

IV. Le commerce dans les chaînes de valeur mondiales

Aujourd'hui, les entreprises répartissent leurs opérations dans le monde entier, depuis la conception des produits et la fabrication des composants jusqu'à l'assemblage et la commercialisation, créant ainsi des chaînes productives industrielles ou chaînes de valeur mondiales. L'imputation de la totalité de la valeur commerciale au dernier pays d'origine peut fausser les statistiques. La mesure du commerce en valeur ajoutée vise à corriger cette distorsion.

Faits saillants de l'évolution: vue d'ensemble

182

Données commerciales

188

Liste des tableaux	188
1. Aperçu général	189

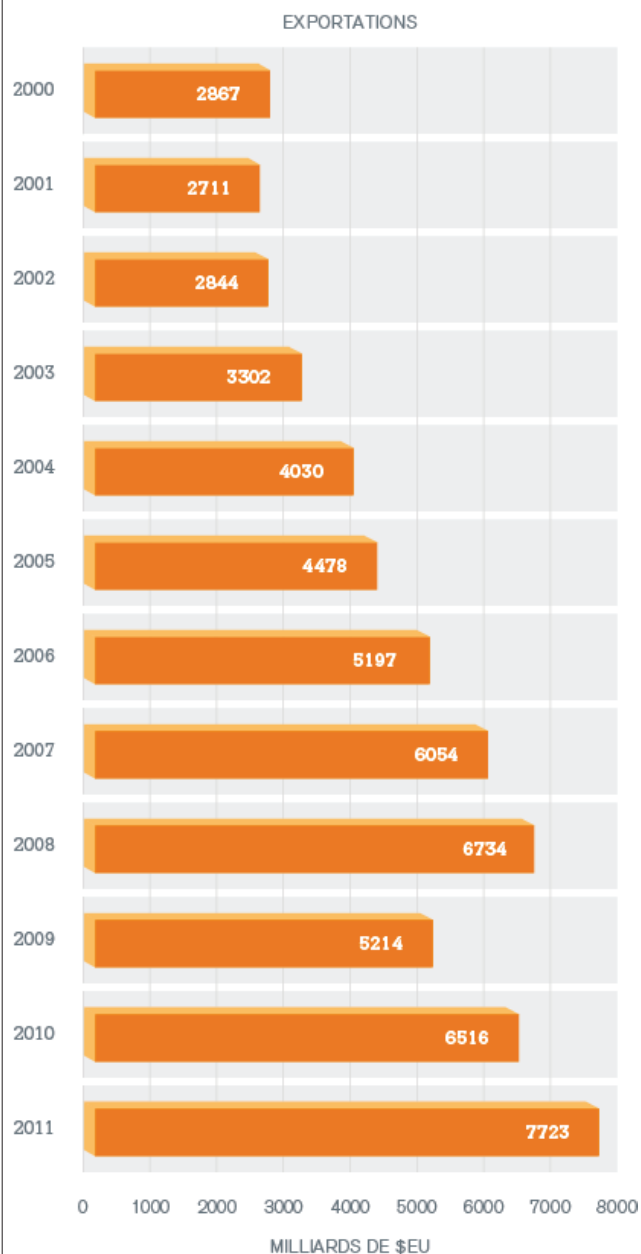


Pour plus d'information en ligne:

Vous pouvez trouver et télécharger les tableaux au format Excel sur le site www.wto.org/statistiques

La part des produits intermédiaires dans les exportations hors combustibles reste stable

Exportations mondiales de produits intermédiaires hors combustibles



Pour en savoir plus:
tableau IV.1

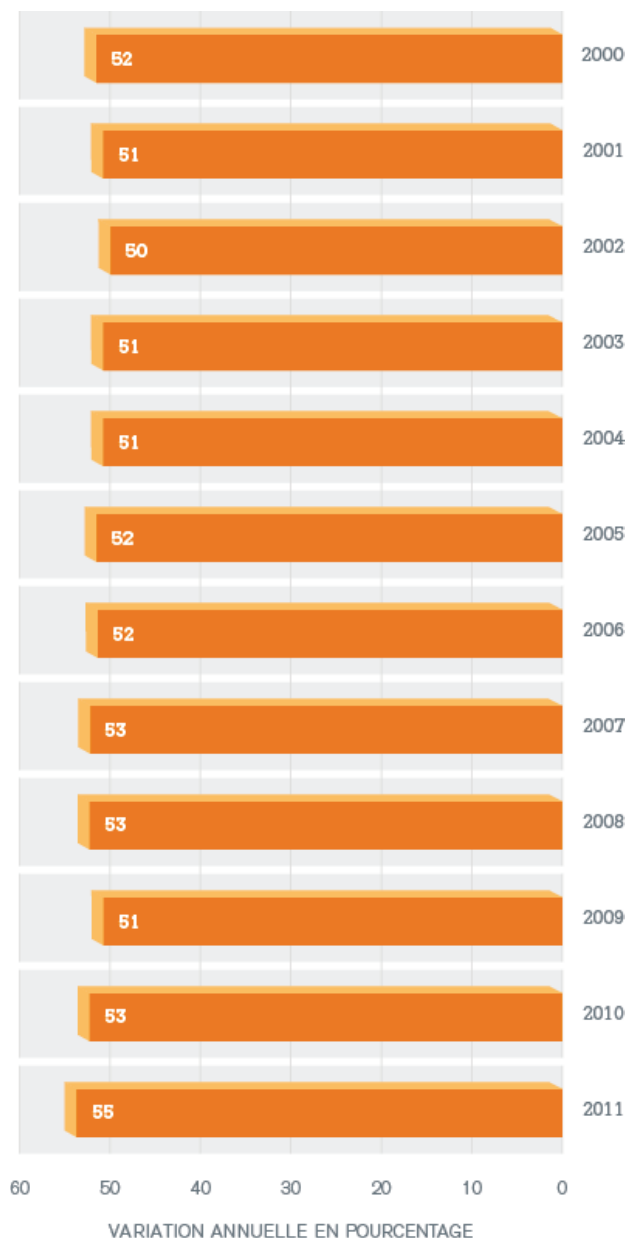
7723

Valeur (en Milliards de \$EU)
des exportations mondiales
de produits intermédiaires
hors combustibles en 2011



Télécharger les données:
www.wto.org/statistiques

Part des produits intermédiaires dans les exportations mondiales hors combustibles en pourcentage



55% Part des produits intermédiaires dans les exportations mondiales hors combustibles en 2011

- La part des produits intermédiaires dans les exportations mondiales hors combustibles est d'environ 50 pour cent depuis 2000, avec une baisse pendant la crise de 2009 et un niveau record (55 pour cent) en 2011.
- En 2011, le premier exportateur de produits intermédiaires était l'Union européenne (36 pour cent du total). Le tiers de ces produits était exporté hors de l'Union européenne, et les deux tiers à l'intérieur. La Chine et les États-Unis se classaient respectivement aux deuxième et troisième rangs, avec des parts de 10,0 pour cent et 9,8 pour cent.
- Les six principaux exportateurs de produits intermédiaires – Union européenne; Chine; États Unis; Japon; République de Corée; et Hong Kong, Chine – représentent près des deux tiers du commerce mondial des produits intermédiaires.

Le quart du contenu des exportations mondiales est de source étrangère

- En moyenne, près des trois quarts (74 pour cent) de la valeur des exportations mondiales consistent en valeur ajoutée produite au niveau national (chiffres de 2008). La valeur ajoutée consommée par le pays importateur représente 42 pour cent de ce chiffre, tandis que les intrants à valeur ajoutée exportés vers des pays tiers et qui transitent donc par le premier importateur représentent l'essentiel des 32 pour cent restants. La troisième composante de la teneur des exportations en valeur ajoutée nationale, qui correspond à la valeur renvoyée vers l'exportateur initial, est négligeable avec une part agrégée (0,5 pour cent). Il en est ainsi pour les trois catégories représentées sur cette page. La teneur des exportations brutes en valeur ajoutée étrangère est de 26 pour cent.
- La composition des exportations de l'Union européenne est analogue à la structure du commerce en valeur ajoutée des exportations mondiales. La valeur ajoutée produite au niveau national et consommée par l'importateur est de 39 pour cent, soit légèrement moins que la moyenne mondiale, tandis que la teneur en valeur ajoutée envoyée par l'UE vers des pays tiers est de 30,4 pour cent, soit environ 1 point de pourcentage de moins que la moyenne mondiale.
- Pour les «autres pays», la teneur en valeur ajoutée au premier pays importateur est de 60 pour cent, tandis que la teneur en valeur ajoutée à des pays tiers est inférieure à la moyenne mondiale (27 pour cent contre 32 pour cent).

26%

Valeur ajoutée étrangère dans les exportations mondiales

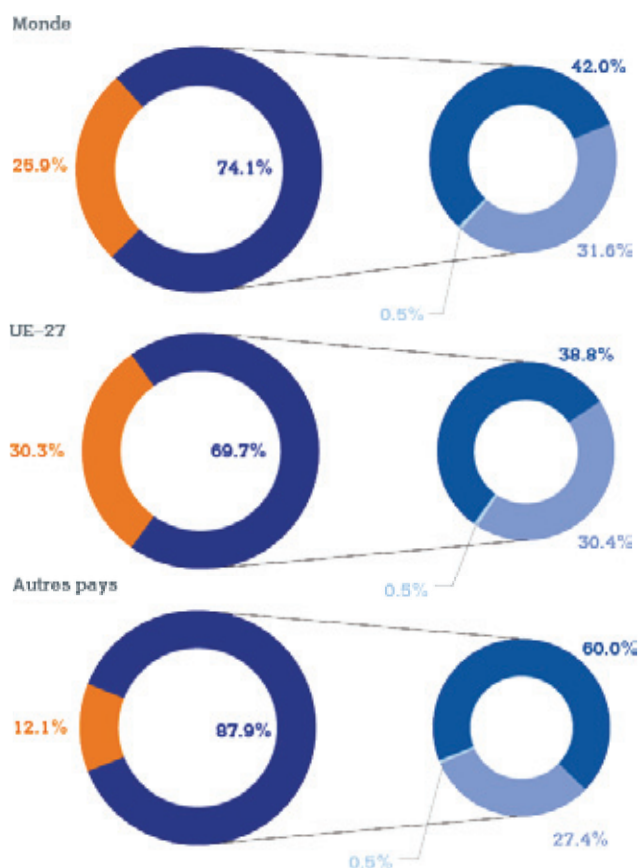
Note: La valeur ajoutée est définie comme la valeur qui est ajoutée par les branches de production pour produire des biens et des services. La teneur des exportations en valeur ajoutée étrangère correspond à la valeur ajoutée des intrants qui ont été importés pour produire des biens/services intermédiaires ou finals. Pour plus de renseignements, voir «Composition, définitions et méthodologie».

- Teneur en valeur ajoutée étrangère
- Contenu à valeur ajoutée nationale
- Teneur en valeur ajoutée nationale (consommée par l'importateur)
- Teneur en valeur ajoutée nationale (consommée par l'importateur dans un pays tiers)
- Teneur en valeur ajoutée nationale (renvoyée vers l'exportateur initial)



Pour en savoir plus:
www.wto.org/its2013_f
 tableau A1

Teneur des exportations en valeur ajoutée nationale et étrangère, 2008 (en pourcentage des exportations brutes)

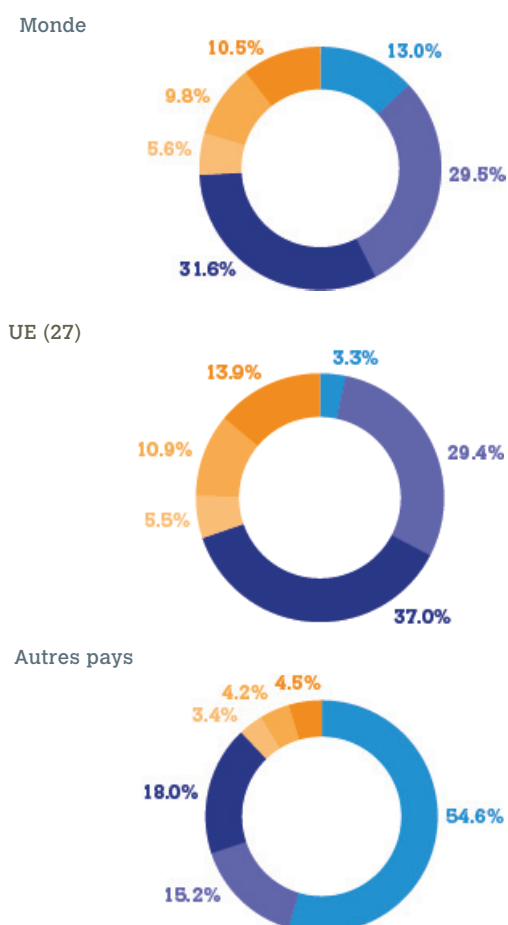


Télécharger les données:
www.wto.org/statistiques

Le commerce des services prend de l'importance

- La part des services dans le commerce mondial est beaucoup plus élevée lorsqu'on la mesure en valeur ajoutée plutôt qu'en termes bruts. Si l'on prend ensemble la teneur en valeur ajoutée nationale et étrangère, la part des services dans le commerce mondial s'élève à 42 pour cent, contre environ 20 pour cent lorsqu'on la mesure en termes bruts (d'après la balance des paiements). Cette différence est due au fait que de nombreux services nécessaires dans le processus de fabrication sont inclus dans le prix de vente des marchandises, et donc dans le commerce international des marchandises. Pour l'Union européenne, la part des services s'élève à 51 pour cent.
- La part de la teneur en valeur ajoutée provenant de produits primaires (d'origine nationale ou étrangère) est très élevée pour les pays n'appartenant pas à l'UE (58 pour cent). Cela tient dans une certaine mesure à la compétitivité de l'UE dans la production de valeur ajoutée dans le secteur manufacturier et dans le secteur des services.
- L'Union européenne importe plus d'intrants à valeur ajoutée en provenance du secteur manufacturier et du secteur des services que la moyenne, ce qui montre que son niveau d'intégration dans les chaînes de valeur mondiales est plus élevé que celui des pays n'appartenant pas à l'UE.

Teneur des exportations brutes en valeur ajoutée nationale et étrangère, par secteur, 2008



42%

Part des services dans le commerce mondial mesuré en terme de valeur ajoutée

- Produits primaires nationaux
- Produits manufacturés nationaux
- Services nationaux
- Produits primaires étrangers
- Produits manufacturés étrangers
- Services étrangers

Tous les chiffres sont en milliards de dollars US



Pour en savoir plus:
Tableau II.1

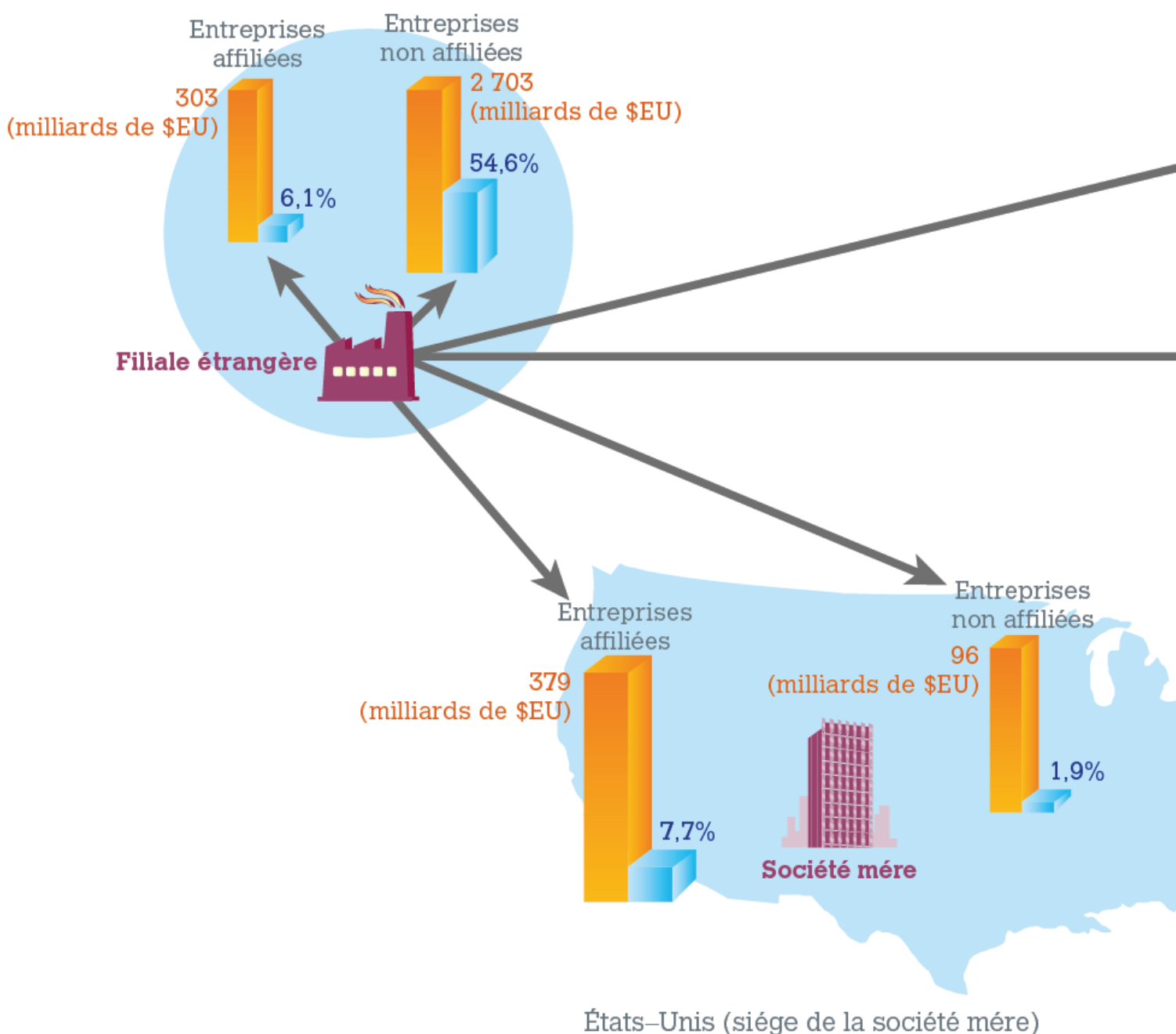


Les filiales étrangères jouent un rôle important dans les chaînes de valeur mondiales

Ventes de marchandises et de services par les filiales étrangères d'entreprises des États-Unis à l'intérieur des chaînes de valeur mondiales, 2010

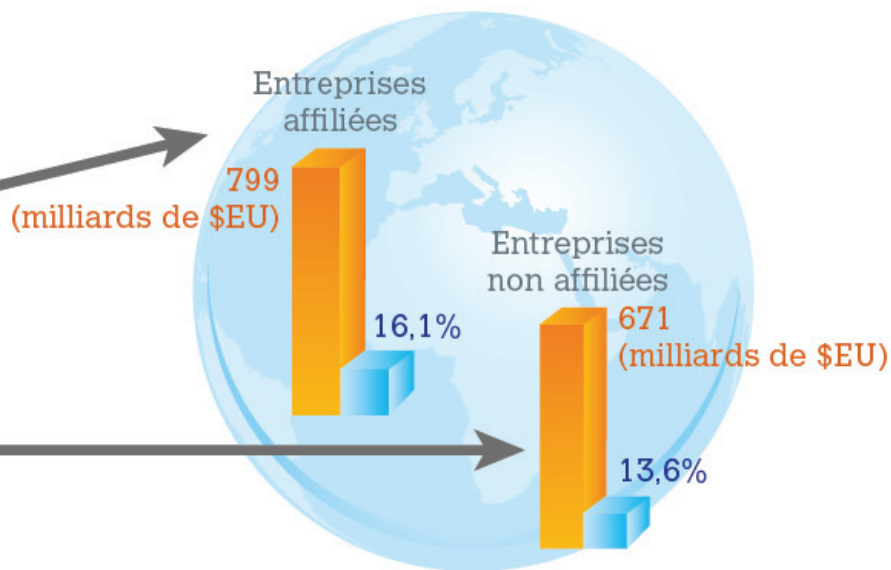
(Valeurs en milliards de \$EU et parts dans les ventes totales des filiales étrangères)

Économies étrangères où sont situées les filiales



- En 2010, le tiers des ventes des filiales étrangères d'entreprises des États-Unis était destiné à leur société mère multinationale ou à d'autres filiales (échanges intra-entreprises).
- En 2010, 55 pour cent des ventes de marchandises et de services des filiales d'entreprises des États Unis à l'étranger étaient destinés à des entreprises non affiliées situées dans le même pays que la filiale.

Autres économies étrangères



1/3

Ventes des filiales étrangères d'entreprises des États-Unis à l'intérieur de leurs multinationales