

SÉNAT

PREMIERE SESSION ORDINAIRE DE 1970-1971

Annexe au procès-verbal de la séance du 19 novembre 1970.

AVIS

PRÉSENTÉ

*au nom de la Commission des Affaires économiques et du Plan (1),
sur le projet de loi de finances pour 1971* ADOPTÉ PAR
L'ASSEMBLÉE NATIONALE.

TOME IV

Economie et finances.

AFFAIRES ECONOMIQUES

Par M. Raymond BRUN,

Sénateur.

(1) *Cette commission est composée de : MM. Jean Bertaud, président ; Paul Mistral, Joseph Yvon, Marc Pauzet, Raymond Brun, vice-présidents ; René Blondelle, Joseph Beaujannot, Jean-Marie Bouloux, Fernand Chatelain, secrétaires ; Louis André, Octave Bajeux, André Barroux, Aimé Bergeal, Auguste Billiemaz, Georges Bonnet, Amédée Bouquerel, Robert Bouvard, Marcel Brégégère, Pierre Brousse, Michel Chauty, Albert Chavanac, Jean Colin, Francisque Collomb, Maurice Coutrot, Georges Dardel, Léon David, Roger Deblock, Roger Delagnes, Henri Desseigne, Hector Dubois, Emile Durieux, François Duval, Jean Errecart, Jean Filippi, Marcel Gargar, Victor Golvan, Léon-Jean Grégory, Paul Guillaumot, Roger du Halgouet, Yves Hamon, Alfred Isautier, René Jager, Maxime Javelly, Lucien Junillon, Alfred Kieffer, Maurice Lalloy, Robert Laucournet, Robert Laurens, Charles Laurent-Thouverey, Marcel Legros, Jean Natali, Gaston Pams, Guy Pascaud, François Patenôtre, Paul Pelleray, Albert Pen, Lucien Perdereau, André Picard, Jules Pinsard, Auguste Pinton, Henri Prêtre, Etienne Restat, Maurice Sambron, Guy Schmaus, Raoul Vade pied, Amédée Valeau, Jacques Verneuill, Joseph Voyant, Charles Zwickert.*

Voir les numéros :

Assemblée Nationale (4^e législ.) : **1376** et annexes, **1395** (tomes I à III et annexe 15),
1400 (tomes VII et VIII) et in-8° **308**.

Sénat : **53** et **54** (tomes I, II et III, annexe 13) (1970-1971).

Lois de finances. — *Economie et finances - Institut national de la statistique et des Etudes économiques - Institut national de la consommation - Prix - Commerce - Echanges extérieurs.*

SOMMAIRE

	Pages.
Introduction	3
<i>PREMIÈRE PARTIE. — L'information économique :</i>	
I. — L'Institut national de la statistique et des études économiques..	5
II. — La défense du consommateur.....	10
<i>DEUXIÈME PARTIE. — Le secteur de la distribution :</i>	
I. — L'appareil commercial.....	15
II. — L'urbanisme commercial.....	20
<i>TROISIÈME PARTIE. — Les prix :</i>	
I. — L'évolution des prix en France.....	25
II. — Comparaison internationale.....	28
<i>QUATRIÈME PARTIE. — Les échanges extérieurs :</i>	
I. — Evolution en 1970 et perspectives pour 1971.....	30
II. — Les échanges avec la Communauté économique européenne....	34
III. — Evolution de la part relative de la France sur les marchés étrangers	36
Conclusion	39

Mesdames, Messieurs,

Comme chaque année, la Commission des Affaires Economiques et du Plan a examiné un certain nombre de dispositions relevant du budget du Ministère de l'Economie et des Finances (Section II. — Services financiers). Il s'agit notamment de l'Institut National de la Statistique et des Etudes économiques, de l'Institut National de la Consommation et des diverses dispositions concernant le développement du commerce extérieur.

L'Institut National de la Statistique et des Etudes économiques a disposé, au cours de l'année 1970, d'un montant total de crédits proche de 140 millions de francs. Les crédits pour 1971 s'établissent à 166 millions, bénéficiant d'une progression de l'ordre de 18 %.

La subvention à l'Institut National de la Consommation (chap. 36-80) est fixée à 3.250.000 F, c'est-à-dire en augmentation de 250.000 F sur 1970.

Les services de l'expansion économique à l'étranger progressent de 48,6 millions de francs, passant de 125,3 millions en 1970 à 173,9 millions en 1971. La progression apparente est donc de 40,9 %. Toutefois, il faut signaler que, sur ces 48,6 millions, 42,2 millions sont simplement transférés du budget des Affaires étrangères (chap. 44-88 : Coopération technique).

En ce qui concerne le commerce intérieur, signalons que l'aide aux organisations de consommateurs (chap. 44-81) bénéficie d'une dotation de 350.000 F, comme en 1970, que l'encouragement aux recherches dans le domaine commercial obtient une augmentation de 292.600 F (soit un crédit de 1.200.000 F). Les crédits d'assistance technique au commerce (chap. 44-82) sont en augmentation de 950.000 F et passent à 4 millions de francs. La subvention à la fondation pour le développement de l'enseignement de la gestion des entreprises est, cette année encore, de 1 million de francs.

PREMIERE PARTIE

L'INFORMATION ECONOMIQUE

Nous avons regroupé cette année sous le titre « Information économique » l'examen de l'activité de l'I. N. S. E. E., qui se partage entre travaux statistiques et études économiques, et l'étude du problème de la défense du consommateur. C'est à l'occasion de ce dernier que nous examinerons l'Institut National de la Consommation. Nous avons coutume de décrire les réalisations de cet organisme dans le cadre de la distribution commerciale, mais son objectif premier étant de défendre le consommateur en l'informant, il nous paraît plus logique de le replacer désormais dans l'optique plus générale de l'information économique.

I. — L'Institut national de la Statistique et des Etudes économiques.

L'I. N. S. E. E. a disposé, en 1970, d'un montant total de crédits de 139,5 millions de francs. Les propositions pour 1971 s'établissent à 166 millions, accusant une majoration de l'ordre de 18 %. Corrélativement, la création de 313 emplois nouveaux est proposée, qui viendront s'ajouter à l'effectif actuel de 4.387 agents.

L'I. N. S. E. E. est l'administration à compétence générale chargée de collecter les informations, de perfectionner les conditions de leur traitement, d'entreprendre un travail d'analyse et de synthèse à caractère économique et, enfin, d'assurer une mission générale de coordination pour l'ensemble des travaux statistiques.

Nous voudrions, cette année, nous arrêter plus particulièrement sur trois activités de l'I. N. S. E. E. :

- sa participation aux travaux de préparation du VI^e Plan ;
- la mise en œuvre du recensement général de l'agriculture ;
- la préparation de nouveaux indices de prix.

1° PARTICIPATION DE L'I. N. S. E. E.
AUX TRAVAUX DE PRÉPARATION DU VI° PLAN

La première étape de la préparation du VI° Plan s'est achevée avec la discussion par le Parlement du « Rapport sur les principales options du VI° Plan ». Au cours de cette phase, l'I. N. S. E. E. a fourni au Commissariat général du Plan un ensemble d'informations économiques que rendaient nécessaire les besoins de l'analyse et de la synthèse. L' I. N. S. E. E. joue en effet le rôle, en collaboration avec la Direction de la Prévision, d'organisme d'études économiques pour les diverses instances de la planification. A la demande du Commissariat général du Plan, l'Institut effectue de nombreuses analyses détaillées. De plus, il a la responsabilité des synthèses prévisionnelles chiffrées.

C'est ainsi qu'au niveau des travaux de synthèse, l'I. N. S. E. E. a assumé pour la préparation du VI° Plan la responsabilité du Groupe technique de la Commission de l'Economie générale et du Financement. Ce Groupe, composé d'experts et de représentants des syndicats ouvriers, des organisations patronales de l'Université et de l'Administration, prépare les débats de cette Commission.

A des niveaux plus ou moins globaux, l'I. N. S. E. E. est également associé aux travaux de nombreuses autres commissions.

On trouvera ci-après un rapide inventaire des collaborations qui vont de l'analyse à la synthèse :

1. — Démographie. — Emploi. — Logement.
2. — Conditions de vie.
3. — Production.
4. — Régionalisation.
5. — Le long terme.
6. — Les travaux de synthèse à moyen terme.

7. — L'information économique : dans ce domaine, qui nous intéresse tout spécialement ici, l'objectif consiste à associer le public à la résolution de problèmes et à la prise de décisions qui le concernent directement. Cette association ne peut se faire que si l'information circule dans les deux sens : prise en compte par

les techniciens des aspirations de la population, compréhension par le public des données économiques mises en évidence par l'analyse des techniciens.

Or cette double circulation n'est possible que si d'importants efforts sont faits pour améliorer l'information économique en France. Une commission spéciale, créée pour le VI^e Plan, a été chargée de proposer des actions à entreprendre. L'I. N. S. E. E., qui y est représentée, est directement intéressé aux travaux de cette commission.

2° LE RECENSEMENT GÉNÉRAL DE L'AGRICULTURE

En outre, un crédit de 5,5 millions de francs est prévu pour la mise en œuvre du recensement général de l'agriculture.

Le recensement général de l'agriculture de 1970 est prescrit par le décret n° 69-453 du 21 mai 1969. Il répond également à une recommandation de l'organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture et à une directive des Communautés européennes. Il apparaît d'autant plus nécessaire que, depuis le précédent recensement, effectué en 1955, l'agriculture française s'est profondément transformée.

Le recensement sera exécuté de septembre 1970 à avril 1971. Aux termes d'un protocole signé par le Ministre de l'Economie et des Finances et le Ministre de l'Agriculture, la collecte de l'information dépend de ce dernier. Pour mener ce travail à bien, 5.000 personnes, recrutées, formées et encadrées par ses services enquêteront auprès d'environ 1.600.000 exploitations agricoles, dont les structures (occupation du sol, cheptel, matériel, main-d'œuvre) seront analysées.

L'I. N. S. E. E. a reçu la charge de procéder à la transcription des données sur support mécanographique. Ce travail, qui doit se poursuivre jusqu'à la fin de 1971, nécessitera la perforation de plus de 20 millions de cartes. L'exploitation électronique sera réalisée sur les ordinateurs de l'I. N. S. E. E. Les premiers résultats définitifs du recensement seront produits en 1972.

3° LA PRÉPARATION DES NOUVEAUX INDICES DE PRIX

Les indices des prix de détail permettent de comparer l'évolution des prix au cours d'une période variable au niveau atteint pendant une période de référence qui constitue la base de l'indice.

L'indice des prix de détail, en usage depuis 1963, comporte 259 articles différents dont les prix sont relevés chaque mois dans plusieurs milliers de points de vente. Il est fondé sur la structure de consommation des ménages dont le chef est employé, ouvrier ou personnel de service tel qu'elle résultait d'une enquête effectuée en 1960. La population ainsi définie représente environ 45 % de la population française.

Par grandes catégories de produits, la structure de l'indice est la suivante :

	En pourcentage.
Aliments et boissons.....	45
Habitation	18,5
Hygiène et soins.....	8,6
Transports	6,5
Habillement	13,3
Distractions et divers.....	8,1
	100

La période de référence est l'année 1962 (base 100). Depuis lors, tandis que l'indice a atteint 135,2, les divers groupes qui le composent ont évolué de la façon suivante (mars 1970) :

	En pourcentage.
Aliments et boissons.....	+ 33,2
Habitation	+ 45,4
Hygiène et soins.....	+ 45,6
Transports	+ 37,9
Habillement	+ 22,2
Distractions	+ 31,6

On constate par ailleurs que, si l'on regroupe l'ensemble des produits manufacturés et des prestations de services, l'évolution de ces groupes est :

	En pourcentage.
Produits industriels	+ 22,7
Services	+ 75,2

Or, les habitudes des consommateurs se sont sensiblement modifiées depuis sept ans. Se conformant à une évolution constatée dans tous les pays industrialisés, les Français consomment depuis sept ans de plus en plus de services : teinturerie, blanchisserie, garage, parking, restaurant. Ces catégories de dépenses étant celles dont les coûts ont le plus augmenté, le poids insuffisant qui leur est accordé dans l'indice des 259 articles aboutit à minorer la hausse du coût de la vie. C'est pourquoi, l'I. N. S. E. E. donnera une importance beaucoup plus grande aux services dans son prochain indice des prix, ou plutôt dans ses prochains indices des prix, car l'I. N. S. E. E. calcule deux indices nouveaux afin de donner une image plus fidèle de l'évolution des prix à la consommation.

Comme l'indice « des 259 articles », ce sont des indices de prix et non de dépenses. L'I. N. S. E. E. tient en effet compte de la variation de la qualité apportée à un produit ou à un service.

Le premier indice est trimestriel et révisable, c'est-à-dire que l'I. N. S. E. E. modifiera son niveau, même après publication, si des informations lui parviennent postérieurement quant à l'évolution des prix de certains postes.

Le deuxième indice est plus proche de l'indice des 259 articles ; il est en effet mensuel, non révisable par des informations postérieures et relatif à un ensemble de consommateurs bien particuliers : tous les ménages urbains (y compris les « célibataires », ce qui est nouveau par rapport à l'indice des 259 articles), dont le chef de famille est ouvrier ou employé. Il ne comprend pas les ménages des catégories professionnelles extrêmes comme les cadres supérieurs, les agriculteurs et les inactifs.

La pondération de ces deux indices sera révisée chaque année. L'I. N. S. E. E. établit actuellement le tableau des pondérations des nouveaux indices. Il tiendra compte des informations les plus récentes, c'est-à-dire des enquêtes effectuées en 1969 et peut-être même en 1970. Ce tableau sera rendu public fin 1970, et l'I. N. S. E. E. révisera, en décembre de chaque année, les pondérations en fonction de l'évolution constatée du comportement des ménages.

C'est la première fois en France que l'on revise systématiquement la pondération de l'indice général des prix de détail, ce qui annule une critique majeure adressée à l'indice des 259 articles.

Le calcul de pondérations se fera chaque année d'après les comptes nationaux récents. Comme ceux-ci ne sont pas établis par

régions ou par catégories de communes, ils sont complétés par des enquêtes permanentes sur les budgets des familles, la consommation alimentaire, médicale, vestimentaire des Français, l'équipement des ménages, le logement, etc... Ces enquêtes sont effectuées par l'I. N. S. E. E. naturellement mais aussi à partir des constatations du C. R. E. D. O. C., des observations de l'administration fiscale, etc...

Enfin, troisième caractéristique, une gamme de plus en plus variée d'articles témoins est utilisée.

II. — La défense du consommateur.

Pour que la loi du marché s'exerce réellement et qu'elle puisse jouer son rôle de régulation de la production, il est nécessaire que des organes représentatifs des consommateurs fassent contrepoids aux producteurs sans cesse plus organisés et puissants. Or les organismes regroupant les consommateurs ne sont, en France, ni aussi actifs ni aussi importants qu'il serait souhaitable ; en effet, si l'on s'en tient aux deux organisations françaises dont l'objet est uniquement la défense des consommateurs, on peut estimer que le nombre de leurs adhérents avoisine 30.000 (1).

C'est en raison de cette faiblesse que l'on a créé l'Institut national de la Consommation, qui doit être à la fois un centre d'essais, un bureau d'information et un organe de protection des consommateurs.

1° L'INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION

L'Institut national de la Consommation a maintenant atteint un rythme de croisière satisfaisant. Afin de remplir sa mission essentielle, qui est « d'associer la fonction de la consommation aux décisions économiques de telle sorte que puissent être conciliées la liberté de choix des consommateurs et l'organisation des marchés, comme cela se produit déjà et très généralement dans les pays industriellement et socialement développés », l'Institut a, au cours de l'année 1970, exercé son activité dans les domaines suivants : la protection du consommateur, l'information du consommateur et les essais techniques.

(1) Les autres organisations subventionnées n'ont pas pour seule vocation la défense des consommateurs (associations féminines ou familiales par exemple). Le nombre de leurs adhérents est d'environ 250.000.

a) *La protection du consommateur.*

La Division économique et juridique a dû faire face à un accroissement extrêmement sensible de la correspondance dès les premières semaines de 1970 ; actuellement, le volume des lettres reçues atteint mensuellement le chiffre approximatif de 3.000. Outre des études sur des points précis (vente par correspondance, conditionnement des liquides, publicité...), elle procède chaque mois à la mise à jour d'un répertoire des textes législatifs, réglementaires et jurisprudentiels concernant la protection du consommateur.

Enfin, dans le domaine de la publicité, la Division économique et juridique a continué de remplir sa mission de représentation de l'Institut au sein de la Régie française de publicité de marques à la télévision, tant au Conseil d'Administration qu'à la Commission technique consultative et à la Commission de visionnage. Par ailleurs, le nouveau Bureau de Vérification de la Publicité a proposé à l'Institut de faire siéger quatre de ses membres au sein de son Conseil d'Administration.

b) *L'information des consommateurs.*

La division « Information » de l'Institut a continué d'assurer la publication de la revue mensuelle *Consommateurs-Actualité*. Le tirage de cette revue demeure limité, mais il semble que son audience soit actuellement en extension.

De plus, l'Institut de la consommation a repris les émissions connues auparavant sous le nom de « Téléx-Consommateurs ». Ces émissions semblent bien accueillies si l'on en juge par les 1.200 lettres qu'elles motivent mensuellement et par les nombreux témoignages de satisfaction que l'on peut remarquer dans la presse.

La division « Information » a également assuré la publication de brochures et documents destinés au grand public (effet de la dévaluation sur les prix, guide réglementaire...).

c) *Les essais techniques.*

Dans ce secteur, la direction de l'Institut s'est efforcée de mener une politique assurant la présence de l'établissement dans des disciplines différentes, mais essentielles. Il s'agit d'essais

comparatifs, d'études faites en coopération avec les producteurs pour des produits ou matériels semblant plus propices à la concertation qu'au jugement brutal, de l'étiquetage informatif, de monographies, d'actions conjoncturelles, de certains contrôles techniques après visionnage à la Régie française de publicité ainsi que de la collaboration technique à l'élaboration des « story-boards » propres aux émissions télévisées de l'Institut.

Le contrat d'étiquetage des produits signé par l'Institut de la Consommation et le Conseil national du patronat français constitue une étape essentielle vers une meilleure information des producteurs et mérite, à ce titre, un examen attentif.

Aux termes de la convention signée le 1^{er} septembre 1970 par l'Institut national de la Consommation (I. N. C.) et le Conseil national du patronat français (C. N. P. F.), les deux parties s'engagent à créer une association, à but non lucratif, régie par la loi du 1^{er} juillet 1901, chargée de réaliser et de gérer un système d'étiquetage des marchandises destiné à l'information du consommateur.

Ce système, de caractère facultatif et contractuel, sera utilisé par les fabricants et propriétaires de marques commerciales qui en feront la demande et qui seront liés par contrat avec l'association.

Une étiquette, d'un modèle uniforme pour chaque catégorie de produits, accompagnera chaque article mis en vente par les fabricants et propriétaires de marques ayant adhéré au contrat. Elle contiendra toutes les caractéristiques dont la connaissance est nécessaire à l'acquéreur éventuel du produit.

La réalisation des étiquettes, et notamment le choix et la définition des caractéristiques, ainsi que la définition des méthodes de calcul des performances de chaque modèle d'une marque déterminée, seront effectués par des commissions techniques où les professionnels et les consommateurs seront représentés.

Les indications propres à chaque modèle seront calculées et portées sur l'étiquette par le fabricant ou le propriétaire de la marque, sous sa seule responsabilité.

Le système prévu ne comporte aucune certification de qualité.

La véracité des indications portées sur l'étiquette fera l'objet de contrôles *a posteriori*. En cas d'indications inexactes, indépendamment de l'application éventuelle de la législation en vigueur

(interdiction de la publicité mensongère, loi sur la répression des fraudes), l'association prendra des sanctions appropriées prévues par le contrat.

Ce système d'étiquetage d'information s'apparente étroitement à celui qui fonctionne en Suède depuis une vingtaine d'années sous le sigle V. D. N. En revanche, il diffère fondamentalement du système Teltag plus récemment introduit en Grande-Bretagne, qui constitue une certification de qualité.

Le système d'étiquetage d'information en cours de réalisation en France est de portée générale, aucun produit ou bien de consommation n'étant exclu *a priori*.

Comme il s'agit d'un système facultatif, son étendue effective dépendra des décisions des fabricants et propriétaires de marques intéressés. Le fait que le Conseil national du patronat français ait signé la convention traduit l'attitude positive des professionnels devant cette initiative.

D'ores et déjà, les travaux techniques sont entrepris pour la mise au point d'étiquettes pour des biens de consommation durables.

2° L'AIDE AUX ORGANISATIONS DE CONSOMMATEURS

Cette aide a été répartie entre neuf organisations :

- Association française pour l'information en économie familiale (A. F. I. E. F.) ;
- Confédération nationale des associations populaires familiales (C. N. A. P. F.) ;
- Confédération nationale de la famille rurale (C. N. F. R.) ;
- Confédération syndicale des familles (C. S. F.) ;
- Fédération des familles de France ;
- Laboratoire coopératif d'analyses et de recherches (ICAR) ;
- Organisation générale des consommateurs (ORGEKO) ;
- Union fédérale de la consommation ;
- Union féminine civique et sociale (U. F. C. S.).

Cette aide est destinée notamment à permettre à ces organisations de mener à bien leurs activités dans les domaines suivants :

- information et éducation des consommateurs sur l'évolution quotidienne des ressources du marché, la nature des produits, leurs prix, leur réglementation et les conditions de leur emploi ;

— amélioration de leur implantation locale et régionale, notamment au sein des Unions régionales de consommateurs ;

— participation aux conseils consultatifs de l'économie dans lesquels sont invités à siéger des représentants des intérêts généraux des consommateurs, sur le plan national ou sur le plan local ;

— établissement et dépouillement de questionnaires d'enquêtes auprès de leurs adhérents ou correspondants sur les questions au sujet desquelles elles sont consultées à l'occasion notamment de la préparation de projets de textes réglementaires concernant les consommateurs ;

— tenue à jour des budgets de dépenses de familles selon la composition de la famille, son revenu, sa situation géographique ;

— essais comparatifs : il a été conseillé aux organisations subventionnées de ne pas accentuer leurs tâches en ce domaine en raison du fonctionnement, depuis 1968, de l'Institut national de la consommation qui a notamment, parmi les missions qui lui sont dévolues, celle de réaliser et de diffuser des essais comparatifs ;

— le crédit restant de 65.000 F servira à financer des actions communes à plusieurs organisations, en particulier le renouvellement du stage de formation des responsables locaux notamment ceux animant les Unions régionales d'organisations de consommateurs.

Les activités de ces organisations et celles de l'Institut national de la consommation sont coordonnées. L'Institut ne se substitue pas aux organisations mais doit, au contraire, renforcer et développer leur influence grâce aux moyens techniques et financiers dont il dispose. Cependant, la mission des organisations de consommateurs s'est trouvée modifiée du fait de la création de l'Institut. Comme on l'a déjà noté, elles ont été invitées à réduire leurs travaux dans le domaine des essais comparatifs qui sont l'une des tâches essentielles de l'Institut. Il revient essentiellement aux organisations d'assurer, tant sur le plan national que sur le plan régional et local une meilleure représentation des consommateurs. A cet effet, les organisations désignent sur le plan départemental un responsable qui constitue l'interlocuteur des autorités administratives et représente les consommateurs dans diverses instances comme les comités départementaux des prix ou d'urbanisme commercial.

DEUXIEME PARTIE

LE SECTEUR DE LA DISTRIBUTION

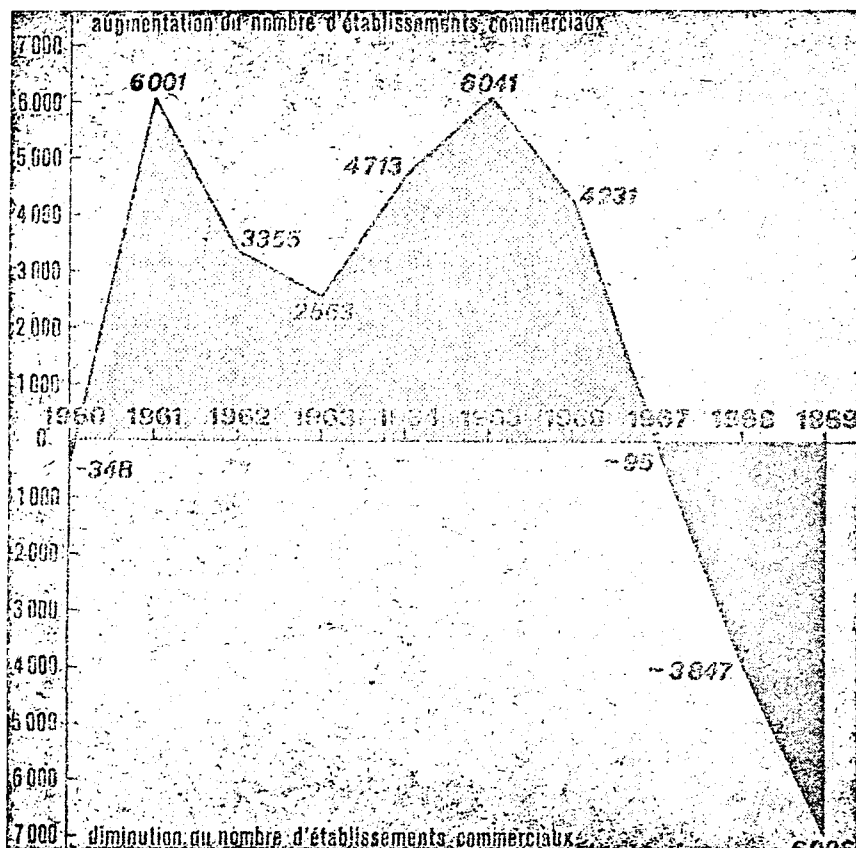
I. — L'appareil commercial.

1. L'APPAREIL COMMERCIAL FRANÇAIS

L'appareil commercial peut être décrit à travers les hommes, les entreprises et les établissements. Ces différents aspects présentent toutefois, dans l'état actuel des choses, un certain nombre de relations compte tenu de la prédominance des entreprises individuelles n'ayant qu'un seul établissement. Nous tenterons d'appréhender l'appareil commercial français à travers le nombre des établissements, puis en fonction des hommes qui y sont employés.

a) *Les établissements.*

Le recensement de la distribution, source la plus sûre pour le nombre des établissements commerciaux, a permis d'évaluer à 1.021.400 les établissements commerciaux en activité en 1966. Peu de modifications importantes semblent être intervenues depuis cette date. Toutefois, les travaux de l'A. F. R. E. S. C. O. (Association française de recherches et de statistiques commerciales), qui dépouille systématiquement les inscriptions et radiations au registre du commerce, comme le fichier des établissements tenu par l'I. N. S. E. E., font état d'une diminution sensible du nombre des points de vente en 1968 et 1969. Ces indications, qui ne reposent pas sur des données absolument sûres, mais qui indiquent une tendance, sont synthétisées dans le graphique ci-après, paru dans *Le Monde* du 8 septembre 1970.



Comme on le constate depuis dix ans, les disparitions d'établissements affecteraient particulièrement certaines branches : l'alimentation générale et le textile notamment, et davantage le petit commerce « indépendant » que les entreprises à succursales multiples, dont le nombre d'établissements continuerait à croître, surtout en dehors de l'alimentation.

Si l'on tient compte de ces divers éléments, et en adoptant le champ retenu pour le recensement de la distribution, on peut valablement estimer à un peu plus d'un million, plus précisément à 1.004.000, le nombre des établissements commerciaux en activité au milieu de 1970.

b) Les hommes.

En se situant au milieu de l'année 1970, et en adoptant le même champ que celui du recensement de la distribution, on peut évaluer à 3.620.000 le nombre de personnes ayant un emploi dans le commerce et les services à caractère commercial, comme chef d'entreprise, aide familial ou salarié. Il y a dix ans, ce nombre

était d'environ 3.000.000. En 1966, 3.495.000 emplois ont été recensés. La croissance de l'emploi (2,2% par an en moyenne) est donc rapide et régulière.

Il est à noter que cette croissance résulte exclusivement de l'augmentation du nombre des salariés : 1.750.000 en 1960, 2.233.000 en 1966, 2.400.000 aujourd'hui (+ 3,7 % en moyenne par an). Les salariés représentent, en 1970, 67 % de l'emploi commercial total. 700.000 sont employés dans le commerce de gros ou comme intermédiaires, à peu près autant dans les services et un peu plus de 1.000.000 dans le commerce de détail. La croissance du nombre des salariés étant plus rapide que celle de l'emploi global, on assiste donc à une diminution du nombre des chefs d'entreprise et des aides familiaux. C'est ce que confirme la comparaison des trois derniers recensements démographiques : de 1954 à 1962, la diminution du nombre des chefs d'entreprise commerciale avait été d'un peu plus de 60.000 unités. De 1962 à 1968, elle avait été d'un peu moins de 30.000 unités ; soit, en quinze ans, un recul de près de 8 % du nombre des chefs d'entreprise commerciale recensés en 1954. Dans le même temps, le nombre moyen des salariés des établissements n'a cessé de s'élever pour atteindre 2,4 salariés par établissement contre 1,2 il y a quinze ans. Un peu plus d'un tiers des établissements commerciaux continue cependant à n'occuper aucun salarié et 5 % seulement en emploient plus de dix.

*
* *

Il est donc incontestable que l'appareil commercial français se transforme. Sa contraction se poursuit et tend même à s'accélérer ; la taille des établissements s'élève et l'emploi salarié s'étend. Il reste maintenant à le comparer avec ses homologues européens afin de déterminer si le retard de la France en ce domaine est maintenant rattrapé ou si ce n'est là que le début d'une évolution que nos concurrents ont déjà connue.

2. COMPARAISON AVEC LES PAYS DU MARCHÉ COMMUN

La nomenclature utilisée est la nomenclature de la Communauté Européenne qui diffère légèrement de la nomenclature française, mais l'unité locale est une unité statistique néanmoins assez voisine de celle d'établissement habituellement utilisée en France.

Le tableau I donne en valeur absolue le nombre d'unités locales du commerce pour chacun des pays de la Communauté. Il est toutefois plus intéressant d'étudier en valeur relative la place ou l'importance des différents secteurs d'activité économique.

TABLEAU I. — Nombre d'unités locales du commerce.

	FRANCE	ALLE- MAGNE	ITALIE	PAYS-BAS	BELGIQUE	LUXEM- BOURG
Commerce de gros	123.386	134.521	86.361	32.263	37.274	1.143
Intermédiaires du commerce	32.795	111.167	11.490	2.751	7.323	
Commerce de détail sédentaire	597.714	522.341	669.070	111.489	169.014	3.141
Commerce de détail non sédentaire	83.136	57.818	155.961	18.595	19.812	
Commerce de détail	680.850	580.159	825.031	130.084	188.826	3.141
Commerce	838.037	825.847	922.882	165.098	233.423	4.284

Le tableau II montre que l'Allemagne et la Hollande sont des pays où la concentration du commerce de détail sédentaire est assez importante puisque l'on ne décompte que 96 et 93 unités locales de commerce de détail sédentaire pour 10.000 habitants alors que l'Italie et la Belgique restent encore marquées par un appareil commercial très dispersé (134 et 184 unités pour 10.000 habitants). La France, avec 124 unités pour 10.000 habitants, se situe à mi-chemin de ces deux groupes.

TABLEAU II. — Nombre d'unités locales de commerce pour 10.000 habitants.

	FRANCE	ALLE- MAGNE	ITALIE	PAYS-BAS	BELGIQUE	LUXEM- BOURG
Commerce de gros.....	26	25	17	27	41	37
Intermédiaires de commerce	7	20	2	2	8	
Commerce de détail sédentaire	124	96	134	93	184	101
Commerce de détail non sédentaire	17	11	31	16	22	
Commerce de détail.....	141	107	165	109	206	101
Commerce	151	174	185	138	254	138

La répartition de l'emploi confirme cet état ; on note en particulier 4 personnes occupées en moyenne par unité locale de commerce de détail sédentaire en Allemagne au lieu de 2,7 en France et 2 en Italie. L'étude du commerce de détail non sédentaire n'altère pas ces observations.

TABLEAU III

	FRANCE	ALLE- MAGNE	ITALIE	PAYS-BAS	BELGIQUE	LUXEM- BOURG
Nombre moyen de personnes occupées par unité locale de commerce de gros	4,9	7,9	4,5	7,9	4,3	»
Nombre moyen de personnes occupées par unité locale de commerce de détail sédentaire.....	2,7	4	2	3,4	1,7	»

Les caractéristiques du commerce de gros semblent plus homogènes puisque l'Allemagne, la France et les Pays-Bas ont respectivement 25, 26 et 27 unités locales pour 10.000 habitants, seules l'Italie et la Belgique ayant des caractères très différents. Mais l'unité locale de commerce de gros en France est de taille bien plus petite que celle du commerce de gros allemand ou hollandais. On ne dénombre en effet que 4,9 personnes occupées en France au lieu de 7,9 en Allemagne et en Hollande.

On ne dispose pas d'une nomenclature identique pour la Grande-Bretagne, ce qui rend plus difficile les comparaisons. Toutefois, les données disponibles mettent en évidence également une assez forte concentration commerciale dans ce pays, qui situe la Grande-Bretagne au niveau de l'Allemagne et de la Hollande.

II. — L'urbanisme commercial.

La circulaire interministérielle du 29 juillet 1969 a institué dans chaque département, sous la présidence du préfet, un Comité consultatif comprenant des représentants de toutes les formes commerciales (grands magasins, magasins populaires, succursalistes, coopératives de consommation, chaînes volontaires, indépendants associés et indépendants isolés), un représentant des Chambres de commerce et d'industrie, des Chambres de métiers et des consommateurs.

Le but des comités est, tout d'abord, d'instaurer une concertation systématique entre administration et profession et entre les professionnels eux-mêmes sur tous les problèmes d'équipement commercial. Il est, dans certains cas, de concilier des intérêts professionnels divergents.

Mais les comités ont aussi un rôle important d'information et de prévision pour tout ce qui concerne la préparation des grandes orientations en matière d'équipement commercial. Ils doivent en effet être saisis :

— des études d'organisation commerciale effectuées pour l'établissement des projets de schémas directeurs d'aménagement et d'urbanisme et des plans d'occupation des sols ;

— de tous les projets comportant la création d'une surface de plancher égale ou supérieure à 10.000 mètres carrés et, facultativement, des programmes concernant les secteurs de rénovation urbaine ainsi que des projets d'une surface inférieure à 10.000 mètres carrés qui soulèveraient des difficultés particulières (1).

(1) Les modalités de fonctionnement des comités ont été précisées par le Secrétaire d'Etat au Commerce dans une lettre aux préfets du 4 septembre 1969.

L'article 17 de la loi n° 69-1223 du 31 décembre 1969 portant diverses dispositions d'ordre économique et financier a élargi la compétence des comités qui ont été baptisés « Commissions départementales d'urbanisme commercial ». En vertu de cet article, la création, la construction et l'implantation des magasins comportant une surface de vente supérieure à 3.000 mètres carrés doivent faire l'objet d'une instruction particulière des commissions. La consultation doit intervenir dans les délais impartis par la réglementation ayant trait au permis de construire, aux lotissements et aux zones d'aménagement concerté (1).

Les instructions données le 27 mai 1970 aux préfets, par une circulaire émanant du Premier Ministre (2), éclairent le fonctionnement de ces commissions :

1° Pour la création d'établissements d'une surface de vente inférieure à 3.000 mètres carrés, il y aura lieu de requérir l'avis de la Commission départementale d'urbanisme commercial pour les projets qui soulèveraient des difficultés locales d'une particulière gravité. Hormis des cas exceptionnels, les projets de moins de 3.000 mètres carrés, qui émanent le plus souvent de commerçants indépendants, isolés ou associés, devront être examinés dans un esprit libéral et être autorisés dans la mesure où les prescriptions réglementaires, notamment en matière d'urbanisme, seront observées.

2° Pour les projets comportant la création d'une surface de vente supérieure à 3.000 mètres carrés, la loi fait obligation aux préfets de consulter la Commission départementale d'urbanisme commercial (3). Toutefois, seuls les projets ayant fait l'objet d'une demande d'accord préalable ou du permis de construire seront

(1) Depuis le 31 mai 1970, les dossiers ayant fait l'objet d'avis favorables pourront, en vertu d'une déconcentration des attributions du Ministre de l'Équipement, recevoir en matière de permis de construire, leur solution au niveau départemental.

Seuls les projets ayant reçu un avis défavorable feront l'objet d'un nouvel examen par le Ministre de l'Équipement après avis d'une Commission nationale composée de représentants du Ministère de l'Équipement, du Ministère de l'Économie et des Finances et du Ministère de l'Intérieur. Cette commission a en outre un rôle de coordination des travaux des organismes départementaux.

(2) *Journal officiel* du 21 juillet 1970.

(3) La circulaire du 27 mai 1970 souligne qu'il sera accordé un préjugé favorable et une priorité aux projets présentés par les coopératives de commerçants, les chaînes volontaires et les autres groupements de commerçants indépendants pour la création de grandes surfaces commerciales, et notamment de magasins collectifs. La même attitude devra être adoptée à l'égard des grands établissements qui associent à leur réalisation un nombre suffisant de commerçants indépendants.

présentés à la commission afin d'écartier la discussion de projets incertains, dissuasifs, voire spéculatifs, qui sont très souvent abandonnés ultérieurement, après avoir contribué à créer un climat d'insécurité dans les milieux commerçants.

En outre, au cas où les préfets estimeraient que la multiplicité des projets ou le caractère anarchique des demandes risquerait d'avoir des conséquences fâcheuses sur l'avenir du centre ville ou le développement de l'urbanisation, il leur sera possible, avant de recueillir l'avis de la commission, et même de préférence avant le dépôt officiel des demandes d'accord préalable, de procéder avec les promoteurs (et cela d'autant plus rapidement que le délai d'instruction d'une demande d'autorisation courrait) à une concertation.

A la date du 1^{er} juillet 1970, 81 commissions avaient tenu 110 séances et examiné 207 projets ayant donné lieu aux avis suivants :

AVIS EXPRIMES	NOMBRE	SURFACES de vente. (En mètres carrés.)
Dossiers déjà autorisés (1)	28	225.400
Avis favorables (à l'unanimité)	60	606.500
Avis partagés (souvent avec une majorité favorable)	49	350.100
Avis défavorables (à l'unanimité)	32	215.200
Dossiers renvoyés (pour supplément d'information)	32	164.300
Proposition de sursis à statuer	6	81.600
Totaux	207	1.643.100

(1) Ces projets avaient déjà fait l'objet d'une autorisation de construire et n'ont été présentés aux commissions qu'à titre d'information.

Ainsi, sur 1.417.700 mètres carrés de surface de vente soumis à l'avis des commissions, 606.500 mètres carrés firent l'objet d'une autorisation et 350.100 mètres carrés, qui ont reçu un avis partagé, purent en définitive faire l'objet d'une décision favorable.

Il est important de dire que les surfaces ayant reçu un avis favorable sont en diminution nette, si l'on examine l'évolution dans le temps des activités de ces commissions.

PERIODES	SURFACES de vente.	FAVORA- BLE	DEFAVO- RABLE	PARTAGE	SURSI	RENVOYE	AUTORI- SATION
Quatrième trimestre 1969..	675.000	341.500	64.400	69.900	4.500	28.500	166.300
Premier trimestre 1970....	667.400	164.900	51.700	250.200	77.100	84.300	39.200
Deuxième trimestre 1970...	300.600	100.100	99.100	30.000	»	51.500	19.900
	1.643.100	606.500	215.200	350.100	81.600	164.300	225.400

Enfin, il faut signaler que, en dehors des travaux des Commissions départementales d'urbanisme commercial, les comités techniques consultatifs auprès des directeurs des villes nouvelles de la Région parisienne, composés de représentants des grandes formes commerciales, ont poursuivi leur activité pour l'insertion de l'équipement commercial dans ces villes nouvelles. Par ailleurs, un groupe de travail, constitué avec la Caisse des Dépôts et Consignations et composé de fonctionnaires et de représentants des professionnels, a étudié la plupart des projets promus par la Société centrale d'équipement du territoire (S. C. E. T.).

TROISIEME PARTIE

LES PRIX

« Il est évident », écrivions-nous dans notre rapport sur la loi de finances pour 1970, « que parmi les différents facteurs qui conditionnent la réussite du plan de redressement : mesures budgétaires, mesures fiscales, mesures en faveur de l'épargne, la politique des prix joue un rôle essentiel. Sans un retour à un rythme d'évolution des prix comparable à celui d'avant 1968, la réussite du plan de redressement sera compromise. »

Et pourtant, alors que le rythme de croissance des prix en France ne s'est que faiblement ralenti et demeure fort en-dessus de celui qui existait avant 1968, il n'est pas contestable que le plan de redressement a atteint son objectif. Ce paradoxe illustre bien une des particularités de l'inflation : elle n'est véritablement et immédiatement dangereuse que lorsqu'elle est relative, c'est-à-dire lorsqu'elle est plus forte que dans les pays voisins. Dans un monde en proie à l'inflation, la France peut tolérer une hausse des prix assez importante ; dans un monde où régnerait la stabilité, elle devrait y remédier promptement.

En conséquence l'évolution du coût de la vie en France ne pourra être justement interprétée que grâce à une comparaison avec la situation de nos principaux partenaires du Marché commun ainsi qu'avec celle de la Grande-Bretagne et des Etats-Unis.

I. — L'évolution des prix en France.

1. — LE COÛT DE LA VIE

Le tableau ci-après résume l'évolution de l'indice national des 259 articles depuis le mois d'août 1969.

Evolution de l'indice national des 259 articles.

MOIS	INDICES	VARIATIONS mensuelles.
(En pourcentage.)		
1968		
Août	130,5	0,2
Septembre	131,2	0,5
Octobre	132,0	0,6
Novembre	132,6	0,5
Décembre	133,0	0,3
1969		
Janvier	134,1	0,8
Février	134,7	0,4
Mars	135,2	0,4
Avril	135,9	0,5
Mai	136,6	0,5
Juin	137,3	0,5
Juillet	137,9	0,4
Août	138,1	0,1

L'évolution de l'indice national des 259 articles fait apparaître un sensible fléchissement de la progression des prix du premier semestre 1969 au second semestre qui, pourtant, a subi l'effet de la dévaluation d'août 1969. Au cours du premier semestre de 1970, cependant, l'évolution des prix est restée plus vive qu'on ne l'escomptait. Comme l'expliquait le Ministre des Finances devant la Commission des Comptes et Budgets économiques de la Nation, « aux facteurs liés de manière mécanique au changement de parité de notre monnaie — hausse des prix des produits importés, étapes de rattrapage des prix agricoles communautaires — se sont ajoutés, d'une part, l'effet de l'inflation mondiale (hausse des cours mondiaux des matières premières et des taux d'intérêt), et, d'autre part, les conséquences fâcheuses d'un mauvais approvisionnement de certains marchés agricoles » (1).

(1) Exposé de M. Giscard d'Estaing, 6 octobre 1970.

2. — L'ÉVOLUTION DES PRIX PAR PRODUITS

Depuis la dévaluation, les variations de prix, pour les principaux groupes de répartition, ont été les suivantes :

Septembre 1969 à mai 1970 :

Aliments et boissons.....	4,9 %
Produits manufacturés	2,4 %
Services	5,2 %
Indice d'ensemble	4,1 %

On constate que la hausse des services et celle des aliments et boissons sont les plus rapides. Il s'agit là de secteurs où la concurrence extérieure ne joue pas ou, du moins, reste marginale.

On notera, d'ailleurs, que par rapport à 1962, année de base de l'indice des prix à la consommation, l'augmentation des services atteint 78 % contre 34,5 % pour les aliments et boissons et 23,5 % pour les produits manufacturés, l'indice d'ensemble ayant progressé de 36,5 %.

3. — LES PRIX AGRICOLES

De juillet 1969 à juillet 1970, les prix agricoles à la production ont augmenté de 6,2 %. L'évolution a été fort irrégulière, comme on peut le constater sur le tableau suivant :

	INDICE	POURCENTAGE d'augmentation par rapport au mois précédent.
Juillet 1969	188,3	
Août 1969	188,4	+ 0,1
Septembre 1969	191,2	+ 1,5
Octobre 1969	194,7	+ 1,8
Novembre 1969	193,6	— 0,6
Décembre 1969	196,8	+ 1,7
Janvier 1970	195,9	— 0,5
Février 1970	197,5	+ 0,8
Mars 1970	200,1	+ 1,3
Avril 1970	202,1	+ 1,0
Mai 1970	202,7	+ 0,3
Juin 1970	202,0	— 0,3
Juillet 1970	200,0	— 1,0

Toutefois, c'est le rapport qui existe entre le prix et le coût de production qui importe pour l'agriculteur puisqu'il détermine finalement son pouvoir d'achat.

Mais en cours d'année, seule est possible une comparaison entre l'indice des prix de gros agricoles et l'indice des prix des produits industriels nécessaires aux exploitations agricoles (P. I. N. E. A.). Une telle comparaison n'a qu'une signification limitée dans la mesure où elle ne porte que sur des prix et non sur des valeurs. En outre, l'indice des P. I. N. E. A. est un mauvais indicateur du coût de production car son champ est à la fois restreint (il ne porte que sur des produits industriels) et trop vaste — car il englobe des investissements.

Aussi est-il plus satisfaisant, dans le cadre des comptes annuels de production de la branche, de comparer la valeur ajoutée agricole aux charges figurant aux comptes de production et d'exploitation.

Les tableaux ci-dessous présentent ces deux types de comparaison.

**Comparaison entre l'évolution de l'indice des prix agricoles
à la production et de l'indice des P. I. N. E. A.**

	1969		1970	
	3 ^e trimestre.	4 ^e trimestre.	1 ^{er} trimestre.	2 ^e trimestre.
Indice des prix agricoles.....	+ 1,6 %	+ 2,9 %	+ 1,7 %	+ 0,9 %
Indice des P. I. N. E. A.....	+ 1,8 %	+ 2,1 %	+ 1,8 %	+ 0,7 %

**Comparaison entre l'évolution de la valeur ajoutée brute,
des consommations intermédiaires et des charges du compte d'exploitation.**

	1966	1967	1968	1969	1970 (*)
Valeur ajoutée brute.....	+ 3,3 %	+ 7,7 %	+ 3,7 %	+ 3,5 %	+ 7,6 %
Consommations intermédiaires	+ 7,7 %	+ 8,6 %	+ 8,7 %	+ 8,1 %	+ 10,8 %
Charges du compte d'exploitation	+ 7,4 %	+ 5,9 %	+ 7,2 %	+ 7,0 %	+ 4,4 %

(*) Prévisions du budget économique 1970 présenté en annexe au projet de finances pour 1971.

Le premier tableau révèle une évolution assez proche de l'indice des prix agricoles et de l'indice des P. I. N. E. A., mais le second tableau fournit une vision plus détaillée. Alors que la valeur ajoutée brute ne croît que de 3,5 % en 1969 et 7,5 % en 1970, les consommations intermédiaires augmentent de 8,1 et 10,8 %, ce qui traduit la part sans cesse croissante des produits industriels dans la production finale de l'agriculture. En outre, en 1969, les charges du compte d'exploitation augmentent davantage que la valeur ajoutée brute, ce qui dénote une baisse du revenu brut d'exploitation. En 1970, la tendance semble plus favorable puisque la valeur ajoutée brute croît de 7,6 % tandis que les charges du compte d'exploitation n'augmentent que de 4,4 %.

Mais l'évolution nationale des prix n'est réellement inquiétante que lorsqu'elle apparaît différente de celle des prix étrangers. Aussi nous faut-il procéder à une comparaison internationale.

II. — Comparaison internationale.

L'augmentation du coût de la vie a été forte dans tous les pays. La France, bien qu'elle ait subi le contrecoup de la dévaluation, ne se situe qu'à la seconde place, derrière le Royaume-Uni, suivie de près par les Etats-Unis.

Augmentation du coût de la vie de juillet 1969 à juillet 1970.

France	5,9 %	Pays-Bas	4,91 %
Allemagne	3,96 %	Royaume-Unis	6,66 %
Italie	4,43 %	Etats-Unis	5,82 %
Belgique	3,94 %		

Source : O. C. D. E. Principaux indicateurs économiques.

Cependant, il convient de se rappeler que le développement des exportations et des importations et la bonne tenue de la balance commerciale ne dépendent pas, au premier chef, de l'évolution du coût de la vie, mais plutôt de celle des prix à l'exportation. Ce sont ceux-ci, en effet, qui déterminent la compétitivité des produits sur les marchés étrangers.

**Evolution des prix à l'exportation
du deuxième trimestre 1969 au deuxième trimestre 1970 (1).**

P A Y S	EN MONNAIE NATIONALE	EN DOLLARS U. C. (Conversion au taux de change officiel.)
France	+ 12,6 % (en francs).	— 0,2 %
C. E. E. :		
Allemagne	+ 1,0 % (en D. M.).	+ 10,3 %
Italie	+ 5,9 % (en liras).	+ 5,9 %
Belgique (2)	+ 7,6 % (en francs belges).	+ 7,6 %
Pays-Bas	+ 2,9 % (en florins).	+ 2,9 %
Grande-Bretagne	+ 4,9 % (en livres).	+ 4,9 %
Etats-Unis	+ 7,1 % (en dollars).	+ 7,1 %

(1) Indices de valeurs moyennes. Source : O. C. D. E. Principaux indicateurs économiques.

(2) Du 1^{er} trimestre 1969 au 1^{er} trimestre 1970.

Comme on le voit, la dévaluation de 1969 a fortement accru la compétitivité de notre économie. Par ailleurs, l'Allemagne a été lourdement pénalisée par la réévaluation du mark qui a accru ses prix à l'exportation exprimés en dollars. Il nous faudra, lorsque nous procéderons à un examen du commerce extérieur, déterminer si cette compétitivité de la France au niveau des prix s'est traduite par un accroissement de notre part relative sur les marchés de nos partenaires du Marché commun, de la Grande-Bretagne et des Etats-Unis.

QUATRIEME PARTIE

LES ECHANGES EXTERIEURS

Autant la situation de nos échanges extérieurs a pu inspirer d'inquiétudes au cours de l'année 1969, autant elle a donné lieu à des commentaires favorables durant le premier semestre de 1970. Comme nous le verrons en examinant la situation de nos échanges au cours des huit premiers mois de 1970, l'inflation qui a continué de sévir chez nos concurrents a favorisé la poursuite du redressement qui s'était déjà dessiné à la fin de 1969.

Après avoir retracé l'évolution de notre commerce extérieur en 1970, nous étudierons nos échanges avec les pays de la Communauté économique européenne, puis nous essayerons de voir si la dévaluation d'août 1969 a permis d'accroître la part relative de la France sur les marchés de nos partenaires du Marché commun, de la Grande-Bretagne et des Etats-Unis.

I. — Evolution des échanges extérieurs en 1970 et perspectives pour 1971.

1. — L'ÉVOLUTION EN 1970

Grâce à l'augmentation constante de nos exportations hors zone franc et au ralentissement dans la progression de nos importations, le taux de couverture de nos échanges, ramenés en termes douaniers FOB/FOB (1), s'élève à 98 % pour les huit premiers mois de l'année, alors qu'il était de 90 % pour la période correspondante de 1969.

Ce phénomène est encore plus sensible sur la zone franc et permet ainsi à notre taux de couverture global de marquer un net excédent.

(1) En supposant que la valeur F.O.B. des importations est égale à 94 % de leur montant C.A.F.

*Evolution du taux de couverture de nos échanges
en termes douaniers FOB/FOB.*

	8 MOIS 1969	8 MOIS 1970
Hors zone franc	90,1 %	98,2 %
Zone franc	112,3 %	121,5 %
Toutes zones	92,3 %	100,4 %

Une analyse plus détaillée, par produits, de l'évolution de nos échanges depuis janvier 1970 permet de dégager les tendances suivantes.

a) *C'est dans le secteur des produits finis qu'est apparue la plus forte amélioration.*

	TAUX DE COUVERTURE hors zone franc.		SOLDES DES ECHANGES hors zone franc, CAF/FOB.	
	8 mois 1969.	8 mois 1970.	8 mois 1969.	8 mois 1970.
	(En pourcentage.)		(En millions de francs.)	
Agriculture	137	128	+ 2.143	+ 2.003
Energie	24	24	— 3.844	— 4.756
Matières premières et produits bruts	53	57	— 3.413	— 3.741
Demi-produits	101	105	— 86	+ 580
Produits finis, dont :	89	102	— 2.294	+ 504
Biens d'équipement	81	82	— 2.427	— 2.924
Biens de consommation ..	103	133	+ 247	+ 3.428

Si l'excédent de nos échanges agricoles s'est stabilisé, la situation s'est détériorée en ce qui concerne les matières premières, ce qui est normal compte tenu de l'accroissement de la production industrielle. Elle s'est, par contre, considérablement améliorée dans le secteur des produits finis où les exportations ont augmenté à un rythme très élevé (+ 30,4 % pour les biens d'équipement et + 44 % pour les biens de consommation au cours des huit premiers mois de 1970 par rapport à la période correspondante de 1969).

Cette amélioration marque un net renversement de tendance dans le processus de dégradation de ce secteur qui avait pris des proportions très importantes en 1968 et 1969.

*Soldes hors zone franc des échanges de produits finis
depuis janvier 1965.*

(En millions de francs.)

1965	1966	1967	1968	1969	8 MOIS 1970
+ 2.428	+ 1.416	+ 764	— 1.306	— 4.062	+ 504

Il est également important de souligner que le solde de nos échanges de biens de consommation est de nouveau largement excédentaire (+ 3.428 millions de francs).

Sur le plan de l'évolution structurelle de la balance commerciale, la forte progression des ventes de biens de consommation au cours des derniers mois a entraîné un accroissement de leur part dans la composition de nos exportations, alors que la part relative des ventes de biens d'équipement est restée à peu près stable.

En pourcentage de nos exportations hors zone franc.

	8 MOIS 1968	8 MOIS 1969	8 MOIS 1970
Produits finis	45,8 %	46 %	47,7 %
Biens d'équipement	23,2 %	23,6 %	23,3 %
Biens de consommation	22,6 %	22,4 %	24,4 %

b) *De son côté la structure de nos importations a tendu à s'assainir :*

La progression de nos achats s'est ralentie dans tous les secteurs excepté l'énergie. Ce ralentissement est surtout spectaculaire pour les biens de consommation. L'évolution des importations de biens d'équipement qui demeurent élevées souligne l'effort considérable réalisé par les entreprises en matière d'investissement au cours des derniers mois, notamment grâce à la restauration des marges bénéficiaires à l'exportation qui a permis aux entreprises de poursuivre le mouvement amorcé en 1968 en dépit des restrictions de crédit.

Evolution des importations hors zone franc.

	<u>8 MOIS 1969</u>	<u>8 MOIS 1970</u>
	<u>8 MOIS 1968</u>	<u>8 MOIS 1969</u>
	(En pourcentage.)	
Agriculture	+ 32,3 %	+ 19,4 %
Energie	+ 8 %	+ 24,9 %
Matières premières et produits bruts ..	+ 32,4 %	+ 17,9 %
Demi-produits	+ 35,8 %	+ 29,7 %
Produits finis,	+ 40,2 %	+ 17,9 %
dont :		
Biens d'équipement	+ 33,3 %	+ 27,4 %
Biens de consommation	+ 50,3 %	+ 5,6 %

La croissance, au demeurant modérée de nos importations n'a donc rien d'anormal. Si l'on fait abstraction du fait que l'élasticité observée entre l'évolution de la production industrielle et celle de nos achats depuis le début de l'année semble plus forte que prévue (l'I.N.S.E.E. doit prochainement analyser ce phénomène), l'écart constaté entre la progression de nos importations et les prévisions arrêtées il y a quelque temps est la conséquence normale d'une croissance de la production industrielle et d'un niveau d'activité économique supérieurs à ce qui avait été initialement prévu.

Le rétablissement de nos échanges extérieurs amorcé durant le quatrième trimestre de 1969 s'est donc confirmé en 1970. Cette évolution favorable devrait se poursuivre, compte tenu du niveau toujours élevé des commandes en provenance de l'étranger et du degré de compétitivité de nos produits.

2. — PERSPECTIVES POUR 1971

Les perspectives pour 1971 résultent des derniers calculs effectués par la Direction de la Prévision pour le budget économique présenté au Parlement en même temps que le projet de loi de Finances pour 1971.

Le développement relativement modéré de la demande internationale doit normalement conduire à un ralentissement de la croissance des principaux pays européens. Néanmoins, ils devraient connaître en 1971 une expansion permettant une progression satisfaisante de nos exportations, d'autant que la marge de manœuvre

apportée par la dévaluation reste encore pratiquement intacte et pourrait, par conséquent, être utilisée dans un contexte de renforcement de la concurrence internationale.

D'autre part, malgré la reprise de la consommation des ménages et le maintien d'un taux de croissance élevé pour les investissements, le développement des importations devrait rester relativement modéré et en tous cas inférieur au rythme du développement des exportations.

Dans ces conditions, le taux de couverture de nos échanges hors zone franc se situerait aux environs de 94,5 % et correspondrait, par conséquent, à un net excédent de la balance commerciale.

Pour être à la portée de l'économie française, les estimations sont néanmoins relativement ambitieuses et la réalisation des objectifs souhaités nécessitera donc une attention soutenue de la part des Pouvoirs Publics en 1971.

II. — Les échanges avec la Communauté économique européenne.

1. *La concentration de nos échanges avec les pays de la Communauté s'est poursuivie et a été plus marquée pour les exportations que pour les importations.*

Depuis août dernier, l'ensemble de nos échanges sur la C. E. E. a progressé de 28,2 % contre 26,9 %, pour nos échanges toutes zones portant sa part à 48,8 % de nos importations et à 48,1 % de nos exportations.

Toutefois, le rythme de progression de nos importations s'est considérablement ralenti depuis août 1969, tandis que celui de nos exportations s'est accéléré :

	SEPTEMBRE 1968	SEPTEMBRE 1969
	AOUT 1970	AOUT 1969
Importations	+ 40,2 %	+ 21,5 %
Exportations	+ 30,9 %	+ 36,5 %

Notre taux de couverture sur la C. E. E. s'est ainsi amélioré de 10 points, passant de 80,3 % pour la période de septembre 1968/août 1969 à 90,1 % pour les douze derniers mois.

2. Cette tendance nouvelle et favorable a permis de réduire notre déficit avec les pays de la C. E. E.

Tandis qu'il représentait près de 60 % de l'ensemble de notre déficit commercial pour le premier trimestre 1969, il n'en représentait plus que 36 % au premier semestre 1970.

Notre position sur le marché italien s'est, en particulier, considérablement améliorée : non seulement notre déficit sur ce pays s'est transformé en un confortable excédent (+ 639 millions de francs durant le premier trimestre), ce qui n'est pas anormal compte tenu des difficultés qu'a connu l'économie italienne depuis le début de l'année, mais nos ventes à l'Italie ont progressé de 27,2 % durant le premier semestre 1970, tandis que ses importations globales n'ont progressé que de 20,7 %.

Une évolution semblable se dessine pour l'U. E. B. L. où nos exportations se sont accrues de 21,2 % contre une progression des importations de 14,7 % au cours des six premiers mois de l'année.

Par contre, le solde de nos échanges avec la République fédérale allemande demeure négatif. Compte tenu des effets cumulés des modifications de parité monétaire et du fait que la R. F. A. est notre premier partenaire commercial (elle représente 24,1 % de nos achats hors zone franc et 23,1 % de nos ventes), cette situation est particulièrement préoccupante. Elle traduit notre dépendance par rapport à l'économie de ce pays, notamment pour les biens d'équipement, et constitue un facteur de vulnérabilité pour notre économie, une légère recession chez nos voisins ayant des répercussions fâcheuses non seulement sur le volume global de nos échanges mais, par ce biais, sur l'ensemble de notre conjoncture.

Evolution de nos échanges avec la C. E. E.

	IMPORTATIONS			EXPORTATIONS			SOLDE	
	Septembre 1968 à août 1969.	Septembre 1969 à août 1970.	Évolution en pourcentage.	Septembre 1968 à août 1969.	Septembre 1969 à août 1970.	Évolution en pourcentage.	Septembre 1968 à août 1969.	Septembre 1969 à août 1970.
Total C. E. E.	40.966	49.794	+ 21,5	32.891	44.888	+ 36,5	— 8075	— 4906
Allemagne	18.060	22.828	+ 26,4	14.254	19.110	+ 34,1	— 3806	— 3718
Italie	8.474	9.272	+ 9,4	7.031	10.250	+ 45,8	— 1443	+ 978
Pays-Bas	5.352	6.037	+ 12,8	4.032	5.344	+ 32,5	— 1320	— 693
U. E. B. L.	9.080	11.657	+ 28,4	7.574	10.184	+ 34,5	— 1506	— 1473

III. — La dévaluation d'août a-t-elle permis d'accroître la part relative de la France sur les marchés de nos partenaires du Marché commun, de la Grande-Bretagne et des Etats-Unis.

Les exportations françaises vers la Communauté économique européenne, la Grande-Bretagne et les Etats-Unis ont enregistré une sensible accélération depuis la dévaluation d'août 1969 qui n'a pas néanmoins toujours été suffisante pour améliorer la position commerciale de notre pays sur ses principaux marchés clients. Celle-ci ne s'est en effet accrue qu'en Italie (en partie en raison des grèves qui ont affecté ce pays), en U. E. B. L. et en Grande-Bretagne où la progression de nos ventes a été très nettement supérieure à l'expansion du marché durant la période considérée.

Evolution depuis la dévaluation du franc (1).

	IMPORTATIONS	EXPORTATIONS
	totales.	françaises.
	En pourcentage.	
Italie	+ 20,7	+ 27,2
U. E. B. L.	+ 14,7	+ 21,2
Grande-Bretagne	+ 6	+ 13,7

Par contre, malgré de belles performances à l'exportation, la croissance de nos ventes est demeurée inférieure à la croissance des achats de la R. F. A., des Pays-Bas et des U. S. A.

	IMPORTATIONS	EXPORTATIONS
	totales.	françaises.
	En pourcentage.	
R. A. F.	+ 23,5	+ 17,8
Pays-Bas	+ 22,9	+ 12,8
U. S. A.	+ 12,3	+ 7

(1) Pour la comparabilité des évolutions, ces pourcentages d'accroissement résultent de chiffres convertis en dollars.

Ainsi, en dépit de résultats à l'exportation satisfaisants en valeur absolue, la part relative détenue par la France s'est légèrement affaiblie sur certains marchés. Selon les statistiques disponibles (1), notre position s'est améliorée :

- en Italie : pour le premier semestre 1970 et par rapport à la période correspondante de 1969 la part de nos ventes est passée de 12,5 % à 13 % ;
- en U. E. B. L. : elle est passée de 16,5 % au cours des six premiers mois de 1969 à 17,5 % en 1970 ;
- en Grande-Bretagne : sur six mois également, elle est passée de 3,9 % à 4,2 %.

Notre position s'est par contre légèrement affaiblie :

- en Allemagne : la part de nos ventes a représenté 13 % des achats allemands au cours du premier semestre 1970 contre 13,6 % par rapport au premier semestre 1969 ;
- aux Pays-Bas : au cours des huit premiers mois de l'année, elle est tombée de 8,1 % en 1969 à 7,6 % en 1970 ;
- aux Etats-Unis : elle est passée de 2,4 % pour les huit premiers mois de 1969 à 2,3 % pour la période correspondante de 1970.

Dans l'ensemble, la position française sur le marché de ses principaux clients a finalement peu varié depuis août 1969, mais tend cependant dans l'ensemble vers une légère amélioration :

Nos ventes ont représenté 8,7 % des achats de ces pays durant le premier semestre 1970 contre 8 % durant le premier semestre 1969.

Cette situation ne reflète évidemment pas un manque de compétitivité en matière de prix, mais l'insuffisance des capacités de production disponibles qui, dans certains secteurs, a empêché les exportateurs français de profiter pleinement d'une conjoncture internationale exceptionnellement favorable.

Pour la période à venir, les investissements importants réalisés au cours des derniers mois devraient permettre d'améliorer cette situation d'autant que ce sont les entreprises exportatrices qui ont effectué l'effort le plus important en matière d'équipement.

(1) Résultats établis sur la base des statistiques nationales que font parvenir les conseillers commerciaux.

Par ailleurs, la relative stagnation de nos ventes de produits agricoles (consécutives à la médiocrité des récoltes) et de matières premières industrielles (consommation accrue des entreprises par suite de l'activité économique intérieure soutenue) explique également, pour une part, le recul de notre position sur certains marchés. Par contre celle-ci semble s'être considérablement améliorée en ce qui concerne les biens de consommation et notamment l'automobile et les produits textiles mais ce phénomène est en l'état actuel des statistiques disponibles difficile à évaluer.

Une enquête sur ce point est actuellement effectuée par les conseillers commerciaux en poste dans nos principaux pays clients et devrait permettre de préciser rapidement cet aspect favorable de nos ventes à l'étranger.

CONCLUSION

La concentration du commerce de détail demeure plus importante en Allemagne, aux Pays-Bas et en Grande-Bretagne qu'en France. On peut donc craindre que les mutations — qui s'accompagnent inévitablement de heurts et de traumatismes sociaux ne se poursuivent dans les années à venir. Toutefois, les interventions à caractère social qu'elles rendront nécessaires ne doivent pas amener à exercer une politique malthusienne qui, freinant le modernisme et le progrès, nous mettrait en position défavorable dans la concurrence internationale. C'est essentiellement par une association du petit commerce dans des chaînes de distribution que l'on parviendra à résoudre le problème économique et le problème social.

L'augmentation des prix reste, aujourd'hui encore, inquiétante. Sans doute peut-on la juger négligeable à un moment où l'inflation qui sévit dans l'ensemble des pays industrialisés laisse intact l'avantage que nous a conféré la dévaluation, mais ses effets pernicieux apparaîtraient au grand jour si une stabilisation des économies voisines survenait en 1971.

Enfin, on peut craindre que le redressement de nos échanges extérieurs en 1970 ne soit dû principalement à des circonstances favorables éphémères (grèves en Italie, dévaluation, moindre croissance des importations). Aussi, les efforts d'incitation de notre implantation à l'étranger doivent-ils être poursuivis et accrus. La campagne engagée par le Ministère des Finances pour encourager notre implantation sur le marché américain va dans ce sens ; on pourrait souhaiter cependant que le Gouvernement développe davantage l'infrastructure logistique de notre commerce extérieur qui demeure, le plus souvent, insuffisant (attachés agricoles par exemple).

*
* *

Sous le bénéfice de ces observations, votre Commission des Affaires économiques et du Plan donne un avis favorable à l'adoption des dispositions du budget du Ministère de l'Economie et des Finances (Services financiers) qu'elle a examinées.