

Analyse de la compétitivité de la France dans le secteur de la Haute couture

Romain CAPLIEZ...

17 mai 2024

1 Méthodologie

1.1 Première sélection des produits

Les codes produits HS6 ont été sélectionnés selon la nomenclature 2022 puis une correspondance a été effectuée avec la nomenclature de 1992, nécessaire à l'utilisation des données complètes de la base de données BACI.

Afin de procéder à une sélection fine des produits, nous avons effectué une première sélection des codes produits HS6. Cette étude se concentre sur le secteur de la Haute couture et articles apparentés. Cela correspond à 4 secteurs : la maroquinerie, les vêtements, les chaussures et la bijouterie. Le chapitre associé à la maroquinerie correspond au chapitre 42, plus précisément aux sections 4202 et 4203 correspondants aux valises, vêtements et accessoires en cuir naturel ou reconstitué. Les autres sections correspondent aux autres types d'articles en cuir, comme les accessoires pour animaux, et ne rentrent donc pas dans le cadre de notre étude.

Le secteur de l'habillement comprend les codes des chapitres 61 et 62 qui sont les codes pour les vêtements ainsi que les sections 6504 et 6505, les chapeaux finis. Les autres sections du chapitre 65 n'ont pas été reconnus car on ne s'intéresse ici qu'aux produits finis.

Le chapitre 64 correspond au secteur des chaussures, tandis que les sections 7113, 7114, 7116 et 7117 correspondent au secteur de la bijouterie, les autres sections faisant référence à des composants des bijoux ou bien à des ouvrages autres que des bijoux.

Cette première sélection nous permet d'obtenir 268 codes HS6, dont la répartition dans les secteurs est la suivante : 17 dans la maroquinerie, 215 dans l'habillement, 25 dans les chaussures et 11 dans la bijouterie.

1.2 Outliers

La répartition entre haut de gamme et le reste s'effectue à partir des valeurs unitaires commerciales qui s'obtiennent en divisant la valeur commerciale par les quantités. Les quantités étant sujettes à erreurs et approximations, des valeurs aberrantes peuvent apparaître. La difficulté concernant les valeurs extrêmes dans cette étude tient à ce que les valeurs unitaires élevées, sont ce qui nous intéresse lorsque l'on parle de haut de gamme ou de luxe. Contrairement à Fontagné and Hatte (2013) par exemple, nous avons choisis d'être conservateurs dans notre façon de traiter les outliers. Nous avons choisis de retirer toutes les observations dont la différence entre la valeur unitaire et la moyenne des valeurs unitaires par couple produit-année, est supérieure à trois fois l'écart-type de la distribution des différences à la moyenne produit-année. Cette méthode nous permet de garder presque l'entièreté des quantités et plus de 99 % de la valeur commerciale. Une des difficultés dans le choix de la méthode de suppression des outliers a été le secteur de la bijouterie. Ce dernier comporte des valeurs unitaires extrêmement importantes et est toujours le secteur qui est le plus touché, en termes de quantités par la suppression des outliers. C'est ce qui nous a conduit à rejeter la méthode proposée par Hallak (2006) qui retirait presque toutes les valeurs de la bijouterie haut de gamme.

1.3 Définition des flux haut de gamme

Un flux est considéré comme haut de gamme lorsque sa valeur unitaire est trois fois supérieure à la moyenne pondérée par les quantités des valeurs unitaires pour chaque groupe produit-année. Cela suit la méthodologie proposée par Fontagné et al. (2007). La difficulté avec cette méthode est de définir le seuil à partir duquel le flux est considéré comme haut de gamme. Un seuil trop faible fera entrer de nombreux flux mais ces derniers ne seront pas forcément réellement de haute gamme, tandis qu'un seuil trop restrictif ne fera apparaître que les flux de luxe qui ne correspondent qu'à une partie seulement de l'objet de cette étude. N'ayant pas de référence comme Martin and Mayneris (2015) pour définir un seuil d'entrée dans le haut de gamme, nous avons testé différents seuils. Nous avons retenu un seuil de 3, ce qui

nous permet d'avoir un nombre de flux et de produits assez important. De plus définir un produit haut de gamme comme étant au minimum trois fois plus cher que la médiane pondérée mondiale ne semble pas abhèrent.

Il est à noter que cette méthode définit un produit comme étant haut de gamme par rapport à une référence mondiale et pas par rapport aux importateurs. Les préférences nationales ne sont pas prises en compte, notre critère suppose que le produit est « objectivement » dans le haut de gamme peu importe le pays de destination.

1.4 Définition des produits étudiés

Cette étude s'intéresse à la compétitivité de la France sur le segment de la haute couture. Nous n'allons pas étudier chaque produit, mais uniquement ceux dans lesquels la France est majoritairement spécialisée dans le haut de gamme. Nous considérons que la France est spécialisée dans le haut de gamme pour un produit donné, une année donnée, si au moins 75 % de ses exportations de ce produit cette année se situent dans le haut de gamme. Notre année de référence est puisque l'on s'intéresse à la situation actuelle. Cela nous donne 129 produits.

On peut remarquer dans la figure 1 que le nombre de produit sélectionné diminue en fonction de l'année de référence sélectionnée puisque le nombre de produits pour l'année 2010 est de 143. Cela semble s'expliquer par une stagnation des valeurs unitaires française et une augmentation de celles mondiales dans le secteur de l'habillement qui correspond au secteur avec le plus de produits et dont le nombre de produits est le plus sujet à diminution.

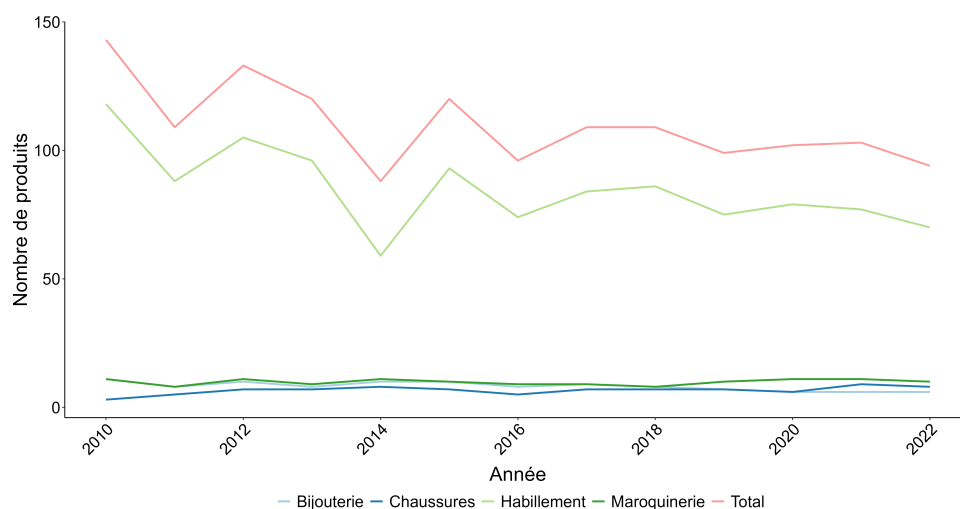


FIGURE 1 – Nombre de produits considérés comme haut de gamme pour la France selon l'année de référence

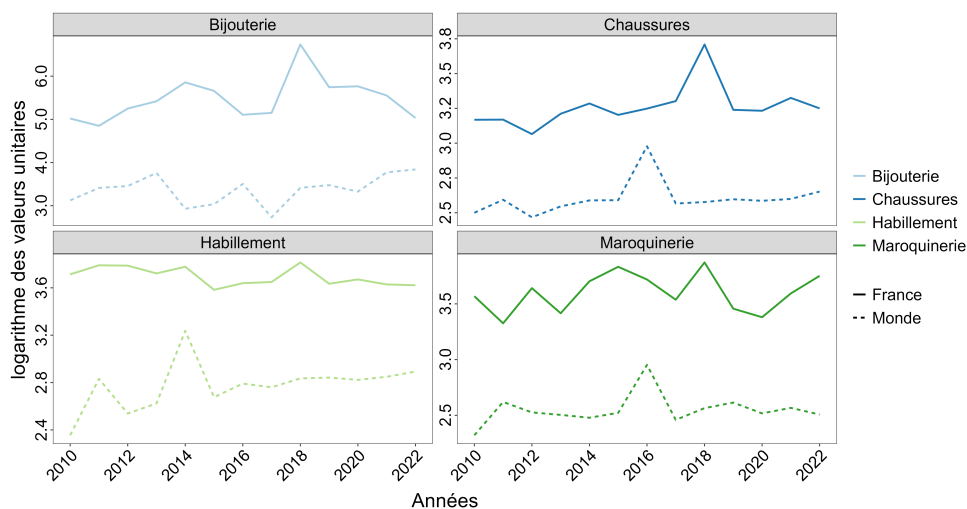


FIGURE 2 – Ecart entre les valeurs unitaires françaises et mondiales de référence

Concernant la concurrence, on définit comme concurrent important de la France sur un produit/secteur tout pays ayant plus de 75 % des exportations de ce produit dans du haut de gamme et représentant

au moins 5 % de part de marché mondiale haut de gamme. Ce critère défini comme concurrent tout pays étant largement spécialisé dans le haut de gamme pour un produit donné et occupant une place importante dans le commerce mondial de ce produit. Cependant, ce critère ne permet pas de prendre en compte les pays possédant une grosse force commerciale dans le haut de gamme de ce produit mais n'étant pas spécialisé dans le haut de gamme, avec comme exemple le plus évident étant la Chine (voir table 1). Pour prendre cela en compte un autre critère de sélection est mis en place. Un pays est donc également défini comme concurrent s'il représente au moins 10 % des parts de marché mondiale dans le commerce haut de gamme d'un produit donné.

Concurrents	2010	2022
CHN	109	82
ITA	100	101
VNM	38	16
DEU	37	35
IND	28	25
BGD	18	2
TUR	15	6
IDN	13	12
THA	12	4
KHM	11	5
USA	11	11
HKG	10	1
CHE	9	11
LKA	8	12
ESP	8	10

TABLE 1 – Nombre de produits par concurrents

1.5 Définition des régions étudiées

Pour définir la classification géographique utilisée, nous sommes partis de la base de donnée du CEPII CHELEM, qui classe les différents pays du monde en 12 régions. A partir d'une phase d'exploration des données, il nous est apparu important de remanier cette décomposition. La décomposition géographique va être légèrement différente entre les exportations et les importations afin de tenir compte des différences entre les deux. Certains pays ont une importance telle qu'il peut être utile de les différencier dans un cas mais pas dans l'autre. De même, en raison de la forte différence systématique entre le secteur de la bijouterie et des autres, il a été décidé de séparer les deux groupes de secteurs.

De manière générale, les principaux pays que l'on observe et dont il nous paraît important d'isoler dans la classification sont la France, l'Italie et la Suisse. La Chine fait également partie de ces pays extrêmement importants que ce soit pour les imports où les exports. Cette dernière a été rapprochée avec Hong-Kong à cause de leurs possibles rapprochement dans leurs déclaration de commerce **Vérifier raison précise auprès de Vincent.**

Pour les exportations d'habits, de chaussures et de maroquinerie, nous avons ajouté comme catégorie :

- Amérique : Tous les pays d'Amérique du Nord, Centrale, du Sud et des Caraïbes. Aucune distinction n'a été effectuée à cause du faible poids de cette région dans les exportations de haut de gamme
- Moyen-Orient
- Reste de l'Asie
- Reste de l'union européenne
- Reste du monde qui contient tous les pays n'entrant pas dans une des catégories précédente (comme les pays du reste de l'Europe) ou n'étant pas présent dans la classification CHELEM

Pour le secteur de la bijouterie, de part leur importance, les USA ont été sortis et les autres pays d'Amérique se retrouvent dans le reste du monde. La Turquie quant à elle a été sortie du reste du monde.

Pour les importations d'habits, de chaussures et de maroquinerie, les régions sont les mêmes que pour les exportations avec les USA et ARE qui sont isolés de leur région respectives en raison de leur forte importance. Dans ce cas précis aucune distinction n'est faite avec le secteur de la bijouterie.

2 Résultats

2.1 Parts de marché

2.1.1 Parts de marché des régions exportatrices

Pour les exportations de produits hauts de gamme, on remarque à partir des figures 3 et 4 ainsi que la table 2 que les pays de l'union européenne jouent un rôle prépondérant avec pour les habits, chaussures et maroquinerie 50% ou plus de parts de marché mondiales et près de 40% pour les bijoux. Il faut noter le rôle extrêmement important de la France et de l'Italie dans cette domination. L'Asie joue également un rôle très important avec notamment la Chine qui se palce comme un des principaux exportateurs de haut de gamme dans le monde. Concernant la bijouterie, il faut relever l'importance de la Turquie et du Moyen-Orient, mais également celle de la Suisse.

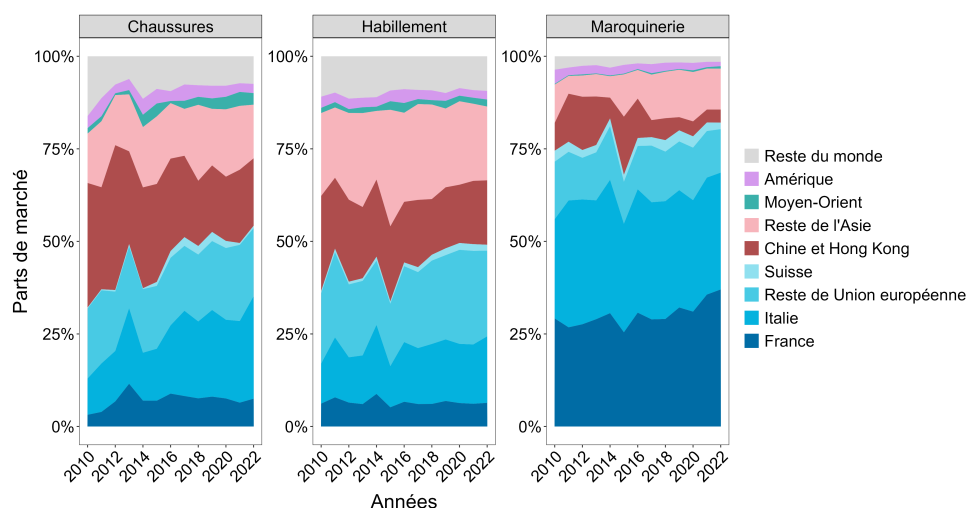


FIGURE 3 – Parts de marché des régions exportatrices par secteurs

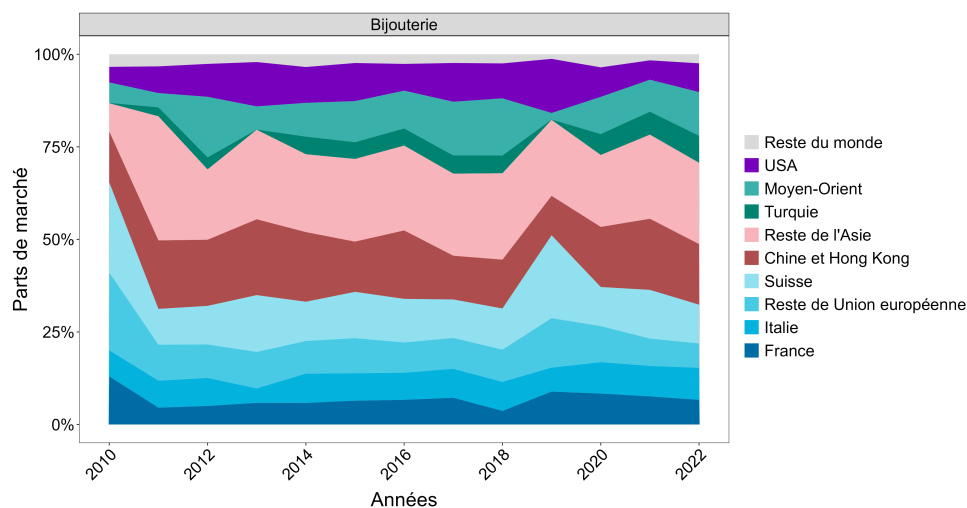


FIGURE 4 – Parts de marché des régions exportatrices sur le secteur de la bijouterie

2.1.2 Parts de marché des régions importatrices

Concernant les importateurs, on peut voir grâce aux graphiques 5 et 6 et à la table 3 que l'UE constitue une destination privilégiée des biens de haut de gamme. L'Asie, particulièrement la Chine et (et Hong-Kong pour les bijoux) sont également de grands importateurs mais ce sont les Etats-Unis qui sont aujourd'hui les premiers importateurs mondiaux de haut de gamme dans tous les secteurs mis à part la bijouterie où ils sont les deuxièmes. On peut remarquer également les Emirats-Arabis Unis importent 10 % des bijoux mondiaux de haut de gamme.

Pays	Secteurs	2010	2022
Bijouterie	CHN	6.66	13.25
Bijouterie	IND	1.20	11.39
Bijouterie	CHE	24.37	10.48
Bijouterie	ARE	4.01	9.86
Bijouterie	ITA	7.05	8.65
Bijouterie	USA	4.21	7.77
Bijouterie	TUR	0.11	7.29
Bijouterie	FRA	12.99	6.66
Bijouterie	HKG	7.09	3.12
Bijouterie	GBR	9.75	2.16
Chaussures	ITA	9.81	27.69
Chaussures	CHN	32.18	17.76
Chaussures	FRA	3.17	7.51
Chaussures	VNM	2.06	5.46
Chaussures	ESP	6.94	2.67
Chaussures	DOM	5.87	0.22
Habillement	ITA	10.81	17.97
Habillement	CHN	24.23	16.82
Habillement	FRA	6.18	6.39
Habillement	DEU	4.75	5.46
Maroquinerie	FRA	29.19	37.02
Maroquinerie	ITA	26.82	31.56
Maroquinerie	CHN	6.11	2.97

TABLE 2 – Parts de marché des exportateurs par secteur en 2010 et 2022

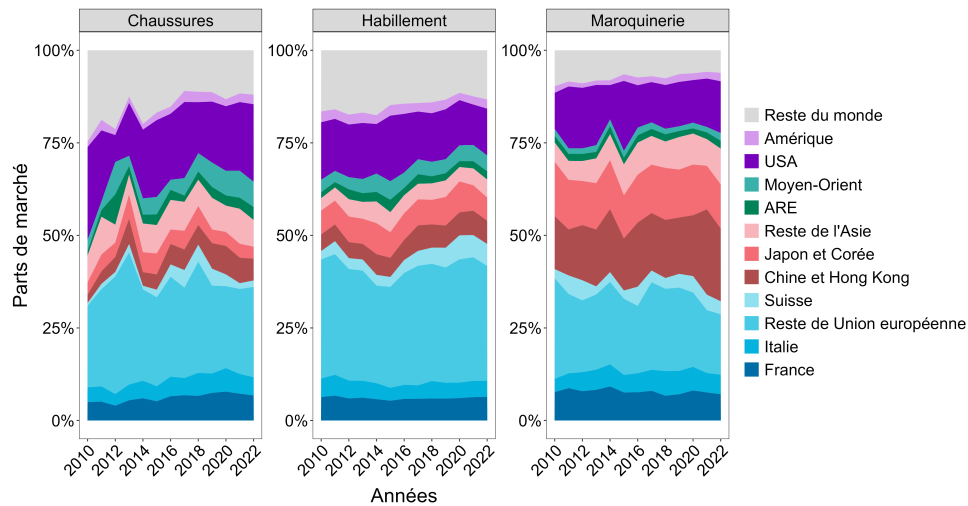


FIGURE 5 – Parts de marché des régions importatrices par secteur

3 Annexe

hs22	hs92	hs22	hs92	hs22	hs92
420211	420211	611030	611030	620711	620711
420212	420212	611090	611090	620719	620719
420219	420219	611120	611120	620721	620721
420221	420221	611130	611130	620722	620722
420222	420222	611190	611190	620729	620729
420229	420229	611211	611211	620791	620791
420231	420231	611212	611212	620799	620799
420232	420232	611219	611219	620811	620811
420239	420239	611220	611220	620819	620819
420291	420291	611231	611231	620821	620821
420292	420292	611239	611239	620822	620822
420299	420299	611241	611241	620829	620829
420310	420310	611249	611249	620891	620891

420321	420321	611300	611300	620892	620892
420329	420329	611420	611420	620899	620899
420330	420330	611430	611430	620920	620920
420340	420340	611490	611490	620930	620930
610120	610120	611510	611599	620990	620990
610130	610130	611521	611511	621010	621010
610190	610190	611522	611512	621020	621020
610210	610210	611529	611519	621030	621030
610220	610220	611530	611520	621040	621040
610230	610230	611594	611591	621050	621050
610290	610290	611595	611592	621111	621111
610310	610319	611596	611593	621112	621112
610322	610322	611599	611599	621120	621120
610323	610323	611610	611610	621132	621132
610329	610329	611691	611691	621133	621133
610331	610331	611692	611692	621139	621139
610332	610332	611693	611693	621142	621142
610333	610333	611699	611699	621143	621143
610339	610339	611710	611710	621149	621149
610341	610341	611780	611780	621210	621210
610342	610342	611790	611790	621220	621220
610343	610343	620120	620111	621230	621230
610349	610349	620130	620192	621290	621290
610413	610413	620140	620193	621320	621320
610419	610419	620190	620199	621390	621390
610422	610422	620220	620211	621410	621410
610423	610423	620230	620292	621420	621420
610429	610429	620240	620293	621430	621430
610431	610431	620290	620299	621440	621440
610432	610432	620311	620311	621490	621490
610433	610433	620312	620312	621510	621510
610439	610439	620319	620319	621520	621520
610441	610441	620322	620322	621590	621590
610442	610442	620323	620323	621600	621600
610443	610443	620329	620329	621710	621710
610444	610444	620331	620331	621790	621790
610449	610449	620332	620332	640110	640110
610451	610451	620333	620333	640192	640192
610452	610452	620339	620339	640199	640199
610453	610453	620341	620341	640212	640211
610459	610459	620342	620342	640219	640219
610461	610461	620343	620343	640220	640220
610462	610462	620349	620349	640291	640291
610463	610463	620411	620411	640299	640299
610469	610469	620412	620412	640312	640311
610510	610510	620413	620413	640319	640319
610520	610520	620419	620419	640320	640320
610590	610590	620421	620421	640340	640340
610610	610610	620422	620422	640351	640351
610620	610620	620423	620423	640359	640359
610690	610690	620429	620429	640391	640391
610711	610711	620431	620431	640399	640399
610712	610712	620432	620432	640411	640411
610719	610719	620433	620433	640419	640419
610721	610721	620439	620439	640420	640420
610722	610722	620441	620441	640510	640510
610729	610729	620442	620442	640520	640520
610791	610791	620443	620443	640590	640590
610799	610799	620444	620444	640610	640610
610811	610811	620449	620449	640620	640620
610819	610819	620451	620451	640690	640699
610821	610821	620452	620452	650400	650400
610822	610822	620453	620453	650500	650590

610829	610829	620459	620459	650610	650610
610831	610831	620461	620461	650691	650691
610832	610832	620462	620462	650699	650699
610839	610839	620463	620463	711311	711311
610891	610891	620469	620469	711319	711319
610892	610892	620520	620520	711320	711320
610899	610899	620530	620530	711411	711411
610910	610910	620590	620590	711419	711419
610990	610990	620610	620610	711420	711420
611011	611010	620620	620620	711610	711610
611012	611010	620630	620630	711620	711620
611019	611010	620640	620640	711711	711711
611020	611020	620690	620690	711719	711719
				711790	711790

TABLE 4: Produits sélectionnés

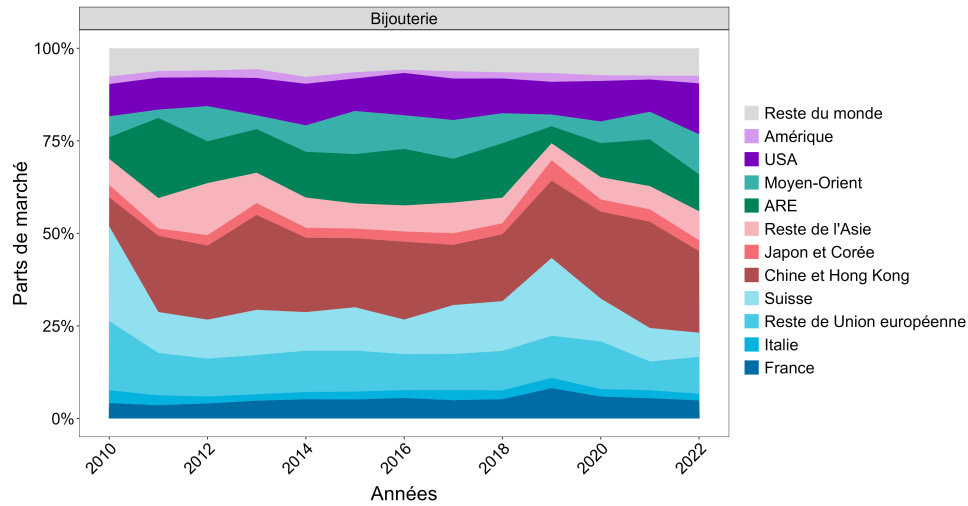


FIGURE 6 – Parts de marché des régions importatrices sur le secteur de la bijouterie

Références

- Fontagné, L., Gaulier, G., and Zignago, S. (2007). Specialisation across varieties within products and north-south competition. Working Papers 2007-06, CEPIL.
- Fontagné, L. and Hatte, S. (2013). European High-End Products in International Competition. working paper or preprint.
- Hallak, J. C. (2006). Product quality and the direction of trade. *Journal of international Economics*, 68(1) :238–265.
- Martin, J. and Mayneris, F. (2015). High-end variety exporters defying gravity : Micro facts and aggregate implications. *Journal of International Economics*, 96(1) :55–71.

Pays	Secteurs	2010	2022
Bijouterie	HKG	7.11	19.25
Bijouterie	USA	8.72	13.76
Bijouterie	ARE	5.90	10.01
Bijouterie	CHE	25.58	6.51
Bijouterie	GBR	8.27	3.30
Chaussures	USA	25.05	20.91
Chaussures	FRA	4.98	6.78
Chaussures	NLD	2.39	5.04
Chaussures	RUS	5.20	0.45
Habillement	USA	15.53	12.61
Habillement	DEU	7.57	7.59
Habillement	FRA	6.34	6.40
Habillement	CHE	2.28	5.93
Habillement	GBR	6.05	5.70
Habillement	ITA	5.02	4.34
Habillement	JPN	5.33	3.14
Maroquinerie	USA	9.78	13.97
Maroquinerie	CHN	3.08	12.48
Maroquinerie	HKG	11.23	7.20
Maroquinerie	FRA	7.69	7.09
Maroquinerie	KOR	4.24	6.49
Maroquinerie	JPN	10.47	5.43
Maroquinerie	ITA	3.56	5.30
Maroquinerie	SGP	2.91	5.22
Maroquinerie	GBR	7.13	4.06
Maroquinerie	DEU	5.57	3.87

TABLE 3 – Parts de marché des importateurs par secteur en 2010 et 2022