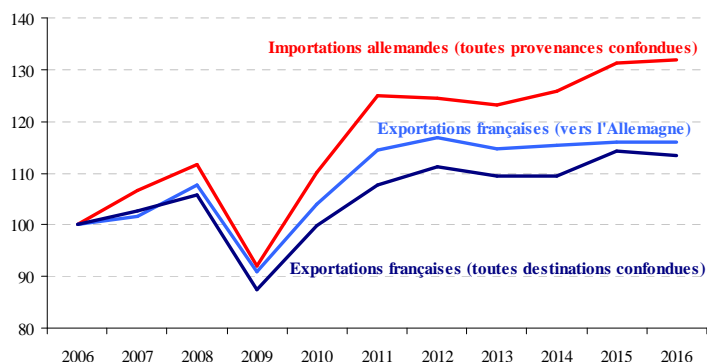




La France profite peu de la reprise allemande depuis 2014

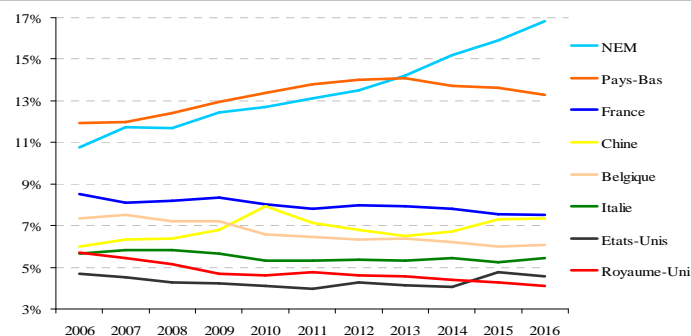
Les importations de l'Allemagne, premier client de la France, repartent nettement à la hausse (+4,4 % entre les deux périodes 2011-2013 et 2014-2016). Cependant, la reprise des achats allemands profite davantage aux nouveaux Etats membres (NEM) qu'aux exportations françaises vers l'Allemagne, qui n'augmentent que de +0,4 %. Même si la France perd des parts de marché, certains secteurs bénéficient néanmoins de la locomotive allemande, surtout les équipements automobiles, la pharmacie et le textile/habillement/cuir. En revanche, cet effet d'entraînement ne joue pas sur les produits de luxe, les véhicules et les biens intermédiaires.

1 Evolutions des exportations françaises et des importations allemandes (indice base 100 en 2006)



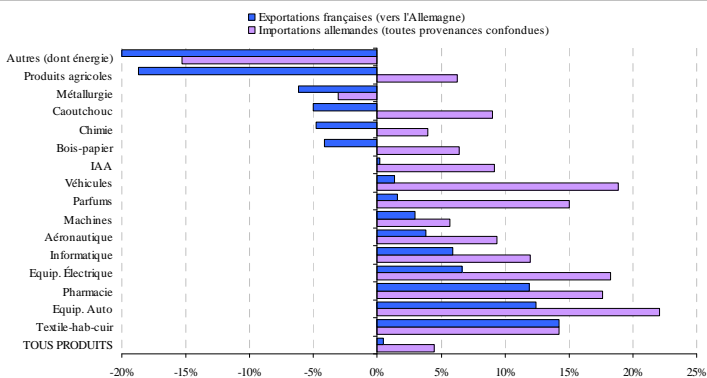
Sources : Eurostat et Douanes

2 Poids des principaux pays fournisseurs dans les importations de l'Allemagne



Sources : Eurostat et Douanes

3 Evolutions des exportations françaises vers l'Allemagne et des importations allemandes entre 2011-2013 et 2014-2016



Sources : Eurostat et Douanes

Guide de lecture : Pour l'ensemble des produits, les importations de l'Allemagne progressent de +4,4 % (toutes provenances confondues), tandis que les exportations françaises n'évoluent que de +0,4 % vers l'Allemagne.

Le dynamisme des importations allemandes profite surtout aux nouveaux Etats membres

L'Allemagne reste le premier partenaire historique de la France (voir [Etudes et éclairages n°71, janvier 2017](#)). C'est notamment le premier client avec 16 % des ventes de la France (et aussi le premier fournisseur avec 17 % des achats français).

Les importations allemandes, tirées par le dynamisme de la consommation intérieure et des investissements, repartent nettement à la hausse : +4,4 % entre la période 2011-2013 (atonie des achats allemands) et la période 2014-2016 (reprise). Sur les mêmes périodes, les ventes françaises vers l'Allemagne ne progressent que de +0,4 % (contre +2,7 % toutes destinations confondues).

Ainsi, la France perd des parts de marché en Allemagne : -1 point en dix ans, dont -0,3 point entre 2014 et 2016. Si cette situation est propre à tous les pays avancés, concurrencés par les nouveaux Etats membres (NEM) et la Chine, la France enregistre néanmoins un des plus forts reculs parmi les pays avancés.

Parallèlement, les NEM gagnent 6 points de parts de marché en 10 ans et 1,6 point entre 2014 et 2016, en raison de leur intégration progressive dans les chaînes de valeur mondiales. C'est le cas de la Pologne et de la République tchèque qui sont désormais sixième et septième fournisseurs de l'Allemagne.

Quelques produits français tirent avantage de la reprise allemande

Au cours de la période 2014-2016, les importations allemandes sont dynamiques pour tous les produits, à l'exception de la métallurgie (10 % des achats), son deuxième produit d'importation après l'informatique.

Même si pour chacun des produits, les ventes françaises progressent moins que les achats allemands (cf. graphique 3), les exportations françaises de certaines marchandises profitent néanmoins du dynamisme de la demande allemande.

Les secteurs dont les exportations bénéficient de la reprise allemande sont notamment ceux du textile/habillement/cuir, des équipements automobiles, de la pharmacie, des équipements électriques et de l'informatique. Ces produits représentent les plus fortes contributions à la hausse des exportations françaises vers l'Allemagne.

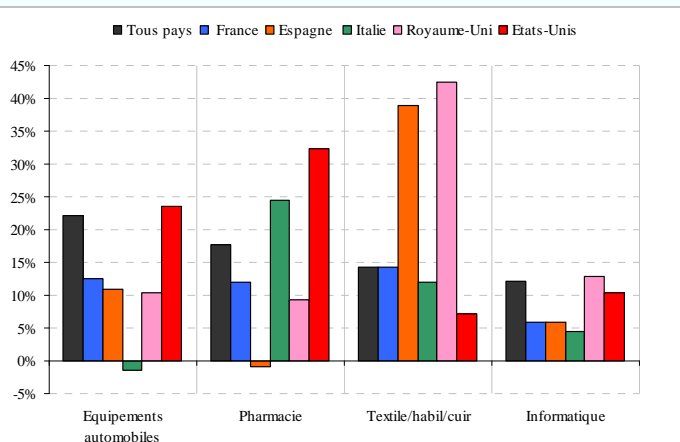
Les ventes d'équipements automobiles sont dopées par la reprise de la production allemande de véhicules. L'industrie allemande, spécialisée dans l'assemblage de voitures à forte valeur ajoutée, recourt massivement aux importations d'équipements automobiles (+22 % entre les deux périodes).



En hausse de +12 %, les exportations de la France bénéficient de la locomotive allemande, son premier débouché avec plus du quart des ventes françaises d'équipements automobiles. Cependant, les NEM sont les premiers bénéficiaires de la reprise de l'industrie automobile en Allemagne. La France occupe désormais la troisième place parmi les fournisseurs allemands d'équipements automobiles, derrière la République tchèque et la Pologne. Les parts de marché de la France s'érodent (-0,9 point), comme celles de ses principaux concurrents européens, notamment l'Italie (-1,5 point) et l'Espagne (-0,5 point).

Les exportations françaises de produits informatiques vers l'Allemagne (+6 %, contre +3 % toutes destinations confondues) sont tirées par les composants électroniques, indispensables à l'essor des systèmes embarqués, en particulier dans l'automobile et l'aéronautique.

4 Evolutions des importations de l'Allemagne, par pays fournisseur entre les périodes 2011-2013 et 2014-2016 (produits dont les exportations françaises bénéficient du dynamisme allemand)



Sources : Eurostat et Douanes

Guide de lecture : Les importations allemandes d'équipements automobiles progressent de +22 % entre les périodes 2011-2013 et 2014-2016, depuis l'ensemble des pays fournisseurs. Elles s'accroissent de +12 % depuis la France.

La France maintient ses parts de marché en Allemagne pour le textile/habillement/cuir, avec une progression des ventes de +14 %, du fait principalement des bonnes performances dans la maroquinerie et les chaussures. Les exportations françaises de produits pharmaceutiques sont également très bien orientées vers l'Allemagne (+12 %), même si les Etats-Unis y sont nettement plus performants.

L'automobile et les traditionnels points forts à l'exportation ne bénéficient pas de la reprise allemande

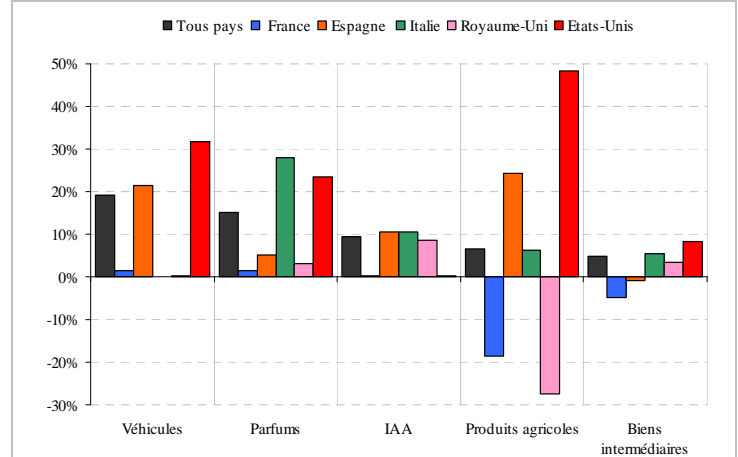
Parmi les produits dont les ventes françaises ne sont pas entraînées par la reprise allemande, on recense les véhicules, les traditionnels points forts de la France à l'exportation (produits agricoles et agroalimentaires, parfums-cosmétiques) et les biens intermédiaires (chimie, caoutchouc, bois-papier).

Pour les voitures, la demande allemande est orientée soit vers le haut de gamme, soit vers les modèles à bas prix. Les ventes françaises, positionnées sur la gamme intermédiaire, progressent ainsi moins rapidement en Allemagne, tandis que les Etats-Unis et les NEM y gagnent des parts de marché.

Toutefois, si les NEM sont les premiers bénéficiaires de la reprise allemande, la France profite néanmoins d'effets de « second tour » car l'ensemble de ses ventes aux nouveaux Etats membres enregistre une croissance de +10 % sur la période, notamment grâce aux véhicules et aux équipements automobiles. Par ailleurs, du fait de l'implantation des constructeurs français dans les NEM, le chiffre d'affaires de leurs filiales implantées dans les pays de l'Est s'accroît.

Pour les parfums et les boissons, cette faible performance s'explique par l'inadéquation entre l'offre française et la demande allemande. La France est positionnée sur le haut de gamme qui s'exporte surtout dans les pays tiers. A l'inverse, l'Allemagne, via des chaînes commerciales spécialisées, achète ces produits « au meilleur prix » afin de desservir l'Europe en produits d'entrée de gamme. Cette stratégie initialement mise en œuvre pour les produits agroalimentaires comme les vins (voir [Etudes et éclairages n°64, mars 2016](#)), le café et les produits laitiers, se développe également pour d'autres produits.

5 Evolutions des importations de l'Allemagne, par pays fournisseur entre les périodes 2011-2013 et 2014-2016 (produits dont les exportations françaises ne bénéficient pas du dynamisme allemand)



Sources : Eurostat et Douanes

Guide de lecture : Les importations allemandes de véhicules progressent de +19 % entre les périodes 2011-2013 et 2014-2016, depuis l'ensemble des pays fournisseurs, tandis qu'elles évoluent seulement de +1,3 % depuis la France.

L'Allemagne est le troisième débouché français pour les produits agricoles qui affichent la plus forte contribution négative à l'évolution des ventes, notamment pour les céréales. La France bénéficiait sur la période 2011-2013 de bonnes récoltes et de la flambée des prix du blé, tandis que sur la période 2014-2016, les prix baissent (-23 %) et la récolte 2016 est particulièrement mauvaise.

Les ventes de biens intermédiaires (caoutchouc/plastique, chimie et bois/papier), pour lesquels la France ne dispose pas de réels avantages comparatifs, reculent vers l'Allemagne qui s'approvisionne volontiers auprès des NEM, de la Chine ou de la Russie, plus concurrentiels.

Les produits énergétiques ne sont pas retenus dans cette étude car ils ne correspondent ni à l'offre française, ni à celle des autres pays européens. De même, l'aéronautique est exclue car les livraisons françaises à l'Allemagne relèvent davantage de la fabrication coordonnée d'Airbus (ou des livraisons à Hambourg pour réexportation vers la destination définitive) que des seuls besoins des compagnies aériennes allemandes.