

# SÉNAT

PREMIERE SESSION ORDINAIRE DE 1971-1972

---

Annexe au procès-verbal de la séance du 18 novembre 1971.

## AVIS

PRÉSENTÉ

au nom de la Commission des Affaires économiques et du Plan (1),  
sur le projet de loi de finances pour 1972 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 ; Joseph Yvon, Paul Mistral, Michel Chauty, Raymond Brun, vice-présidents ; Joseph Voyant, Fernand Chatelain, Joseph Beaujannot, Jean-Marie Bouloux, secrétaires ; Charles Allières, Octave Bajeux, André Barroux, Aimé Bergeal, Auguste Billiemaz, Maurice Blin, Georges Bonnet, Pierre Bouneau, Amédée Bouquerel, Robert Bouvard, Marcel Brégégère, Pierre Brousse, Albert Chavanac, Jean Cluzel, Francisque Collomb, Jacques Coudert, Maurice Coutrot, Pierre Croze, Georges Dardel, Léon David, Roger Delagnes, Henri Desseigne, Hector Dubois, Charles Durand, Emile Durieux, François Duval, Fernand Esseul, Jean Filippi, Jean Francou, Marcel Gargar, Lucien Gautier, Victor Golvan, Léon-Jean Grégory, Paul Guillaumot, Alfred Isautier, Maxime Javelly, Alfred Kieffer, Pierre Labonde, Maurice Lalloy, Robert Laucournet, Marcel Lucotte, Pierre Maille, Paul Malassagne, Pierre Marzin, Louis Orvoen, Gaston Pams, Paul Pelleray, Albert Pen, André Picard, Jules Pinsard, Jean-François Pintat, Auguste Pinton, Henri Prêtre, Etienne Restat, Maurice Sambron, Guy Schmaus, Michel Sordel, Raoul Vadepiéd, Amédée Valeau, Jacques Verneuil, Charles Zwickert.

Voir les numéros :

Assemblée Nationale (4<sup>e</sup> législ.) : 1993 et annexes, 2010 (tomes I à III et annexe 12),  
2015 (tomes VII et VIII) et in-8° 494.  
Sénat : 26 et 27 (tomes I, II et III, annexe 10) (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.
<b>Introduction</b> .....	5
<b>PREMIÈRE PARTIE. — L'information économique</b> .....	7
I. — L'Institut national de la statistique et des études économiques : travaux régionaux .....	7
II. — Institut national de la consommation .....	12
<b>DEUXIÈME PARTIE. — Le secteur de la distribution</b> .....	19
I. — L'activité des Commissions d'urbanisme commercial.....	19
II. — L'effort de l'Etat en faveur des commerçants.....	23
<b>TROISIÈME PARTIE. — Les prix et l'inflation</b> .....	28
I. — L'évolution des prix en France.....	29
II. — La politique des prix.....	34
III. — L'inflation .....	37
<b>QUATRIÈME PARTIE. — Les échanges extérieurs</b> .....	41
I. — Evolution de nos échanges extérieurs.....	41
II. — Incidences sur notre commerce extérieur des mesures étrangères .....	48
III. — Mesures prises en faveur des exportations.....	51
<b>Conclusion</b> .....	55

---

Mesdames, Messieurs,

Comme chaque année, la Commission des Affaires économiques 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 études économiques, de l'Institut national de la consommation et de diverses dispositions concernant le commerce intérieur et le commerce extérieur.

L'Institut national de la statistique et des études économiques a disposé, au cours de l'année 1971, d'un montant total de crédits légèrement supérieur à 165 millions. Les crédits pour 1972 s'établissent à près de 187 millions, bénéficiant d'une progression d'environ 13 %. L'I. N. S. E. E. apparaît donc, cette année encore, comme un secteur prioritaire parmi les services du Ministère de l'Economie et des Finances.

La subvention à l'Institut national de la consommation est portée de 3.250.000 F à 4.737.905 F. Cet institut a dû, en effet, en 1971, prélever plus d'un million sur son fonds de roulement.

En ce qui concerne le commerce intérieur, signalons que l'aide aux consommateurs demeure fixée à 350.000 F (comme en 1971 et 1970), que l'encouragement aux recherches dans le domaine commercial s'élève à 1.107.400 F. Les crédits d'assistance technique au commerce sont en augmentation de 500.000 F et passent à 4,5 millions.

Les crédits prévus au titre de l'expansion économique à l'étranger passent d'environ 174 millions pour 1971 à 190,4 millions en 1972, soit une augmentation de 9,5 %.

## PREMIERE PARTIE

### L'INFORMATION ECONOMIQUE

Comme pour le rapport que nous avons présenté l'an dernier, nous avons regroupé dans cette partie l'Institut national de la statistique et des études économiques et l'Institut national de la consommation. Ces deux organismes ont, en effet, un rôle majeur dans la diffusion des informations économiques ; le premier, de manière générale, pour la collecte, le traitement, l'analyse et la synthèse des informations statistiques ; le second, dans le cadre de la défense du consommateur, par la publication de brochures et documents destinés au grand public.

#### I. — L'institut national de la statistique et des études économiques.

##### Travaux régionaux.

Plutôt que de décrire les activités de l'I. N. S. E. E. en 1971 et ses projets pour 1972, au risque de faire double emploi avec les rapports d'autres commissions (1), nous avons préféré consacrer, cette année, notre développement sur cet organisme aux travaux qu'il réalise dans le cadre de la région.

Les travaux d'information économique menés par l'Institut sur le plan régional consistent en :

- l'établissement de statistiques régionales ;
- la confection de synthèses et de projections ;
- l'élaboration et la diffusion des résultats régionaux ;
- la diffusion, par l'intermédiaire des Observatoires économiques régionaux ou des services des Directions régionales, de l'information nationale ou régionale dont le public régional a besoin.

---

(1) On pourra se reporter notamment au rapport de M. Poudevigne à l'Assemblée Nationale (n° 2010, Annexe n° 12), p. 109 et suivantes.

## 1. — L'ÉLABORATION DE STATISTIQUES RÉGIONALES

Les statistiques régionales sont obtenues à partir de deux grandes sources :

- l'exploitation des enquêtes statistiques ;
- l'exploitation des documents administratifs.

### a) *Les exploitations statistiques.*

Les grands recensements (population en 1968, recensement général de l'agriculture...) permettent d'obtenir des statistiques régionales à des niveaux extrêmement fins (commune, et parfois quartier ou îlot comme dans le cas du recensement de population).

Mais ce ne sont pas les seules sources d'informations régionales. Depuis quelques années se développent des exploitations régionalisées d'enquêtes nationales (enquêtes sur les structures des emplois, enquêtes annuelles sur les entreprises...).

Toutefois le coût des opérations par sondage ne permet pas en général d'utiliser des échantillons assez importants pour que des résultats soient significatifs à l'échelon régional. Les enquêtes auprès des ménages ne fournissent en effet qu'exceptionnellement des résultats relatifs à la région.

L'I. N. S. E. E. s'efforce cependant d'assurer l'établissement d'informations régionales mais cela ne peut se faire sans un accroissement des moyens consacrés à chaque enquête (échantillon plus large, questionnaire adapté).

### b) *Les exploitations des documents administratifs.*

Le caractère exhaustif des documents administratifs permet d'obtenir des résultats statistiques à des niveaux géographiques très fins ; mais si cette source d'information régionale est très économique, les informations ainsi obtenues ne sont pas toujours parfaitement adaptées car ces documents sont d'abord conçus dans un but de gestion. Il faut également signaler qu'il n'est pas toujours possible de les utiliser à des fins d'information écono-

mique, car leur diffusion en dehors des administrations qui les détiennent, peut poser des problèmes de préservation du secret professionnel.

Néanmoins l'I. N. S. E. E. utilise un certain nombre de fichiers administratifs notamment sur les salaires, les revenus des entreprises, l'état civil, les établissements. Dans ces domaines, les tableaux statistiques disponibles sont fréquemment au niveau de la région, du département, de l'agglomération, et même parfois de la commune pour certains d'entre eux.

A ce propos, des travaux sont engagés par les Observatoires économiques régionaux pour développer les conditions d'une plus grande utilisation des fichiers détenus par l'administration ou les services publics.

## 2. — LES SYNTHÈSES STATISTIQUES ET LES PROJECTIONS ÉCONOMIQUES

L'effort entrepris a porté sur trois points :

### a) *L'élaboration de comptes économiques régionaux.*

Les travaux expérimentaux menés sur les comptes de 1962 ont été développés. C'est ainsi que l'I. N. S. E. E. a entrepris la régionalisation des comptes économiques depuis cette date.

On peut actuellement utiliser :

— les comptes régionaux de l'agriculture sur la période 1962 à 1967 inclus ;

— les comptes régionaux des ménages et des collectivités locales sur la même période.

### b) *Les synthèses conjoncturelles.*

Les échantillons des enquêtes de conjoncture nationale menées par l'I. N. S. E. E. ont été systématiquement grossis ; cela permet une utilisation de ces résultats au niveau de chaque région de programme.

c) *Les projections à moyen terme.*

Dans le cadre de la régionalisation du Plan, l'I. N. S. E. E. a réalisé des projections régionales à moyen et long terme qui constituent des situations de référence qui permettent de juger les conséquences des différentes options d'aménagement du territoire. Aux projections démographiques et d'emploi, se sont ajoutés récemment des travaux de projections de comptes régionaux et, à titre expérimental, des comptes d'agglomération.

3. — L'ÉLABORATION ET LA DIFFUSION DES PUBLICATIONS RÉGIONALES

L'I. N. S. E. E. a entrepris en 1971 de réformer les publications de ses Directions régionales. Chaque région est maintenant dotée d'une publication présentant mensuellement ou trimestriellement les informations suivantes :

- le tableau de bord conjoncturel constitué par un cahier de graphiques sur les principales séries régionales ;
- l'analyse de la conjoncture (industrie, commerce, bâtiment et travaux publics) ;
- les études et synthèses réalisées sur les statistiques disponibles ;
- la présentation de l'information disponible.

Cette réforme représente un progrès très sensible dans la diffusion des résultats statistiques régionaux que l'Institut diffuse également par d'autres publications nationales :

- la série « Régions » des « Collections » de l'I. N. S. E. E. comporte notamment le document « Statistiques et indicateurs des régions françaises » annexé chaque année à la loi de finances, et entièrement conçu et réalisé par l'I. N. S. E. E.

#### 4. — LA DIFFUSION DE L'INFORMATION A LA DEMANDE PAR LES OBSERVATOIRES ÉCONOMIQUES RÉGIONAUX ET LES AUTRES SERVICES REGIONAUX DE L'I. N. S. E. E.

Les publications n'utilisent qu'une faible part de l'information disponible. Aussi l'I. N. S. E. E. a-t-il mis en place des services de diffusion de cette information qui ont pour tâche de répondre aux questions des demandeurs et de leur fournir les documents correspondant à leur demande. Cette fonction est particulièrement développée dans les Observatoires économiques qui ont mis au point des systèmes modernes de stockage de recherche et de traitement de l'information.

Dans cet esprit ont été développés des systèmes informatiques, qui permettent à l'utilisateur d'obtenir une information sur mesure.

Il faut signaler également que les Observatoires économiques régionaux ont engagé deux actions importantes pour mieux connaître les besoins des utilisateurs :

— des enquêtes auprès des entreprises, des ménages, des collectivités, des syndicats, ont permis de mieux appréhender les besoins d'information économique locale et régionale à prendre en compte dans le rapport de la Commission économique du VI<sup>e</sup> Plan ;

— une action commune engagée avec le C. N. I. P. E. a pour but de mieux connaître les besoins en information économique des entreprises et des collectivités locales, et de rechercher une meilleure adaptation de la production d'information à ces besoins.

#### 5. — CRÉATIONS ENVISAGÉES DE NOUVEAUX OBSERVATOIRES

Quatre observatoires sont déjà en place dans les régions de la Méditerranée, du Nord, de l'Ouest et du Sud-Ouest, couvrant onze régions de programme dans lesquelles fonctionne un centre de diffusion de l'information.

Les Observatoires économiques du Centre-Est (régions Rhône-Alpes et Auvergne) et du Bassin parisien (régions Haute et Basse Normandie, Centre, Bourgogne, Champagne, Picardie et région parisienne) seront prochainement mis en place.



De manière plus précise, les tout premiers éléments du centre siège de l'Observatoire économique du Centre-Est seront mis en place à Lyon à la fin de l'année 1971, et le centre d'Orléans de l'Observatoire du Bassin parisien sera mis en place dans le courant de 1972.

L'installation du centre siège de l'Observatoire économique de l'Est se fera ultérieurement, ainsi que celle des centres régionaux rattachés de telle manière que, selon la recommandation du VI<sup>e</sup> Plan, le réseau des Observatoires économiques régionaux soit en place à la fin de 1975.

## II. — L'Institut national de la consommation.

L'Institut national de la consommation, créé en 1968 pour renforcer l'action du consommateur dans la société commerciale et industrielle d'aujourd'hui, doit être à la fois un organe de protection des consommateurs, un bureau d'information et un centre d'essais.

### 1. — PROTECTION DES CONSOMMATEURS

#### a) *Etudes juridiques.*

L'I. N. C. s'est attaché à rechercher comment la législation et la réglementation en vigueur peuvent permettre d'apporter des solutions aux problèmes que se posent le plus fréquemment les consommateurs.

C'est ainsi qu'ont été traités pendant le premier semestre 1971 les sujets suivants :

Vente à tempérament, responsabilité du teinturier, location d'un garage, devis, réservation d'un article, garanties et service après-vente, envoi forcé, redevances radio-télévision et antennes, location saisonnière en meublé, réparations automobiles.

Ces études sont publiées dans *Consommateurs-Actualité* et font l'objet de tirages à part.

L'I. N. C. procède également à l'analyse systématique de la jurisprudence et des nouveaux textes législatifs et réglementaires. Ce travail permanent donne lieu à l'établissement d'un certain nombre de fiches publiées chaque mois dans *Consommateurs-Actualité*.

b) *Courrier.*

La connaissance progressive de l'Institut par les consommateurs a entraîné un accroissement sensible du courrier reçu par l'établissement. On peut l'estimer en 1971 à plus de 4.000 lettres par mois contre 3.000 en 1970. Il a essentiellement pour objet des renseignements complémentaires demandés à la suite des émissions télévisées, des demandes de conseils et d'assistance, des réclamations concernant les services après vente et des demandes de documentation.

Sur la base de cette correspondance, la division juridique étudie les cas particuliers et assiste de ses conseils ou même de ses interventions, les intéressés dans leurs actions de défense sur les problèmes de consommation.

c) *L'action de l'I. N. C.*

*dans le domaine de la publicité mérite d'être notée.*

Il participe en effet aux travaux de la Régie française de publicité tant au Conseil d'administration qu'aux Commissions techniques de sélection et de visionnage et contribue ainsi efficacement à l'établissement des règles à suivre en matière de publicité télévisée, notamment en ce qui concerne la véracité des messages.

d) *Actions conjoncturelles.*

Il convient de relever à l'actif de la division juridique et économique deux mises en garde importantes :

— la première, dans *Consommateurs-Actualité* de novembre 1969, reprise dans *Cinquante millions de consommateurs* de février 1971, expliquait le fonctionnement des sociétés civiles immobilières et donnait des conseils d'abstention ;

— la seconde, par une émission télévisée suivie d'un article dans *Consommateurs-Actualité* de février dernier, était consacrée à Maje Distribution.

## 2. — INFORMATION DES CONSOMMATEURS

a) La division « Information » de l'I. N. C. diffuse depuis septembre 1968 un bulletin mensuel *Consommateurs-Actualité*, qui a fait l'objet, depuis son lancement, d'améliorations constantes. Il est considéré comme un outil technique destiné aux cadres des consommateurs. Les articles, enquêtes, pages juridiques, statistiques, commentaires d'actualité qui y figurent, traduisent un effort de synthèse réel sur tous les problèmes de consommation.

b) La revue *Cinquante millions de consommateurs*.

De conception totalement différente, la revue *Cinquante millions de consommateurs*, également mensuelle, est destinée au « grand public ». Le premier numéro a été publié en décembre 1970.

Elle est réalisée par une équipe de journalistes, concepteurs et maquettistes et par un imprimeur sélectionné sur appel d'offres.

La revue permet la vulgarisation des travaux réalisés par l'I. N. C., notamment les études techniques et les essais comparatifs et tente d'assurer une information objective du grand public sur les problèmes de la vie quotidienne ou suscités par la conjoncture touchant à la consommation. En outre, à l'intention des enfants, deux pages reprennent dans chaque numéro, sous forme de bandes dessinées, les principaux thèmes abordés dans les émissions de télévision « Consommateurs-Jeudi ».

Le tirage initial a été fixé à titre expérimental à 50.000 exemplaires et porté à 70.000 exemplaires à compter du quatrième numéro.

La diffusion repose à la fois sur la souscription d'abonnement et sur la vente au numéro confiée aux Nouvelles Messageries de la Presse parisienne (N. M. P. P.) qui assurent la présentation du titre dans leurs principaux kiosques de Paris et de province.

c) Dans le cadre de la mission qui lui est impartie, l'I. N. C. a repris, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1970, la charge des émissions télévisées « Consommateurs-Information » assurées auparavant par la Direction générale du commerce intérieur et des prix.

Ces émissions abordent des problèmes d'ordre commercial, juridiques ou économiques envisagés du point de vue du consommateur. Elles mettent souvent en garde les consommateurs contre certaines pratiques plus ou moins frauduleuses.

Ces émissions semblent généralement bien accueillies si l'on en juge par l'abondance du courrier qu'elles suscitent et les échos favorables de la presse.

### 3. SECTEUR TECHNIQUE

#### a) *Essais comparatifs.*

Le nombre d'essais comparatifs réalisés à la fin de 1971 sera de quinze, dont six sur des produits alimentaires, deux sur des produits d'entretien, deux sur des produits textiles, trois sur des appareils ménagers et deux sur des produits divers. Les résultats de neuf de ces essais sont déjà publiés dans la revue.

#### b) *Etudes techniques.*

Des études techniques sur le lait et les produits cancérigènes du pain ont été réalisées.

Une autre portant sur les jouets dangereux est en cours.

D'autres encore plus courtes, sur des produits nouveaux tels que les colliers insecticides pour animaux, la lessive Dato, la lessive X-Tra, Rapide-Salade, vont être entreprises.

Les résultats de ces études sont exploités et publiés dans la revue *Cinquante millions de Consommateurs*.

#### c) *Etudes menées en coopération avec les producteurs.*

Certaines études ont été menées en coopération avec les producteurs ; elles peuvent donner des renseignements intéressants au consommateur. Elles ont porté notamment sur : l'isolation acoustique dans le bâtiment, les adoucisseurs d'eau, l'inflammabilité des textiles, les sièges gonflables, les textiles, les lave-vaisselle, les fours auto-nettoyants.

Seront terminées avant la fin de l'année les études portant sur les différents modes de chauffage, les jus de fruits, l'encaustique et teintures pour bois, les revêtements de sols.

d) *Participation des services techniques de l'Institut à l'étiquetage d'information.*

« Le contrat d'étiquetage de produits signé par l'Institut national de la consommation et le Conseil national du patronat français constitue », écrivions-nous dans notre rapport sur la loi de finances pour 1971, « une étape essentielle vers une meilleure information des consommateurs. »

Le but de l'étiquetage d'information est de fournir au consommateur une information objective et complète sur un produit de façon à lui permettre d'exercer son choix en toute connaissance de cause.

Conformément aux dispositions de cette convention, une Association française pour l'étiquetage d'information (A. F. E. I.) a été créée. Son premier Conseil d'administration s'est tenu le 10 février 1971. L'association a pour objet de recueillir les adhésions et de déterminer les informations qui devront figurer, pour chaque type de produit, sur des étiquettes normalisées.

Actuellement, un projet de contrat type entre l'A. F. E. I. et les branches professionnelles ou entreprises intéressées a été adopté. Le graphisme et le sigle des étiquettes ont été déterminés.

Les travaux techniques préparatoires concernant les étiquettes de quatre produits, aspirateurs, machines à laver le linge, poêles à mazout et mayonnaise, ont été réalisés. Les projets d'étiquettes concernant ces produits ont été adoptés par le Conseil d'administration de l'A. F. E. I. du 23 septembre 1971. Celles-ci seront vraisemblablement mises en place au début de l'année 1972.

Les travaux techniques sont en cours pour la préparation d'étiquettes sur les savons, certains produits d'entretien et les téléviseurs.

Des pourparlers ont lieu actuellement pour le linge de maison, les cosmétiques, les électrophones et les magnétophones.

\*

\* \*

L'Institut national de la consommation est d'autant plus nécessaire que les organisations de consommateurs sont faibles en France.

Cette année, un crédit de 350.000 F a été inscrit au budget au titre de l'aide aux organisations de consommateurs. Ces crédits ont été répartis ainsi :

— Association française pour l'information en économie familiale (A. F. I. E. F.) .....	20.000 F
— Confédération nationale des associations populaires (C. N. A. P. F.) .....	33.000
— Confédération nationale de la famille rurale (C. N. F. R.) .....	13.000
— Confédération syndicale des familles (C. S. F.) .....	13.000
— Fédération des familles de France (F. F. F.) .....	23.000
— Laboratoire coopératif d'analyses et de recherches (L. C. A. R.) .....	15.000
— Organisation générale des consommateurs (Orgeco).	70.000
— Union fédérale de la consommation (U. F. C.) .....	100.000
— Union féminine civique et sociale (U. F. C. S.) .....	43.000
— Association des consommateurs de l'Oise (A. C. O.).	5.000
— Union régionale des organisations de consommateurs des Pays de la Loire .....	5.000
— Union régionale des organisations de consommateurs de la région Centre .....	10.000
	<hr/>
Crédit budgétaire .....	350.000 F

Cette aide est attribuée aux organisations de consommateurs dont l'action mérite d'être encouragée. Tout en facilitant leur fonctionnement, elle contribue à accroître leur efficacité.

Depuis quelques années, la Direction générale du commerce intérieur et des prix s'efforce d'encourager et de favoriser l'implantation régionale des organisations de consommateurs ; c'est pourquoi une aide a été accordée cette année à trois mouvements de création récente, dont l'activité a été jugée intéressante : l'Union régionale des organisations de consommateurs des Pays de la Loire, l'Union régionale des organisations de consommateurs de la région Centre et l'Association des consommateurs de l'Oise.

Parmi les organisations nationales subventionnées, deux seulement, l'Union fédérale de la consommation et l'Organisation générale des consommateurs ont exclusivement pour objet la défense de ces derniers. La part que représente pour chacune d'elles la subvention dans le montant des dépenses prévues pour 1971 est respectivement de 36,5 et 41 %. Les autres associations qui ont un caractère familial ou féminin ne consacrent qu'une partie de leur budget, qu'il est difficile de cerner, à l'action en faveur des consommateurs. On peut estimer cependant que l'aide qui leur est apportée représente, selon les cas, de 12 à 40 % des dépenses consacrées à cette action.

## DEUXIEME PARTIE

### LE SECTEUR DE LA DISTRIBUTION

L'appareil commercial français n'ayant pas subi de transformation brutale durant l'année 1971, il n'apparaît pas utile d'en retracer longuement l'évolution, comme nous l'avons fait dans notre rapport sur la loi de finances pour 1971. Nous examinerons l'activité des Commissions d'urbanisme commercial, puis nous étudierons les mesures prises par l'Etat en faveur des commerçants.

#### I. — L'activité des Commissions d'urbanisme commercial.

La circulaire du 29 juillet 1969 (*Journal officiel* du 27 août 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).

Le comité comprend, en outre, un représentant des Chambres de commerce et d'industrie, des Chambres de métiers, des consommateurs et plusieurs personnalités compétentes en matière d'urbanisme commercial. Le Directeur départemental du commerce intérieur et des prix et le Directeur départemental de l'équipement sont membres de droit.

La circulaire du 29 juillet 1969 a précisé que les comités devaient 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 du sol ;

— 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 étendue inférieure à 10.000 mètres carrés qui soulèveraient des difficultés particulières.

Depuis la publication de la circulaire, l'article 17 de la loi n° 69-1263 du 31 décembre 1969, portant diverses dispositions d'ordre économique et financier, est venu élargir la compétence des comités qui s'appellent désormais « Commissions départementales d'urbanisme commercial ». En vertu de ce nouveau texte, 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 de ces organismes, préalablement à l'octroi d'une autorisation administrative.

La consultation des commissions doit intervenir dans les délais impartis par la réglementation ayant trait au permis de construire, aux lotissements et aux zones d'aménagement concerté.

La première réunion des nouveaux organismes s'est tenue, le 23 septembre 1969, à Colmar (comité du Haut-Rhin). Depuis cette date, elles ont tenu de nombreuses séances qui ont montré tout l'intérêt de cette formule de concertation.

A la date du 1<sup>er</sup> juillet 1971, 95 commissions avaient tenu 261 séances et examiné 400 projets.

Une place à part doit être faite à 32 projets ayant déjà fait l'objet d'une autorisation de construire et qui n'ont été présentés aux commissions qu'à titre d'information.

Sous cette réserve, on obtient les résultats suivants :

	AVIS exprimés.	SURFACES de vente.
		(En mètres carrés.)
Dossiers déjà autorisés.....	32	232.190
Avis favorables (à l'unanimité).....	164	1.248.825
Avis partagés (souvent avec une majorité favorable) .....	80	510.879
Avis défavorables (à l'unanimité).....	63	444.829
Dossiers renvoyés (pour supplément d'information) .....	54	386.842
Propositions de sursis à statuer.....	7	86.100
	400	2.909.665

On remarque que sur les 2.909.665 mètres carrés de surface de vente soumis à l'avis des commissions, 1.481.015 mètres carrés (dossiers autorisés plus avis favorables) ont fait ou feront l'objet d'une autorisation. Par ailleurs, de nombreux dossiers ayant reçu un avis « partagé » (510.879 mètres carrés) pourront en définitive faire l'objet d'une décision favorable.

Dans la plupart des cas, les commissions ont dû procéder à l'examen de dossiers particuliers sans avoir les résultats des études entreprises dans les agglomérations pour l'établissement des schémas directeurs d'aménagement et d'urbanisme et des plans d'occupation du sol.

Pour formuler leur avis, les commissions ont tenu compte :

- du nombre de projets présentés ;
- des études de marchés effectuées par les promoteurs ;
- des renseignements qui leur étaient fournis sur l'existant commercial par les services locaux ;
- de la participation des commerçants indépendants aux projets ;
- des répercussions des nouvelles créations sur le commerce du centre ville.

Dans d'assez nombreux cas, les commissions ont demandé le renvoi des projets pour supplément d'information et ont subordonné leur avis à la réalisation d'une étude d'ensemble des besoins en équipement commercial de l'agglomération urbaine considérée.

\*  
\* \*

La circulaire du 29 juillet 1969 a institué, au niveau national, une commission centrale, composée de représentants du Ministère de l'Équipement et du Logement, du Ministère de l'Économie et des Finances et du Ministère de l'Intérieur, afin d'assurer la coordination des travaux des organismes départementaux. Cette commission a, depuis sa création en janvier 1970, tenu cinq réunions.

Une circulaire, du 27 mai 1970, du Premier Ministre aux préfets (*Journal officiel* des 20 et 21 juillet 1970) est venue renforcer les dispositions du texte de juillet 1969, en donnant à ces

dernières valeur de directive nationale d'aménagement et d'urbanisme, et en développant encore la politique de concertation de l'administration avec les promoteurs commerciaux.

Il convient de souligner que les dossiers ayant fait l'objet d'avis favorables des commissions peuvent, en vertu des dispositions nouvelles sur le permis de construire (décrets n° 70-446 et 70-447 et arrêtés du 28 mai 1970 publiés au *Journal officiel* du 31 mai 1970 et applicables depuis le 1<sup>er</sup> septembre 1970), recevoir leur solution au niveau départemental. Seuls les projets ayant reçu un avis défavorable des commissions seront évoqués, en application de l'article 15 du décret n° 61-1298 du 30 novembre 1961, par le Ministre de l'Équipement et du Logement qui recueillera, avant décision, l'avis de la Commission nationale.

Il est enfin intéressant de fournir les renseignements dont dispose l'administration sur le nombre d'ouvertures effectuées au 1<sup>er</sup> juillet 1971 et sur l'évolution des créations de magasins de grande surface.

Suivant les renseignements fournis par le Centre d'études du commerce et de la distribution (C. E. C. O. D.) (fichier des surfaces commerciales supérieures à 1.000 mètres carrés de surface de vente), 114 ouvertures ont été faites entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 30 juin 1971 (360.000 mètres carrés de surface de vente).

L'Institut français du libre-service (I. F. L. S.) indique les ouvertures suivantes dans le secteur du libre-service alimentaire pour les surfaces commerciales supérieures à 2.500 mètres carrés de vente.

	PREMIER semestre 1971.	1970	1969	1968	1967	1963 à 1966
Indépendants .....	8	11	16	6	3	3
Succursalistes .....	9	21	19	8	2	1
Grands magasins et magasins populaires .....	1	5	7	»	2	»
Divers .....	2	5	3	2	1	»
Totaux .....	20	42	45	16	8	4

Suivant le magazine *Point de Vente*, il existe au 30 juin 1971 43 magasins collectifs d'indépendants et 2.678 magasins à rayons multiples, répartis comme suit :

FORMULES	NOMBRE total.	NOMBRE de magasins ouverts en un an.	SURFACE totale de vente.	SURFACE ouverte en un an.
			(En mètres carrés.)	
Supermarchés .....	1.522	231	1.120.875	199.118
Hypermarchés .....	134	42	803.427	271.279
Magasins populaires.....	766	20	845.849	38.035
Grands magasins.....	256	»	1.178.836	»
<b>Totaux .....</b>	<b>2.678</b>	<b>293</b>	<b>3.948.987</b>	<b>508.432</b>

## II. — L'effort de l'Etat en faveur des commerçants.

L'objectif poursuivi dans le domaine de la distribution consiste à favoriser les mutations de structures afin que l'appareil commercial dégage des progrès de productivité au bénéfice des consommateurs. Pour cela, il faut que les petites et moyennes entreprises du commerce s'adaptent aux exigences de la modernisation et que l'on égalise autant que possible les chances des différentes formes de la distribution dans un marché concurrentiel.

Certaines dispositions générales ont été prises en ce sens au cours des dernières années, aussi bien sur le plan législatif et réglementaire (adaptation des règles de concurrence), que sur le plan fiscal (rapprochement des conditions d'imposition des commerçants de celles des salariés, aménagement de la T. V. A. et de la patente) ou financier (facilités pour l'accès des commerçants au crédit). En outre, des mesures plus spécifiques ont été prises pour aider les commerçants à s'adapter à la situation nouvelle. Elles peuvent être regroupées en quatre rubriques :

- développement de l'enseignement de la gestion commerciale ;
- formation d'assistants techniques du commerce ;
- aide aux centres de productivité commerciale ;
- aide au groupement d'entreprises du petit et du moyen commerce.

## 1° DÉVELOPPEMENT DE L'ENSEIGNEMENT DE LA GESTION COMMERCIALE

Le développement de l'enseignement de la gestion commerciale est sensible tant dans l'enseignement technique que dans l'enseignement supérieur.

Parmi les établissements de l'Education nationale qui travaillent en ce sens, il faut noter particulièrement les sections de lycées techniques qui préparent au baccalauréat commercial et au brevet de technicien supérieur de la distribution, les Instituts d'administration des entreprises qui fonctionnent auprès de certaines Facultés de droit et sciences économiques et surtout les départements « techniques de commercialisation » et « administration des collectivités publiques et des entreprises » des Instituts universitaires de technologie (I. U. T.).

Par ailleurs, les Chambres de commerce ont poursuivi la création et le développement d'écoles spécialisées qui ont été récemment rebaptisées « Instituts de promotion commerciale (I. P. C.) ». Il s'agit de cycles longs et à temps plein qui préparent des cadres moyens à l'exercice de responsabilités dans le commerce. Vingt-deux établissements de ce type fonctionnent actuellement, dont deux ont été créés en 1970. Deux nouveaux I. P. C. ont ouvert en octobre 1971 à Marseille et à Lyon ; trois autres ouvriront en janvier 1972 au Mans, à Belfort et à Brest.

## 2° FORMATION D'ASSISTANTS TECHNIQUES DU COMMERCE

Depuis 1961, date de sa création, le Centre de formation des assistants techniques du commerce et consultants commerciaux (C. E. F. A. C.) remplit une double mission :

— formation annuelle d'environ quarante assistants techniques du commerce et de quelques assistants techniques de l'hôtellerie et de la restauration ;

— perfectionnement permanent des promotions anciennes.

L'action des assistants techniques du commerce s'exerce dans quatre directions différentes :

a) Le développement de l'information économique qui doit être adaptée aux besoins des intéressés, constamment renouvelée et largement diffusée ;

b) Les interventions collectives ou individuelles tant auprès des entreprises (analyse, diagnostic et conseils) qu'auprès des hommes (perfectionnement des responsables et des employés) ;

c) Le développement des actions de coopération, sous la forme de groupes d'échanges d'expérience, de groupes de réflexion et de perfectionnement permanent ou de formules collectives de vente, de traitement de l'information, de promotion des ventes ou de publicité ;

d) La participation aux études et recherches entreprises en vue d'une meilleure insertion des activités commerciales dans l'économie générale ou d'une meilleure intégration de l'appareil commercial dans les structures urbaines.

### 3° AIDE AUX CENTRES DE PRODUCTIVITÉ COMMERCIALE

Cette action vise à mettre à la disposition des commerçants le maximum d'informations sur les structures de la distribution et sur l'évolution des techniques de gestion.

De tels renseignements sont diffusés selon des modalités diverses : séminaires, conférences, journées d'études, articles dans la presse professionnelle. Plusieurs organismes se consacrent à cette tâche et particulièrement le centre d'études du commerce et de la distribution qui a été créé à cet effet par les Chambres de commerce et d'industrie et qui est chargé de mettre à la disposition des commerçants des informations sur l'évolution des techniques et des méthodes de gestion commerciale et sur les structures de la distribution.

### 4° AIDE AU GROUPEMENT D'ENTREPRISES DU PETIT ET DU MOYEN COMMERCE

Les Pouvoirs publics apportent un appui technique et financier à la constitution de groupements par des commerçants désireux d'entreprendre des efforts communs pour améliorer les conditions et les résultats de leur exploitation.

Deux opérations d'incitation au groupement sont menées parallèlement :

a) *L'opération « Mercure ».*

Une nouvelle forme d'assistance technique est expérimentée, en vue de guider dans leur phase initiale d'étude et de mise au point, des groupements de commerçants réunissant les conditions suivantes :

— engagement d'un certain nombre de professionnels sur un programme commun précis (à titre d'exemples, création d'une surface collective ; actions d'animation de rue, de quartier ou de centre commercial ; réalisation de parkings ; mise en commun de certains services, etc.) ;

— manifestation concrète de cet engagement tant par la création d'une structure juridique comportant la personnalité morale que par la présentation d'un budget prévisionnel, avec plan de financement et apport des participants.

L'expérience comporte toutefois certaines limites :

— la modicité des crédits disponibles pour cette aide et le caractère expérimental de la nouvelle forme d'assistance technique ont obligé à n'envisager son application en 1971 que sur une aire géographique limitée. L'expérience est volontairement menée sur un plan régional afin d'éviter le « saupoudrage » des crédits. La région de l'Aquitaine a été choisie la première à partir d'une initiative de son Comité d'expansion. L'opération a ensuite été étendue à la région de Basse-Normandie. Elle le sera prochainement aux régions Rhône - Alpes et Lorraine ;

— l'aide n'est apportée que pour les études et consultations qui doivent précéder les actions commerciales groupées.

Cette aide revêt les formes suivantes :

— dans les limites de 5.000 F au minimum et de 20.000 F au maximum, une subvention qui porte sur le coût des études et consultations préalables. Cette subvention ne peut excéder 50 % du coût total ;

— assistance technique à la définition des thèmes d'étude et à la commande de ces études auprès des organismes les mieux qualifiés.

b) *L'incitation à la création de Centres d'études techniques commerciales.*

Les Centres d'études techniques commerciales (C. E. T. C. O.) sont des associations ou des groupements d'intérêt économique qui rassemblent des commerçants dynamiques au niveau d'une agglomération.

Fondés sur des principes d'autonomie et d'auto-responsabilité, ces groupements permettent à leurs adhérents de rechercher en commun des solutions concrètes à leurs problèmes d'adaptation ; perfectionnement professionnel, étude des possibilités d'expansion commerciale de la ville, conception et mise en œuvre de réalisations communes, constituent leurs principales activités, celles-ci étant variables d'un centre à un autre.

Ces « laboratoires d'expériences » de la collaboration entre petites et moyennes entreprises du commerce sont encore en nombre insuffisant, puisque l'on n'en compte qu'une vingtaine en France.

Les résultats de ces deux opérations sont très encourageants et justifient leur prolongement en 1972.

En Aquitaine, une vingtaine de groupements ont entrepris avec l'aide de l'Etat des études préalables à des opérations groupées. D'autres sont en cours de préparation.

En Basse-Normandie, les huit premiers dossiers feront incessamment l'objet de décisions d'attribution de subventions.

Dans l'une et l'autre régions de nouvelles initiatives sont attendues.



## TROISIEME PARTIE

### LES PRIX ET L'INFLATION

L'inflation a continué de sévir en 1971 dans l'ensemble des pays industrialisés. La situation américaine est devenue si critique que le Président Nixon a pris en août 1971 les mesures draconiennes qui ont surpris le monde entier. A la suite de ces décisions, bon nombre de pays ont laissé flotter leur monnaie, faisant disparaître par là même un des derniers points fixes du système monétaire international.

Nous observerons d'abord l'évolution des prix depuis un an, puis nous dégagerons quelques-unes des causes de l'inflation.

## I. — L'évolution des prix en France.

### 1. — LE COUT DE LA VIE

Le tableau ci-après résume l'évolution de l'indice mensuel des prix à la consommation (295 postes de dépenses) (1) :

	INDICES	VARIATIONS mensuelles.
		(En pourcentage.)
<i>Année 1970 :</i>		
Janvier .....	97,9	
Février .....	98,2	+ 0,3
Mars .....	98,5	+ 0,3
Avril .....	99,0	+ 0,5
Mai .....	99,4	+ 0,4
Juin .....	99,8	+ 0,4
Juillet .....	100,0	+ 0,2
Août .....	100,4	+ 0,4
Septembre .....	100,8	+ 0,4
Octobre .....	101,2	+ 0,4
Novembre .....	101,6	+ 0,4
Décembre .....	101,9	+ 0,3
<i>Année 1971 :</i>		
Janvier .....	102,5	+ 0,6
Février .....	103,0	+ 0,5
Mars .....	103,4	+ 0,4
Avril .....	104,0	+ 0,6
Mai .....	104,7	+ 0,7
Juin .....	105,1	+ 0,4
Juillet .....	105,6	+ 0,5
Août .....	106,0	+ 0,4
Septembre .....	106,5	+ 0,5

L'indice mensuel des prix à la consommation a augmenté de 5,7 % de septembre 1970 à septembre 1971. Après une tendance au ralentissement dans les derniers mois de 1970, la hausse des prix s'est accélérée en 1971 en raison du climat d'inflation internationale et de la poussée des coûts.

La hausse des prix alimentaires a été forte. L'origine en réside, pour une bonne part, dans le relèvement des prix communautaires de la viande, du lait et des produits végétaux. Des tensions ont été observées sur certains marchés ; évolution des cours mondiaux des oléagineux en 1970, retournement du cycle du porc en 1971.

(1) Indice mensuel des prix à la consommation des ménages urbains dont le chef est ouvrier ou employé (série nationale) : base 1970 = 100.

L'évolution des prix de détail des produits manufacturés s'est sensiblement accélérée dans les premiers mois de 1971. Ce fait s'explique pour une part par les mouvements enregistrés sur les produits pétroliers.

Le mouvement des prix des services a été particulièrement influencé par la forte progression des salaires, qui a sensiblement pesé sur des activités dont les gains de productivité sont dans l'ensemble faibles. L'évolution de ce groupe a été affectée notamment par la revalorisation des loyers, les relèvements des honoraires médicaux en novembre 1970 et mai 1971, certains ajustements de tarifs publics.

Evolution des prix à la consommation.

GROUPES	AOÛT 1970 à août 1971.
	(En pourcentage.)
Ensemble .....	+ 5,6
Alimentation .....	+ 5,9
Produits manufacturés.....	+ 4,6
Services .....	+ 6,7

2. — LES PRIX INDUSTRIELS

L'indice des prix de gros, qui comprend principalement des matières premières et des produits semi-transformés, a augmenté de 3 % d'août 1970 à août 1971. Sa partie « produits semi-transformés » a connu une hausse de 4,9 % pour la même période.

Il n'existe pas, on le sait, au stade actuel de développement des statistiques en France, d'indice retraçant l'ensemble de l'évolution des prix des produits manufacturés au niveau de la production. L'évolution au détail donne toutefois une indication au stade de la vente finale. Le mouvement a été rapide au cours de l'année écoulée. D'août 1970 à août 1971, les produits manufacturés de l'indice des prix de détail ont augmenté de + 4,6 %. La hausse s'est produite principalement au cours du premier semestre 1971 ; elle s'explique pour partie par la poussée enregistrée sur les produits pétroliers, ainsi que par les forts mouvements intervenus dans certains secteurs comme l'automobile.

**Evolution en pourcentage, d'août 1970 à août 1971,  
des prix de détail des produits manufacturés.**

	POURCENTAGES août 1971 sur août 1970.
Indice d'ensemble.....	+ 5,6
Produits manufacturés.....	+ 4,6
Habillement et articles textiles.....	+ 4,4
Meubles et tapis.....	+ 3,6
Appareils ménagers électriques et à gaz.....	+ 3,3
Articles de toilette et soins .....	+ 1,7
(dont pharmacie).....	— 0,3
Véhicules. ....	+ 0,9
Papeterie, librairie, journaux.....	+ 8,8
Photo, optique, électro-acoustique.....	+ 0,2
Combustibles, énergie.....	+ 7,7

### 3. — LES PRIX AGRICOLES

Les derniers éléments disponibles permettent d'établir que l'évolution des prix agricoles à la production pour la période allant de septembre 1970 à août 1971 a été marquée par des mouvements de sens divers qui ont affecté les produits d'origine animale comme les produits d'origine végétale.

Dans le premier groupe, la progression a été spécialement forte pour le lait et pour la viande de bœuf, qui ont subi l'incidence des majorations de prix communautaires. Le prix du porc, qui s'était nettement infléchi, a amorcé, dès la fin du premier trimestre 1971, un mouvement ascendant par suite du renversement du cycle. Pour l'ensemble du groupe, l'évolution en hausse est nettement plus forte au cours des trois derniers mois de la période considérée qu'elle ne l'avait été précédemment.

En ce qui concerne les produits d'origine végétale, il apparaît nettement que la régression de l'indice est due essentiellement à la baisse du prix des pommes de terre et, dans une moindre mesure, à celle du prix du vin. Il convient de signaler en outre que l'indice du prix du blé, pour l'ensemble de la période sous rubrique, ne reflète qu'en partie les majorations (+ 11,4 % du prix d'intervention et + 12,4 % du prix indicatif) susceptibles d'être appliquées

au cours de la campagne allant du 1<sup>er</sup> août 1971 au 1<sup>er</sup> juillet 1972. D'autre part, l'indice du prix de la betterave ne prend pas en compte les majorations de prix (+ 10,3 %) qui ne deviendront effectives qu'en automne, c'est-à-dire au moment de la récolte.

Evolution des prix agricoles.

	Septembre 1970 à août 1971.	Mars à août 1971.	Juin à août 1971.
	Septembre 1969 à août 1970.	Mars à août 1970.	Juin à août 1970.
Ensemble produits d'origine animale. ....	+ 3,6	+ 4,4	+ 6,2
Ensemble produits d'origine végétale. ....	— 4	— 6,5	— 5,9
Indice général des produits agricoles .....	+ 1,3	+ 1,1	+ 2,5

4. — LES PRIX DES SERVICES

Les prix des services évoluent habituellement plus vite que le niveau général des prix, en raison, pour une part, de la faible progression de la productivité dans la plupart de ces activités.

Au cours des douze derniers mois, les services ont vu leurs prix augmenter plus rapidement que l'indice général, conformément à la tendance passée. De septembre 1970 à septembre 1971, les prix des services ont progressé de + 6,7 % contre + 5,7 % pour l'indice dans son ensemble.

Le mouvement des prix des services au cours de l'année écoulée a été influencé particulièrement par certains rajustements de tarifs publics (tarifs postaux, transports urbains et ferroviaires, taxe O. R. T. F.), l'augmentation des loyers réglementés en octobre 1970 et juillet 1971, les décisions relatives aux honoraires médicaux appliquées en novembre 1970 et mai 1971. Les prix des services privés proprement dits (blanchissage, réparation, hôtellerie) ont fortement subi les effets des fortes hausses de salaires enregistrées de manière ininterrompue depuis trois ans.

Evolution, en pourcentage, d'août 1970 à août 1971, des prix des services.

	POURCENTAGES août 1971 sur août 1970.
Indice d'ensemble.....	+ 5,6
Services .....	+ 6,7
Services relatifs aux logements.....	+ 6
Soins personnels, soins de l'habillement.....	+ 6,8
Services de santé.....	+ 6,4
Transports publics.....	+ 6,8
Service d'utilisation de véhicules privés.....	+ 7,3
Hôtels, cafés, restaurants, cantines.....	+ 6,4
Autres services.....	+ 8,4

5. — COMPARAISON INTERNATIONALE

Comme le montre le tableau ci-dessous, l'inflation s'est aggravée dans l'ensemble des pays. Seuls les Etats-Unis ont connu un certain ralentissement, mais la situation de l'emploi s'y est tellement dégradée que le Président Nixon a dû se résoudre à prendre des mesures de relance.

On remarque en outre que la France a subi une hausse presque semblable à celle de l'année précédente alors que cette dernière avait subi le contrecoup de la dévaluation. De juillet 1970 à juillet 1971, la France a vu ses prix augmenter plus rapidement que l'Allemagne, l'Italie et la Belgique.

Augmentation du coût de la vie de juillet 1970 à juillet 1971 (1).

	POURCENTAGE
France .....	+ 5,6
Allemagne .....	+ 5,4
Italie (juin) .....	+ 4,8
Belgique .....	+ 4,2
Pays-Bas .....	+ 7,6
Royaume Uni .....	+ 10,1
Etats-Unis .....	+ 4,3

Sans doute l'adoption du système du franc commercial à la suite des changements de parité monétaire de certaines monnaies joue-t-il en faveur d'une compétitivité accrue des

(1) Source O. C. D. E.

produits français tant sur le marché intérieur que sur les marchés étrangers. Depuis le mois d'août, le deutschmark se trouve en effet réévalué par rapport au franc commercial d'environ 8 %, la livre de 3 %, le franc belge et le florin de 6,5 % et le yen de 8 %. Toutefois, ces gains de compétitivité n'encouragent guère les producteurs français à serrer leurs prix et vont dans le sens d'une poursuite de l'inflation en France.

## II. — La politique des prix.

L'accélération de la hausse des prix a amené à modifier la politique des prix en fonction des données nouvelles de l'économie française et de l'environnement international.

Au premier semestre 1971, de nombreux facteurs ont contribué à aggraver les tensions inflationnistes : l'amplification de la hausse des prix chez nos principaux partenaires commerciaux, notamment en Allemagne, progression des salaires à un rythme annuel supérieur à 10 %, atténuation de la concurrence commerciale et relèvement des prix communautaires agricoles.

Dans ces conditions, le retour au jeu pur et simple du marché ne pouvait être envisagé. La mise en œuvre d'une politique d'encadrement a donc été poursuivie pour freiner l'évolution des prix, maintenir la compétitivité des produits et conserver ainsi le bénéfice tiré par l'économie française de la dévaluation d'août 1969.

En conséquence, le dispositif réglementaire mis en place provisoirement au lendemain de cet alignement monétaire a été maintenu et le contrôle de son application renforcé.

Les principales caractéristiques de ce dispositif étaient les suivantes :

— pour les *secteurs industriels* : prorogation du régime des contrats de programme et obligation faite aux entreprises de déposer leurs tarifs, lors de toute modification, un mois avant leur mise en application ;

— pour les *prestations de services* et certains produits de première nécessité (viandes de boucherie, charcuteries, fruits et légumes) : existence de conventions ;

— pour les *marges commerciales* : organisation d'un régime de liberté surveillée ;

— pour les marges prélevées à l'importation : blocage au niveau atteint avant la dévaluation.

Dans le courant de l'année, la persistance de l'inflation et, notamment, les mouvements excessifs des prix des produits industriels ont rendu nécessaire une action des Pouvoirs publics.

C'est dans ce but qu'a été mis en place, dans le cadre de la politique de concertation, le « contrat anti-hausse ».

En contrepartie de l'assurance donnée par le Gouvernement de ne pas augmenter, jusqu'au 15 mars 1972, les charges susceptibles d'accroître les coûts d'exploitation des entreprises, et notamment les tarifs publics, les organismes représentatifs de l'industrie et du commerce ont accepté, pour la même période, de :

— limiter à 1,5 % la hausse des prix des produits manufacturés, autrement dit réduire de moitié le rythme de progression atteint au cours du premier semestre de l'année ;

— consolider, au stade final du consommateur, les résultats ainsi obtenus en maintenant stables les marges de distribution de ces mêmes produits.

Le dispositif mis en place repose sur trois séries de documents :

1° Les lettres échangées, les 15 et 16 septembre 1971, entre le Ministre de l'Economie et des Finances et le Président du Conseil national du patronat français, qui précisent les objectifs du « contrat anti-hausse » et les engagements respectifs des partenaires ;

2° Un arrêté du 16 septembre 1971 (publié au *Bulletin officiel des services des prix* du 17 septembre 1971, sous le numéro 25 919, après avoir été soumis au Comité national des prix, où sont représentés l'ensemble des partenaires économiques et sociaux), qui organise la mise en œuvre du dispositif sur la base d'accords sectoriels à conclure avec les professions, en application du contrat anti-hausse et, pour l'industrie, dans le cadre des contrats de programme dont le régime est prorogé jusqu'au 15 mars 1972 ;

3° Une lettre adressée personnellement à tous les présidents d'organisations professionnelles signataires d'un contrat de programme pour les inviter à arrêter avec l'administration les modalités d'application de l'accord général dans leur branche et demander à leurs ressortissants de s'abstenir entre-temps de modifier leurs prix.



Les accords doivent préciser, pour l'industrie, les objectifs de prix et, pour le commerce de gros ou de détail, les objectifs de marge à respecter jusqu'au 15 mars 1972, ainsi que la date d'effet à partir de laquelle les prix pourront être modifiés dans les limites convenues, sauf, bien entendu, s'il s'agit d'un engagement de stabilité intégrale pendant toute la période.

Les industriels qui se conformeront aux clauses de l'avenant à l'engagement professionnel souscrit par leurs représentants pourront déterminer librement leurs prix à l'intérieur du cadre défini et seront dispensés de l'obligation de déposer préalablement leurs tarifs. S'ils estiment ne pas devoir ou pouvoir se conformer aux termes de l'accord ou s'ils venaient à ne pas les respecter, leurs prix demeureraient placés sous le régime et au niveau en vigueur à la date du 17 septembre 1971.

Les commerçants, dont les activités seront couvertes par des accords spécifiques, pourront appliquer au maximum à leurs prix nets d'achat la marge en valeur relative pratiquée par eux le 16 septembre 1971. A défaut d'accord ou en cas de manquement aux engagements souscrits, leurs marges seront bloquées en valeur absolue au niveau atteint à la date précitée.

Ces dispositions sont applicables aux prix à la production et aux marges de distribution de l'ensemble des produits manufacturés placés sous le régime des contrats de programme.

Pour permettre à l'administration de s'assurer de la bonne exécution des accords, dont le contenu doit être porté à la connaissance de l'ensemble des intéressés par les organisations professionnelles signataires, les responsables de ces dernières s'engagent :

— au niveau de l'industrie, à lui faire fournir toutes les informations qui lui sont nécessaires, le plus souvent par des entreprises-témoins constituant un échantillon représentatif de la branche ;

— au niveau du commerce, à tenir à la disposition des fonctionnaires compétents toutes les justifications utiles.

Parallèlement, des instructions très nettes ont été données par le Ministre de l'Economie et des Finances, d'une part, aux préfets, d'autre part, aux directeurs départementaux du commerce intérieur et des prix pour qu'ils veillent strictement au respect des accords conclus en application du contrat anti-hausse et sanctionnent les manquements qui seraient constatés.

### III. — L'inflation.

« L'inflation n'est pas un fait nouveau. Mais l'inflation généralisée en est un », écrivait récemment un journaliste économique. Depuis cinq ans, en effet, l'inflation n'a cessé de s'étendre, gagnant peu à peu tous les pays, y compris ceux qui, depuis la deuxième guerre mondiale, avaient érigé en dogme le principe de stabilité de leur monnaie. Il n'est plus une réunion internationale où ce mal des économies contemporaines n'est dénoncé avec une vigueur qui n'a d'égale que son inefficacité.

Jamais l'inflation n'a été aussi répandue, persistante et importante que ces dernières années où la hausse du coût de la vie se situe, pour les principaux pays, entre 4 et 6 %. Indépendamment des phénomènes conjoncturels propres à chaque pays, un certain nombre de caractéristiques nouvelles du monde économique moderne inclinent naturellement à l'inflation dans l'ensemble du monde industrialisé. Nous tenterons de rassembler ces facteurs généraux de hausse des prix, après quoi nous examinerons les obstacles à la croissance dans la stabilité qui sont propres à notre pays.

#### 1. — L'INFLATION MONDIALE

La première cause de l'inflation que l'on évoque est *le plein emploi*. Le plein emploi est devenu, depuis 1945, l'objectif principal des gouvernements occidentaux, reléguant au second rang la stabilité des prix. Or la suppression du chômage n'a pu être obtenue qu'en introduisant une certaine inflation.

En effet, la politique économique d'inspiration Keynésienne qui a été pratiquée dans la plupart des pays industrialisés depuis une vingtaine d'années ne permet de restreindre le chômage qu'en attirant l'inflation et ne sait ralentir la hausse des prix qu'au coût d'un sous-emploi accru. Cette relation inverse entre le chômage et l'inflation est souvent appelée « loi de Phillips », du nom de l'économiste qui l'a mise en lumière. Encore peut-on remarquer que, si au début de la période inflationniste on obtient le plein emploi au prix d'une certaine inflation, les choses se dégradent au bout d'un certain temps et que l'on peut se trouver dans une situation où coexistent chômage et hausse des prix. C'est le cas aujourd'hui, principalement en Grande-Bretagne et aux États-Unis où sévit ce que l'on a appelé la « stagflation ».

En outre le plein emploi, même s'il est obtenu dans la stabilité la plus rigoureuse, porte en lui les germes d'un dérèglement de l'économie. En effet, il fournit une place privilégiée aux salariés sur le marché du travail où règne une pénurie de main-d'œuvre, et par là même il rend possible de fortes augmentations salariales. Et dès que le taux de croissance des salaires dépasse celui de la productivité, il provoque inévitablement une hausse des prix. C'est pourquoi certains Gouvernements ont tenté de mettre en œuvre une politique des revenus qui, sous une forme libérale, pouvait consister en la publication et la recommandation d'indications des hausses maximales de salaires souhaitées (les « guidelines » du président Johnson) et, sous une forme plus élaborée et plus contraignante, pouvait revêtir les traits d'une politique contractuelle engageant réellement les différents partenaires sociaux. Toutefois, ces politiques n'ont jusqu'à présent jamais réussi à empêcher durablement les hausses de prix.

Une autre cause de l'inflation tient certainement à la forte croissance des économies modernes. Cette forte croissance repose à la fois sur la consommation et sur l'investissement. Or, toute société qui stimule la consommation est potentiellement une société d'inflation puisqu'elle multiplie les besoins. Par là même, elle stimule les revendications salariales, d'une part, et elle s'interdit, d'autre part, de régler précisément la demande qui traduit ces besoins sur les possibilités de l'offre. Par ailleurs, les investissements sans cesse accrus qu'exigent l'essor technologique, la concurrence et la demande qui apparaît sur le marché sont financés le plus souvent par *autofinancement*. C'est-à-dire qu'ils ne sont pas financés par une épargne, mais qu'au contraire ils sont inclus dans les prix dont ils constituent un élément de hausse.

A cela, il faut bien ajouter les effets du mauvais fonctionnement du système monétaire international. Le déficit persistant de la balance extérieure des Etats-Unis a atteint, par montants cumulés, une somme qui dépasse 45 milliards de dollars. Les méfaits de l'inflation importée que cause l'étalon-dollar ont été souvent dénoncés et ceux de l'*Eurodollar* n'en sont que la continuation. La politique monétaire des pays européens ne constitue plus un réglage de l'économie interne, mais une continue tentative pour échapper aux méfaits des mouvements de capitaux provenant du déficit de la balance des paiements américaine et du marché de l'*Eurodollar*.

L'évolution structurelle des économies va elle-même dans le sens d'un accroissement des tensions inflationnistes. Peu à peu en effet, les services prennent une place prédominante dans la formation du produit national brut tandis que la part de l'industrie a tendance à stagner. Or, si cette dernière fournissait des gains de productivité fort importants, ceux-là n'offrent guère que des progrès de productivité lents et assez aléatoires. Comme le faisait remarquer l'économiste François Perroux : « C'est dans les services et la construction que les prix augmentent le plus — deux secteurs qui, ensemble, ont été à l'origine de 70 % à 90 % de la hausse entre 1958 et 1968. Les prix des produits manufacturés accusent la moindre augmentation (quelque 1 à 2,5 % par an) » (1).

Enfin, la généralisation de l'inflation est elle-même une cause supplémentaire de sa prolongation. En effet, c'était le plus souvent le déficit de sa balance des paiements qui incitait un pays à prendre des mesures correctrices. Aujourd'hui où l'inflation est générale, elle peut sévir sans que les balances extérieures soient déficitaires. On peut dès lors craindre que les mesures gouvernementales d'assainissement ne tardent beaucoup.

## 2. — L'INFLATION EN FRANCE

La France subit ces transformations de structures favorables à l'inflation, mais elle souffre en outre d'une prédisposition bien ancienne pour les hausses de prix. Sans remonter jusqu'aux poussées inflationnistes de l'après-guerre, il suffit de rappeler la dépréciation de la monnaie de 1960 à 1970. D'après la First National City Bank, cette dépréciation a atteint, en France, 3,8 % par an, tandis qu'elle n'était que de 2,6 % en Allemagne fédérale et aux Etats-Unis, de 2,9 % en Belgique, de 3,2 % en Suisse (2). La différence qui sépare l'Allemagne de la France est la plus préoccupante, compte tenu de la part qu'occupe ce pays dans notre commerce extérieur.

Il semble que notre pays souffre tout d'abord d'une insuffisante concurrence. Le modèle physico-financier utilisé pour la préparation du VI<sup>e</sup> Plan distingue un secteur exposé à la concurrence internationale et deux autres secteurs dans lesquels la

---

(1) *Le Monde*, 7 septembre 1971.

(2) Bulletin économique mensuel de la First National City Bank, septembre 1971.

formation des prix n'est pas influencée, de la même façon, par l'extérieur. C'est dans ces derniers, où sont placés essentiellement l'agriculture, l'énergie et les transports, le commerce et les services, que se trouvent sans doute les principaux obstacles à la croissance compétitive et à la stabilité des prix.

Ainsi, la politique agricole n'a pas su privilégier l'objectif économique d'adaptation de l'offre à la demande et n'a pas assez tenu compte des implications économiques de ses interventions.

Ainsi encore, l'Etat a trop longtemps fait peser une tutelle étroite sur les entreprises nationalisées qui dominent les secteurs de l'énergie et des transports. La politique menée depuis quelque temps dans le sens d'une autonomie de ces entreprises est un pas vers une meilleure concurrence.

Dans le commerce et les services, enfin, subsistent encore aujourd'hui de nombreux monopoles qui sont créés ou entretenus par une législation où les préoccupations économiques ont peu de part, mais dont les conséquences antiéconomiques sont évidentes. Il est regrettable, à cet égard, que les recommandations du rapport Rueff-Armand n'aient abouti que dans quelques rares cas (meunerie, semoulerie, boulangerie). De manière plus générale, il est essentiel que l'on ne pratique pas, dans le secteur du commerce, une politique de ralentissement des mutations.

Enfin, il n'est pas possible de ne pas évoquer la crise du logement, sans compter les effets inflationnistes de la spéculation foncière et des hausses prodigieuses des terrains à bâtir ; la crise du logement en France gêne la mobilité des salariés et constitue un facteur contraire à l'adaptation géographique de l'offre à la demande sur le marché du travail.

Une autre cause de l'instabilité de l'économie française se trouve sans doute dans la faiblesse de l'industrie française, thème souvent évoqué depuis deux ans. L'industrie étant le secteur où la hausse des prix est la plus faible, la conséquence est évidente sur l'indice français du coût de la vie.

Les travaux du VI<sup>e</sup> Plan ont attiré l'attention sur tous ces points et le Gouvernement a paru, depuis quelques mois, s'en préoccuper davantage. Il est nécessaire de l'encourager en ce sens et au besoin de lui rappeler ses devoirs si les efforts paraissent mollir. C'est à ce prix, en effet, que l'on pourra tenter d'obtenir une croissance plus forte parce que plus équilibrée.

## QUATRIEME PARTIE

### LES ECHANGES EXTERIEURS

Le redressement de notre balance commerciale s'est poursuivi au cours des six premiers mois de 1971. Il s'est accompagné d'une amélioration de la structure de nos échanges. Toutefois, si 1971 semble s'annoncer sous un jour favorable, on peut craindre, pour 1972, les conséquences des mesures monétaires prises dans plusieurs des pays industrialisés qui jouent un rôle fondamental dans le commerce mondial.

#### I. — Evolution de nos échanges extérieurs.

##### 1. — LE REDRESSEMENT COMMERCIAL S'EST CONFIRMÉ

Les résultats globaux du commerce extérieur pour le premier semestre de 1971 se sont établis comme suit :

Chiffres bruts toutes zones — matériel militaire inclus.

	PREMIER semestre 1970	SECOND semestre 1970	PREMIER semestre 1971	EVOLUTION	
	I	II	III	III/I	III/II
				En pourcentage.	
Importations (F. O. B.)..	49.600	49.900	54.625	+ 10,7	+ 9,5
Exportations (F. O. B.)..	50.100	50.200	56.432	+ 12,6	+ 12,4
Solde .....	+ 500	+ 300	+ 1.807	+ 1.307	+ 1.507
Taux de couverture ....	101 %	100,6 %	103,3 %	+ 2,3	+ 2,7

Le solde dégagé (+ 1.807 millions de francs) représente plus du double de celui qui a été enregistré pour l'ensemble de l'année 1970 et le taux de couverture s'est encore amélioré (103,3 %).

L'amélioration de notre balance commerciale au cours des six premiers mois de 1971 trouve sa source dans la conjoncture de deux éléments :

— un fort développement de nos exportations (+ 12,6 %) dû à la persistance de l'inflation chez nos partenaires commerciaux et aux avantages de compétitivité de nos produits ;

— une demande française de produits étrangers assez modérée malgré la poursuite de notre expansion.

La forte hausse de nos importations de pétrole a été compensée par la progression de nos ventes de produits finis et de produits agricoles, ce qui a permis d'améliorer la structure de notre balance commerciale.

Les importations de produits énergétiques se sont accrues d'un tiers par rapport au premier semestre 1970. C'est là le résultat d'un fort accroissement du prix de nos achats de pétrole (la tonne importée est passée de 89 F au premier semestre 1970 à 118 F en juin 1971) qui a permis, en particulier, à nos exportations de produits raffinés de se développer, au premier semestre 1971, au rythme annuel de 30 %.

Les ventes de produits agricoles ont progressé de manière satisfaisante (+ 16,3 %) grâce aux bons résultats à l'exportation de nos produits laitiers, de la viande et du vin.

Les échanges extérieurs de produits finis ont connu une évolution favorable au premier semestre 1971 au cours duquel ils ont dégagé un solde de 4.830 millions de francs.

## 2. — LA STRUCTURE DE LA BALANCE COMMERCIALE S'EST AMÉLIORÉE

A l'importation, le secteur de l'énergie devient un des postes les plus importants (14,4 % du total). On note toutefois une diminution de nos achats de matières premières.

**Chiffres corrigés des variations saisonnières (toutes zones).**

(Valeurs : en millions de francs.)

PRODUITS	IMPORTATIONS					
	Année 1970.				Premier semestre 1971.	
	Premier semestre.		Deuxième semestre.		Variation.	Pourcentage.
	Variation	Pourcentage.	Variation.	Pourcentage.		
Agriculture .....	7.903	15,7	8.111	14,9	8.338	14,9
Energie .....	6.015	12	6.670	12,3	8.037	14,4
Matières premières.....	7.564	15	7.393	13,6	6.943	12,4
Demi-produits .....	9.230	18,3	10.284	18,9	9.821	17,5
Produits finis.....	19.638	39	21.864	40,3	22.866	40,8
Biens d'équipement.....	11.679	23,2	13.398	24,7	13.749	24,5
Biens de consommation.....	7.959	15,8	8.466	15,6	9.117	16,3
<b>Total .....</b>	<b>50.350</b>	<b>100</b>	<b>54.322</b>	<b>100</b>	<b>56.005</b>	<b>100</b>

— A l'exportation, l'amélioration est plus sensible. La part des matières premières a diminué de 1,4 point alors que les ventes de produits finis atteignent 52,1 % du total. Ce résultat favorable s'inscrit dans l'évolution à moyen terme de la modification de structure de nos échanges ; les produits finis représentaient, en 1968, 46 % des exportations, 46,5 % en 1969, 50 % en 1970. A l'intérieur de ce secteur, les ventes de biens d'équipement et les ventes de biens de consommation occupent à présent des places égales, alors que, traditionnellement, la place occupée par les biens d'équipement était plus faible.

PRODUITS	EXPORTATIONS					
	Année 1970.				Premier semestre 1971.	
	Premier semestre.		Deuxième semestre.		Variation.	Pourcentage.
	Variation.	Pourcentage.	Variation.	Pourcentage.		
Agriculture .....	7.537	16	8.406	16,5	8.765	16,5
Energie .....	1.133	2,4	1.263	2,5	1.386	2,6
Matières premières.....	3.999	8,5	3.935	7,7	3.791	7,1
Demi-produits .....	11.063	23,5	11.687	22,9	11.564	21,7
Produits finis.....	23.357	49,6	25.741	50,4	27.696	52,1
Biens d'équipement.....	11.548	24,5	12.978	25,4	13.847	26
Biens de consommation.....	11.809	25,1	12.763	25	13.849	26,1
<b>Total .....</b>	<b>47.089</b>	<b>100</b>	<b>51.032</b>	<b>100</b>	<b>53.202</b>	<b>100</b>



3. — LA CONCENTRATION DE NOS ÉCHANGES COMMERCIAUX  
VERS LES PAYS DE LA COMMUNAUTÉ EUROPÉENNE S'EST  
POURSUIVIE

Evolution de nos exportations et structure par pays.

(En millions de francs.)

	PREMIER SEMESTRE 1970.		PREMIER SEMESTRE 1971.	
	Variation.	Pour- centage.	Variation.	Pour- centage.
C. E. E. ....	23.816	48,2	27.123	48,6
République fédérale d'Allemagne.	10.171	20	11.835	21,2
Italie .....	5.411	10,9	5.938	10,7
Pays-Bas .....	2.763	5,6	3.131	5,6
U. E. B. L. ....	5.471	11,1	6.219	11,1
A. E. L. E. ....	6.923	14	7.806	14
Dont :				
Grande-Bretagne .....	2.021	4,1	2.528	4,5
Suisse .....	2.376	4,8	2.621	4,7
Suède .....	752	1,5	703	1,2
Autres pays d'Europe .....	1.868	3,8	2.095	3,7
Pays de l'Est .....	2.134	4,3	2.316	4,2
Amérique du Nord .....	2.870	5,8	3.686	6,6
Dont :				
Etats-Unis .....	2.486	5	3.158	5,6
Pays du Moyen-Orient .....	720	1,5	835	1,5
Autres pays développés .....	1.405	2,8	1.470	2,6
Autres pays hors zone franc .....	4.021	8,1	4.731	8,5
Ensemble pays hors zone franc .....	43.757	88,5	50.062	89,7
Pays zone franc .....	5.659	11,5	5.742	10,3
Dont :				
Algérie .....	1.540	3,1	1.577	2,8
Total .....	49.416	100	55.804	100

a) *Les pays de la C. E. E.* renforcent leur position de premiers fournisseurs et de premiers clients de la France. La fluctuation des taux de change du mark et du florin est encore trop récente pour avoir renchéri la valeur de nos importations en provenance

de la R. F. A. et des Pays-Bas. Toutefois, grâce à leur avantage de compétitivité, nos ventes se sont améliorées en Allemagne, alors qu'elles sont restées au niveau moyen d'accroissement aux Pays-Bas. Nos livraisons à l'Italie se sont moins développées que vers l'ensemble de la Communauté, à cause des difficultés économiques que connaît actuellement ce pays.

De bons résultats ont été enregistrés en Grande-Bretagne, pays vers lequel nos ventes se sont accrues de 25 %, et en Autriche où, grâce à la compétitivité des prix français, nos exportations ont augmenté de 31 %.

Le commerce avec les autres pays d'Europe et les pays de l'Est n'a pas été affecté de mouvement significatif : par contre, nos exportations ont augmenté de 27 % vers *les Etats-Unis* entre le premier semestre 1970 et le premier semestre 1971 ; au Canada, les succès des exportateurs français sont comparables puisque le rythme annuel d'accroissement des ventes a atteint 37 % au premier semestre 1971. Ces résultats favorables ont été dus aux importants achats américains de produits sidérurgiques français : il semble que ces achats soient maintenant terminés et qu'il faille s'attendre, en conséquence, pour le second semestre de l'année, à une décélération du volume de nos ventes aux Etats-Unis.

b) *La structure de nos approvisionnements pétroliers* s'est profondément modifiée à la suite du différend franco-algérien. Nos importations en provenance des pays du Moyen-Orient ont augmenté de 71 % au premier semestre 1971 par rapport aux six premiers mois de 1970, l'accroissement le plus fort étant enregistré pour l'Arabie Séoudite, où nos achats ont été deux fois et demie supérieurs à ceux de la période correspondante de 1970. Dans le même temps, nos importations en provenance d'Algérie ont diminué de 54 %. Il ne semble pas toutefois que nos ventes à ce pays aient souffert jusqu'à présent de la détérioration des relations bilatérales, puisqu'elles ont augmenté de 2,5 %. Une légère décélération de nos exportations (— 3 %) au Maroc doit être signalée et cet élément s'inscrit dans la tendance générale au plafonnement de nos ventes à la zone franc qui ne représente plus actuellement que 10,3 % de nos débouchés extérieurs.

**Importations.**  
(En millions de francs.)

	PREMIER SEMESTRE 1970.		PREMIER SEMESTRE 1971.	
	Variation.	Pour- centage.	Variation.	Pour- centage.
C. E. E. ....	25.300	47,8	28.199	48,5
R. F. allemande .....	11.470	21,7	12.862	22,1
Italie .....	4.771	9,6	5.631	9,7
Pays-Bas .....	3.074	5,8	3.557	6,1
U. E. B. L. ....	5.985	11,3	6.149	10,6
A. E. L. E. ....	6.156	11,6	6.902	11,9
Dont :				
Grande-Bretagne .....	2.695	5,1	2.899	5
Suisse .....	1.479	2,8	1.528	2,6
Suède .....	1.056	2	1.262	2,2
Autres pays d'Europe .....	1.129	2,2	1.408	2,4
Pays de l'Est .....	1.334	2,5	1.662	2,8
Amérique du Nord .....	5.848	11,1	5.852	10,1
Dont :				
Etats-Unis .....	5.293	10	5.271	9,1
Pays du Moyen-Orient .....	2.014	3,8	3.448	5,9
Autres pays développés .....	1.516	2,9	1.723	2,9
Autres pays hors zone franc .....	4.421	8,4	4.760	8,2
Ensemble pays hors zone franc ....	47.818	90,3	53.954	92,7
Pays zone franc .....	5.133	9,7	4.232	7,3
Dont :				
Algérie .....	1.877	3,5	867	1,5
Total toutes zones .....	52.951	100	58.186	100

#### 4. — LA PART RELATIVE DE LA FRANCE SUR LES MARCHÉS ÉTRANGERS S'EST ACCRUE

Au cours des six premiers mois de 1971, la pénétration de nos produits s'est sensiblement renforcée puisque la part détenue par la France sur le marché de ses huit principaux partenaires est passée de 8,2 % au premier semestre 1970 à 8,7 % au premier semestre 1971.

Nos exportations ont, en effet, progressé de 14 % par rapport au premier semestre 1970, soit à un taux sensiblement plus élevé que celui des importations totales de ces pays (+ 8,5 %).

Le renforcement de notre position a été particulièrement net sur le marché italien (+ 0,9 %) où la désorganisation persistante de la production et les incertitudes politiques et sociales ont favorisé le développement de nos ventes.

Les gains obtenus sur le marché suisse (+ 0,5 %) confirment le renversement de la tendance antérieure caractérisée jusqu'en 1970 par une détérioration régulière de notre position.

Notre part du marché augmente également en Grande-Bretagne (+ 0,3 %) et aux Etats-Unis (+ 0,2 %) où nos exportations ont atteint un taux d'accroissement remarquable de 29,9 %.

L'amélioration de notre pénétration globale en Allemagne est légère (+ 0,1 %), mais la progression est beaucoup plus sensible au niveau des produits finis. Nos ventes de biens de consommation, en particulier, ont largement bénéficié de l'importance de la demande dans certains secteurs du marché allemand (automobiles, habillement, chaussures) en raison de leur excellent niveau de compétitivité renforcé depuis mai par la fluctuation en hausse du mark.

Aucun progrès n'a été enregistré globalement sur le marché belge, mais notre pénétration s'est nettement renforcée dans le secteur des biens d'équipement où nos matériels occupent désormais 13,8 % du marché contre 12,9 % au premier semestre 1970.

En revanche, notre position s'est très légèrement détériorée aux Pays-Bas et en Espagne :

	CROISSANCE des importations en provenance		PART FRANÇAISE de marché.	
	de tous pays.	de France.	Premier semestre 1970.	Premier semestre 1971.
	(En pourcentage.)			
R. F. A. ....	+ 11,9	+ 13,3	13	13,1
Italie .....	+ 8,9	+ 16	12,9	13,8
Pays-Bas .....	+ 15,6	+ 14,5	9,2	9,1
U. E. B. L. ....	+ 9,4	+ 9,3	17,6	17,6
Espagne .....	+ 0,8	»	10	9,9
Suisse .....	+ 7,8	+ 12	12,3	12,8
Grande-Bretagne .....	+ 9,3	+ 18,1	4,2	4,5
Etats-Unis .....	+ 15,5	+ 29,9	2,2	2,4
Total .....	+ 8,5	+ 14	8,2	8,7

L'amélioration de la pénétration de produits français sur certains marchés paraît correspondre à l'utilisation par nos exportateurs d'une partie de la marge de compétitivité procurée par la dévaluation de 1969 et renforcée par les récents mouvements monétaires. Toutefois, il convient à présent de s'interroger sur la répercussion que les décisions allemande et américaine peuvent avoir sur nos échanges extérieurs à la fin de 1971 et en 1972.

## II. — Incidences sur notre commerce extérieur des mesures étrangères.

### 1. — L'ADOPTION PAR L'ALLEMAGNE DU MARK FLOTTANT

L'adoption du mark flottant devrait avoir des effets favorables sur les échanges extérieurs français. Or cette décision est d'autant plus importante que l'Allemagne absorbe actuellement environ

21 % de nos ventes. Les effets mécaniques de la fluctuation du mark sur notre commerce extérieur devraient être les suivants :

1° La réévaluation de fait du mark a entraîné un avantage brut de prix pour les produits français de même ampleur. Une partie de cet avantage a été affecté à l'accroissement des marges bénéficiaires des exportateurs français, le reste rendant possible une baisse des prix exprimés en mark. Cette dernière provoquera une augmentation sensible de nos exportations vers l'Allemagne (d'après l'expérience du passé, on peut prévoir qu'une baisse de 1 % des prix des produits français provoquera une augmentation de nos ventes en Allemagne de 1,4 % en volume).

2° En outre, nos produits peuvent, du fait de leur compétitivité, être préférés aux produits allemands par les acheteurs étrangers. En effet, de mai 1970 à mai 1971, les prix allemands à l'exportation ont augmenté de 4,8 %.

Cependant, il faut avoir conscience que divers éléments limiteront sans doute les effets de la fluctuation du mark sur notre commerce extérieur :

1° La réévaluation de fait du mark risque d'accentuer le ralentissement de l'activité économique de l'Allemagne.

2° Les importations allemandes de produits étrangers, notamment de matières premières, vont diminuer en valeur, ce qui entraînera une baisse des coûts de production dans certains secteurs industriels ;

3° La baisse en volume de nos importations risque d'être compensée par la hausse mécanique de leur prix. Les produits allemands seront plus chers et certains biens ne pourront être achetés ailleurs qu'en Allemagne (biens d'équipement).

En définitive, s'il est vrai que la réévaluation du fait du mark est favorable à un développement de nos exportations, on peut penser que l'évolution de l'économie allemande est l'élément primordial.

## 2. — LES MESURES PRISES EN AOÛT DERNIER PAR LES ETATS-UNIS

Les mesures annoncées le 15 août 1971 par le Président Nixon pour tenter de rétablir l'équilibre de la balance des paiements et de limiter l'inflation ont des conséquences importantes sur les échanges internationaux.

Les informations dont on peut actuellement disposer sur les conséquences prévisibles des mesures américaines à la fois sur nos échanges avec les Etats-Unis et pour l'ensemble de notre commerce extérieur permettent de dégager les éléments suivants :

### a) *Perspective sur le marché américain.*

Etant donné la part relativement faible que le marché américain représente pour les exportations françaises (5,7 % au premier semestre 1971), la limitation des importations américaines qui découlera de la surtaxe de 10 % ne devrait pas affecter sensiblement nos ventes.

Si la surtaxe touche 85 % des ventes françaises aux Etats-Unis, ses effets paraissent limités pour le tiers des produits concernés. D'une part, en effet, les pneumatiques et les automobiles bénéficient d'un taux réduit ; d'autre part, la vente des biens de consommation (produits de luxe) ne sera guère gênée par une hausse des prix qui, au stade du détail, ne sera que de 3 à 4 %. En revanche, les demi-produits (acier et produits chimiques) qui supportent en règle générale la taxe à taux plein, seront plus atteints. Pour les biens d'équipement, enfin, nos ventes devraient diminuer non seulement à cause de l'augmentation des prix provoquée par la surtaxe, mais également par suite de l'adoption prochaine par le Congrès du projet de crédit d'impôt pour les investissements dont les biens d'équipement incorporant une part étrangère prédominante ne pourraient bénéficier.

Il est difficile de chiffrer actuellement la réduction des exportations françaises qu'entraînera la surtaxe au cours des prochains mois. On peut noter toutefois que la mesure aboutit à annuler l'essentiel des concessions tarifaires obtenues lors des négociations du Kennedy Round.

b) *Perspectives générales pour le commerce extérieur français.*

Au cours des prochains mois, le commerce extérieur français ne sera pas seulement affecté par la diminution de nos débouchés sur le marché américain, mais sans doute plus encore par le renforcement de la concurrence sur l'ensemble des marchés mondiaux. Toutefois, la demande de nos principaux partenaires doit rester soutenue à court terme, ce qui permettra à nos exportations de continuer leur progression.

De plus, même si la concurrence devient plus importante sur les marchés internationaux, nos exportateurs disposent d'une marge appréciable de compétitivité grâce à la dévaluation d'août 1969 et à l'adoption du double marché des changes. Les principales monnaies ont en effet été réévaluées de fait par rapport au franc commercial dans des proportions sensibles. Les exportateurs français ont ainsi la possibilité de consentir des baisses de prix qui leur permettraient d'élargir leur part sur les marchés étrangers.

**III. — Mesures prises en faveur des exportations.**

La politique menée en faveur des exportations a été poursuivie et renforcée depuis un an par l'adoption de nouvelles mesures.

a) *La prospection des marchés étrangers.*

Le marché des Etats-Unis a fait l'objet d'une prospection systématique sous la forme de « l'opération prospection en Amérique du Nord ». Cette opération vise à développer la part de la France sur le marché des Etats-Unis qui est actuellement anormalement faible. En effet, les Etats-Unis ne nous achètent que 2 à 3 % du total de leurs importations.

L'opération a consisté à organiser des missions collectives aux Etats-Unis (généralement en coordination avec des expositions ou des salons spécialisés), des séminaires destinés à l'étude de certaines caractéristiques du marché américain et surtout des missions individuelles pour lesquelles de nouvelles facilités ont été offertes aux entreprises.



Dans le domaine de l'assurance-prospection et de l'assurance-foire, de nouvelles améliorations ont été apportées au régime en vigueur. Elles permettent de répondre à certaines demandes formulées à diverses reprises par les entreprises exportatrices :

— les frais de financement des opérations couvertes par l'assurance-prospection peuvent désormais être inclus dans les programmes garantis ;

— les frais relatifs à la constitution de stocks à l'étranger peuvent être inclus dans les prévisions de dépenses couvertes par l'assurance-prospection. Cette mesure constitue une aide appréciable car l'existence de stocks à l'étranger permet à l'entreprise de répondre sans délai à la demande locale et constitue un atout important pour la pénétration des marchés extérieurs ;

— en matière d'assurance-foire, les frais de retour des marchandises non vendues peuvent, sous certaines conditions, être pris en compte pour le calcul de l'indemnité.

#### b) *Les investissements à l'étranger.*

L'amélioration régulière du niveau de nos réserves de charge a permis à la fin de 1970 un nouveau desserrement des limitations imposées aux transferts destinés à la réalisation des investissements.

En matière d'investissements commerciaux, les plafonds qui existaient précédemment ont été supprimés et les investissements bénéficient désormais, pour leur financement, d'autorisations de transferts sans limitation de montant. En outre, le délai d'instruction des demandes a été ramené de deux à un mois.

Pour les autres investissements, l'application de la réglementation a également été assouplie. Le seuil au-delà duquel les programmes annuels d'investissement à l'étranger des sociétés ou groupes industriels français doivent faire l'objet d'un financement à l'étranger a été porté, pour l'exercice 1971, de 2,5 à 5 millions de francs.

Depuis le début d'août 1971, compte tenu de la conjoncture monétaire internationale, les autorisations de transfert peuvent être accordées sans plafonnement, sans toutefois que la réglementation ait été modifiée.

Enfin, l'action entreprise précédemment en faveur des investissements commerciaux par la mise en place d'une procédure de garantie a été étendue, en décembre 1970, par l'instauration d'un système de garantie applicable aux investissements industriels ou semi-industriels réalisés dans les pays africains et malgaches liés au Trésor français par un compte d'opérations, ainsi qu'au Congo-Kinshasa.

*c) Le crédit à l'exportation.*

En matière de crédits à l'exportation, une réforme des mécanismes et des procédures est intervenue pour tous les contrats signés à partir du 1<sup>er</sup> juillet 1971.

Cette réforme permettra aux exportateurs de trouver pour tous les contrats garantis par la C. O. F. A. C. E. le financement nécessaire à un taux compétitif.

*d) La garantie des changes.*

Le Ministre de l'Economie et des Finances a déclaré, en présentant la loi de finances à l'Assemblée Nationale, qu'il était envisagé d'accorder la garantie de change aux exportateurs français. Lorsque les contrats à l'exportation n'étaient pas exprimés en francs, les entreprises françaises devaient intégrer dans leurs prix de revient la charge éventuelle d'un accident monétaire. Cette mesure permettra de remédier à une part de l'insécurité qui règne actuellement sur les échanges internationaux.

\*  
\* \*

Outre ces mesures financières, nos exportations bénéficient du concours de nos conseillers commerciaux à l'étranger qui remplissent des fonctions d'accueil, de conseils, d'études et d'orientation d'une manière fort efficace.

Il nous faut mentionner également le rôle des Chambres de commerce françaises à l'étranger qui réunissent des Français résidant à l'étranger et travaillant dans les secteurs secondaire et tertiaire. Les membres de ces établissements mettent en effet toute leur compétence et leur dévouement au service de nos exportateurs.

## CONCLUSION

L'évolution des prix est le principal point noir de l'économie française actuellement. Au moment où nous terminons ce rapport, nous apprenons que la hausse des prix a atteint 0,6 % en octobre. Sans doute le dispositif anti-hausse mis en place par le Gouvernement n'a-t-il pu encore faire effet, mais il paraît difficile de faire tenir l'évolution des prix dans les limites prévues.

Le double marché des changes met notre pays en bonne place pour les échanges extérieurs ; grâce à lui, notre compétitivité est sauvegardée et la France peut échapper pendant quelque temps aux conséquences d'un ralentissement général ou d'un surcroît de concurrence internationale. Toutefois, il faut être conscient que la dépréciation de fait qui atteint notre monnaie est un facteur d'inflation interne. Les prix des produits étrangers ont une influence très importante sur les prix des produits similaires fabriqués en France et leur hausse incessante ne peut qu'entraîner la hausse des prix français.

Il importe que cette hausse soit surveillée étroitement et qu'elle intervienne de manière différente — aussi bien dans le temps que dans son ampleur — suivant les secteurs en fonction du marché et des possibilités de compétitivité. C'est dire l'importance que devra prendre la politique des prix en 1972.

\*  
\* \*

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