les secteurs d'activité plutôt que sur les firmes elles-mêmes, considère que l'abaissement des barrières commerciales (signature d'accord régional, réduction des coûts de transport...) a pour effet de développer les exportations dans des proportions déterminées par les avantages comparatifs, ou les économies d'échelle. Dès lors que l'on prend en compte la forte hétérogénéité des firmes, l'impact d'une ouverture commerciale est plus complexe. L'abaissement des barrières peut en effet accroître les exportations, *via* un

5. T. Mayer & G.I.P. Ottaviano (2007), *op. cit.*

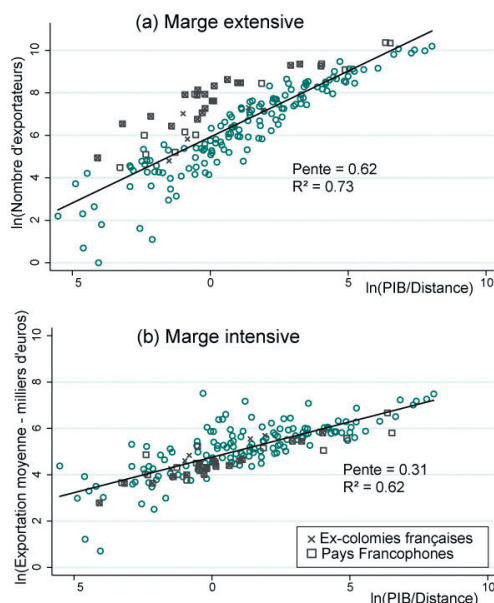
6. Sans la rejeter véritablement, les analyses économétriques peinent cependant à confirmer l'hypothèse d'un effet d'apprentissage sur les marchés d'exportation. Voir A. Bernard & B. Jensen (1999), *op. cit.*, et Bellone *et al.* (2007), "The U-Shaped productivity dynamics of French exporters", *Document de travail ORCE*, pour une étude sur données françaises.

élargissement du club des firmes exportatrices à de nouveaux entrants, ou au contraire en donnant l'opportunité aux "stars" déjà présentes sur les marchés mondiaux d'accroître encore leurs ventes à l'étranger. Les flux agrégés de commerce bilatéraux peuvent ainsi être décomposés en deux parties : le nombre d'exportateurs qui représente l'effet de démocratisation (on parle de marge extensive du commerce international), et la valeur moyenne exportée qui mesure l'effet de renforcement des firmes en place (c'est la marge intensive).

Le graphique 4 explore ces deux marges à partir de la population complète des exportateurs français en 2003. Chacune des parties du graphique représente une des deux marges (en logarithme) en fonction d'une mesure du degré d'accessibilité du marché d'exportation, inspirée des modèles de gravité : le PIB du pays importateur, rapporté à la distance géographique le séparant de la France. La partie (a) s'intéresse à l'effet de l'accessibilité sur le nombre d'exportateurs vers chaque pays du monde. La partie (b) à l'effet de l'accessibilité sur le montant moyen vendu par ces mêmes exportateurs. Cette simple décomposition des exportations bilatérales permet de faire ressortir deux faits importants : (1) Le nombre d'exportateurs et la valeur moyenne vendue par chacun augmentent tous deux avec la taille du pays partenaire et diminuent avec la distance. (2) Un accroissement de l'accessibilité du marché a environ deux fois plus d'effet sur la marge extensive que sur la marge intensive. Les droites de régression reportées sur le graphique 4 montrent que sur un marché étranger deux fois plus proche qu'un autre (ou deux fois plus grand), on verra 62% d'exportateurs en plus, alors que les ventes moyennes de chaque firme ne seront que 30% plus grandes.

En somme, le développement des capacités d'exportation passe avant tout par un mécanisme de démocratisation : il est davantage le fait des nouveaux entrants que de l'essor des firmes en place. Ainsi, l'exploitation de données individuelles de commerce international permet de porter un regard nouveau sur la mondialisation et ses conséquences. Elle conduit aussi à dessiner les contours d'un agenda de politique publique. Si l'essor des exportations passe essentiellement par l'accroissement du nombre d'exportateurs, c'est bien sur les entreprises moyennes, exportateurs potentiels ou très petits exportateurs, que les efforts de soutien à la compétitivité doivent porter. C'est d'autant plus important si les entreprises qui commencent à exporter voient effectivement leur productivité et

Graphique 4 – Marges extensive et intensive du commerce international, 2003



Lecture : sur un marché d'exportation 10% plus grand ou 10% plus proche de la France, les exportateurs français sont 6,2% plus nombreux et la valeur moyenne de leurs ventes est 3,1% plus importante.

Sources : Statistiques des douanes françaises - calculs CEPII.

leur niveau d'emploi progresser par la suite. Enfin, une simple analyse des marges du commerce international montre que de petites barrières aux échanges peuvent avoir des effets importants sur les capacités d'exportation du pays en dissuadant un grand nombre de firmes de faire leur entrée sur les marchés mondiaux. Ces barrières, de nature très diverse, peuvent être liées, par exemple, au manque d'harmonisation des normes imposées par chaque pays, aux insuffisances des systèmes juridiques et administratifs, aux coûts de mise en place des chaînes logistiques... De fait, au-delà des négociations internationales visant à limiter les politiques protectionnistes, le champ de l'action des politiques publiques pour la promotion des exportations est encore bien vaste, et comporte un certain nombre de mesures purement nationales, voire locales. C'est un chantier d'autant plus important pour la France que les statistiques récentes montrent que le nombre d'entreprises exportatrices tend à diminuer ces dernières années : de plus de 113 500 en 2003, il est passé sous la barre des 112 000 en 2004, puis à moins de 111 000 en 2005.

Matthieu Crozet & Thierry Mayer
laure.boivin@cepii.fr

LA LETTRE DU CEPII

© CEPII, PARIS, 2007
RÉDACTION
Centre d'études prospectives
et d'informations internationales,
9, rue Georges-Pitard
75015 Paris.
Tél. : 33 (0)1 53 68 55 14
Fax : 33 (0)1 53 68 55 03

DIRECTEUR DE LA
PUBLICATION :
Agnès Bénassy-Quéré

RÉDACTION EN CHEF :
Agnès Chevallier

GRAPHIQUES :
Didier Boivin

RÉALISATION :
Laure Boivin

DIFFUSION :
La Documentation française.

ABONNEMENT (11 numéros)
France 48,50 € TTC
Europe 50,10 € TTC
DOM-TOM (HT, avion éco.)
49,10 € HT
Autres pays (HT, avion éco.)
50,10 € HT
Supl. avion rapide 0,89 €

Adresser votre commande à :
La Documentation française,
124, rue Henri Barbusse
93308 Aubervilliers Cedex
Tél. : 01 40 15 70 00

Le CEPII est sur le WEB
son adresse : www.cepii.fr

ISSN 0243-1947
CCP n° 1462 AD
4^{ème} trimestre 2007
OCTOBRE 2007
Imp. ROBERT-PARIS
Imprimé en France.

Cette lettre est publiée sous la
responsabilité de la direction du
CEPII. Les opinions qui y sont
exprimées sont celles des auteurs.