

2005 : Incertitudes sur le pétrole et sur l'euro

Bonne tenue de l'emballage en Anjou

Fin des quotas dans le textile : dangers pour l'économie du secteur

ENVIRONNEMENT INTERNATIONAL

Forte progression des prix du pétrole.

Si 2004 a été pour la croissance mondiale l'année la plus dynamique depuis plus de vingt ans, beaucoup d'analystes prédisent pour 2005 un ralentissement économique généralisé de la planète et spécialement de la Chine. En 2004, les chinois ont largement pesé sur la demande de matières premières et un relâchement économique de ce pays autoriserait notamment une détente des marchés de l'acier et du plastique.

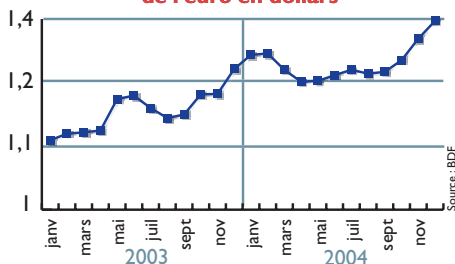
Pour les mêmes raisons, on peut espérer une baisse des prix du pétrole (ou au moins une stabilisation), après un doublement par deux du prix du baril en trois ans (+ 38% sur 2004). Les industriels européens pourraient enfin entrevoir une décontraction de leur coût de production, leur restituant un peu de compétitivité. Toutefois, cet optimisme doit être en partie contrebalancé par la chute inexorable du billet vert face à l'euro.

L'euro fort pèse sur notre compétitivité...

L'an passé, les entreprises de la zone euro ont fortement souffert de l'envolée de l'euro face au dollar (+26% depuis

janvier 2003). De telles appréciations de notre monnaie ont des conséquences néfastes sur notre compétitivité, particulièrement sur les ventes réalisées dans la zone d'influence du dollar :

Évolution du taux de change de l'euro en dollars



pour obtenir un produit coûtant un euro, un acheteur aura dû donner 1,26 dollar en janvier 2004 et 1,34 dollar en décembre, soit une hausse de prix de plus de 6%.

... Et abaisse le prix des importations.

Face à l'envolée de l'euro, les entreprises les plus touchées sont sans aucun doute les PME, qui ne se couvrent pas face au risque de change et qui ne disposent généralement pas d'unités de fabrication dans la zone dollar, à la différence des grandes entreprises. De la même manière, les secteurs de l'électronique, du cuir, du textile-habillement et du jouet sont les plus exposés car de nombreuses entreprises en Asie fabriquent le même type de produits et entrent en concurrence directe avec ces industriels. Lorsque l'euro monte, les produits importés de la zone dollar deviennent encore plus compétitifs et nos PME perdent des parts de marché. Pour les rétablir, elles peuvent dans un premier temps essayer de comprimer leurs marges mais si ce n'est pas suffisant, alors la menace de la délocalisation et/ou des licenciements apparaît car la survie de l'entreprise dépend bien souvent de sa capacité à renforcer sa productivité. Actuellement, cette situation existe notamment pour certains industriels de l'informatique qui face à la concurrence exagérée des productions orientales ont décidé de relocaliser une partie de leur production en Europe de l'Est. Dans ce contexte défavorable, les industriels doivent miser sur la compétitivité hors-prix de leurs produits (qualité, design, contenu en innovation) puisque les créations européennes ont bonne réputation... Une note d'espoir au final puisque, contre toute attente, depuis le début du mois de janvier le dollar semble vouloir résister ●

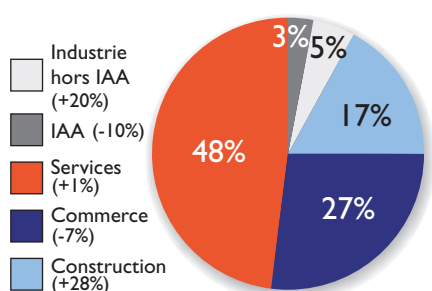
Une situation économique contrastée avec des secteurs en difficulté, principalement ceux en concurrence directe avec les pays à bas coûts de main-d'œuvre. Mais, du côté des consommateurs, le dynamisme de la consommation reste à l'ordre du jour avec des secteurs qui progressent comme le bâtiment, l'emballage ou bien encore la maroquinerie. À ce titre, l'Anjou ne perd pas confiance, à l'image des créateurs d'entreprises très présents sur le territoire.

Activité

Créations d'entreprises en hausse

Au cours du second semestre 2004, 1192 nouvelles entreprises se sont constituées contre 1162 sur la même période de 2003. L'industrie apparaît d'ailleurs ici dynamique avec 20% de créations en plus, tout comme le bâtiment qui bondit de 28%. L'Anjou reste donc attractif aux yeux des entrepreneurs même si la situation diffère selon les secteurs. Ainsi, la consommation des ménages reste bien au rendez-vous mais les modes de consommation évoluent et ce n'est pas sans conséquence pour nos industriels. La construction, les immatriculations progressent mais face à l'augmentation de son budget contraint⁽¹⁾, le consommateur se tourne de plus en plus souvent vers des produits moins chers. Il consomme toujours mais acquiert désormais plus volontiers des articles discounts dans l'alimentaire comme dans l'habillement. Il s'équipe en électronique, appareils photos numériques, ou ordinateurs mais là aussi il recherche avant tout un prix, ce qui favorise les produits importés d'Asie au détriment de nos productions locales, pourtant de meilleure qualité.

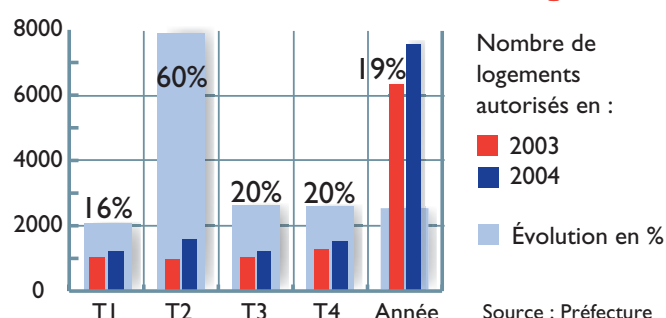
Créations d'entreprises par secteurs (Variation entre les 2^{èmes} semestres 2003-2004)



Source : Insee-Sirene

Certains secteurs tirent cependant leur épingle du jeu. Tout au long de 2004, la construction est restée particulièrement énergique : le nombre de logements

Évolution 2003-2004 du nombre de logements



Source : Préfecture

autorisés progresse encore de 20% au dernier trimestre, ce qui promet un beau début d'année 2005 pour le bâtiment. Sur le dernier trimestre, les immatriculations de voitures neuves enregistrées par la préfecture de Maine-et-Loire ont progressé de 6%. Selon des premiers échanges réalisés avec la Banque de France-Angers⁽²⁾, l'activité devrait rester bien orientée dans les mois à venir dans l'automobile. De la même manière, malgré la restructuration de la branche champignon, les perspectives dans l'agroalimentaire restent plutôt bonnes grâce notamment aux efforts continus pour améliorer les produits. Enfin, si les professionnels du meuble souffrent, les spécialistes de la maroquinerie, sous-traitants et donneurs d'ordres, se portent bien : leurs produits haut de gamme sont reconnus par les clients ●

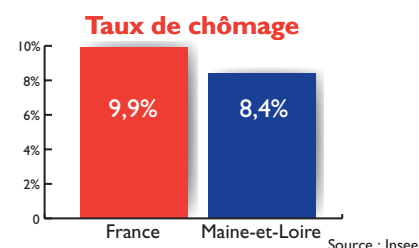
(1) Le budget contraint (54%) regroupe toutes les dépenses indispensables des ménages comme le logement, le chauffage, les transports, la nourriture. Le budget non contraint (46%) concerne les loisirs, l'habillement, les meubles, les communications...

(2) Cf Note de conjoncture industrielle en Anjou, janvier 2005.

Emploi

Le taux de chômage décroît légèrement

La situation sur le marché du travail s'est améliorée au cours du dernier trimestre 2004 : le taux de chômage baisse de 0,2 point, à 8,4% de la population active, ce qui place le Maine-et-Loire bien en deçà de la moyenne nationale de 9,9%. Malgré les nombreux licenciements supportés notamment par l'industrie de la chaussure en 2004, le département parvient à maintenir son écart avec l'ensemble du territoire ●



Source : Insee



Electronique- Informatique

170 établissements, 8 500 salariés.

En ce début d'année 2005, des menaces certaines planent sur le secteur. Face à des ordinateurs fabriqués à l'étranger à moindre coût, les industriels du département, plutôt axés sur le haut de gamme, souffrent, d'autant plus que l'euro fort renforce la compétitivité sur le sol français des produits importés. Des délocalisations en Europe de l'Est et en Chine ont ainsi déjà été annoncées. Le secteur de l'électronique reflète bien aujourd'hui la concurrence très vive qui règne sur les marchés mondiaux. Aussi, même pour les entreprises de recherche-développement qui ont créé des savoir-faire spécifiques, des tensions existent, bien que plus réduites. Pourtant, des productions à forte valeur ajoutée restent un rempart face à la concurrence. De même, la sous-traitance de certaines opérations (service après-vente, logistique), peut aussi permettre une meilleure rationalisation des activités et augmenter la compétitivité ●



Plasturgie dans le bâtiment

23 entreprises, 2 300 salariés.

Le secteur de la plasturgie est très porteur en Anjou : en dix ans, ses effectifs ont progressé de 20%. Plus particulièrement, les entreprises spécialisées dans la fabrication d'éléments en matières plastiques pour la construction sont en plein essor. On trouve dans ce secteur, les fabricants d'ouvertures en PVC comme les professionnels des raccords plastiques (tuyaux ou gouttières). Confortées par le dynamisme de la construction, toutes ces entreprises connaissent une croissance soutenue. D'autre part, l'innovation est très présente et les réflexions sur les matières ou les produits sont permanentes. De plus, la bonne santé de la menuiserie industrielle rejaillit à l'autre bout de la chaîne sur les entreprises qui se sont spécialisées dans le recyclage des fenêtres en matières plastiques. Compte tenu des perspectives dans le bâtiment, cette tendance devrait se maintenir dans les mois à venir ●



Emballage

32 entreprises, 1 800 salariés.

Le secteur de l'emballage, bien représenté sur le territoire de l'Anjou, jouit d'une bonne dynamique. D'une part, ce dernier profite des nouveaux modes de consommation qui se dessinent depuis quelques années. Les consommateurs sont de plus en plus attirés vers des produits individuels, à usage unique, « fraîcheurs », dans l'alimentaire bien sûr, mais aussi dans la cosmétologie ce qui multiplie les emballages. D'autre part, les entreprises du département innovent :

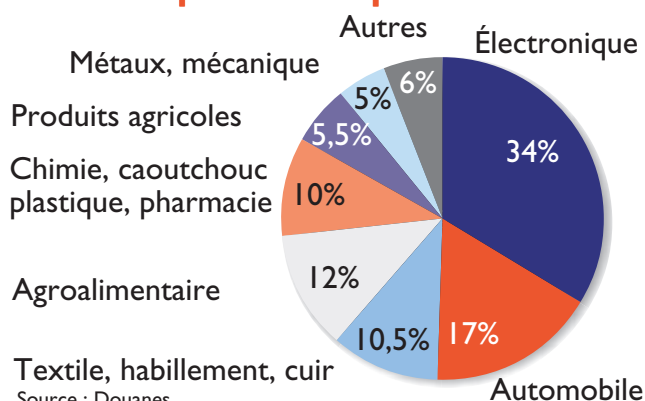
- dans les machines industrielles spécialisées dans la fabrication des emballages en carton ;
- dans la création de nouvelles boîtes en matière plastique.

Dans ce secteur, beaucoup d'entreprises ont fait le choix payant de la qualité pour contrer la concurrence des pays à bas coûts, notamment chez les spécialistes des tubes en aluminium pour l'industrie pharmaceutique ●

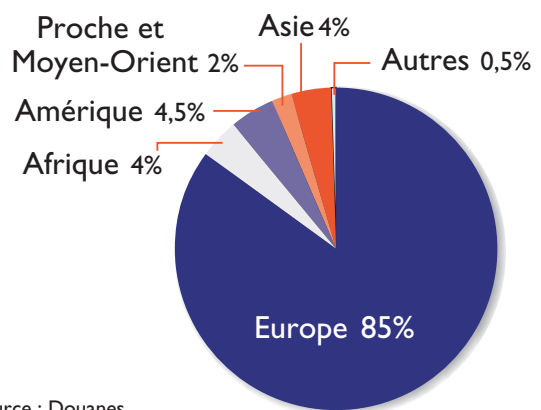
Les exportations du Maine-et-Loire

Le Maine-et-Loire représente plus du quart des exportations des Pays de la Loire. En 2004, ses exportations ont atteint près de 3,5 milliards d'euros, en hausse de 4% par rapport à l'année précédente.

Palmarès des principaux produits exportés



Destination des exportations

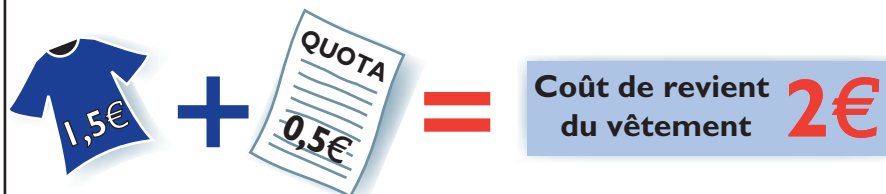


La disparition des quotas dans l'industrie textile-habillement

Depuis le 1^{er} janvier 2005, l'Accord Textile et Vêtements (A.T.V.) a été démantelé.

Ce système instaurait des restrictions quantitatives aux échanges par un mécanisme de quotas d'importations attribués par quelques pays occidentaux aux pays en développement.

Exemple d'un tee-shirt fabriqué en Chine.



Qu'est ce qu'un quota ?

Un quota est un « droit à exporter » acheté par toute entreprise exportatrice qui désire vendre un vêtement. Jusqu'à présent, chaque année, les exportations de la Chine vers l'Union Européenne ne pouvaient pas dépasser une certaine limite. Avec la fin des quotas, cette limite quantitative disparaît. Ce système des quotas défendait les industriels, principalement européens, américains et canadiens puisque le prix des produits importés des zones soumises aux quotas était mécaniquement gonflé par le coût d'achat du quota.

En résumé, les quotas limitent les exportations de deux façons :

- en détériorant artificiellement la compétitivité des industriels chinois ou indiens qui doivent payer le quota ;
- en imposant un plafond aux quantités de vêtements que les indiens ou les chinois peuvent vendre aux Etats-Unis et en Union Européenne.

Menaces sur l'ensemble du secteur textile-habillement mondial

Les périls qui nous menacent aujourd'hui n'ont pas été totalement anticipés il y a dix ans. La fin du système des quotas est prévu depuis 1995, mais personne n'avait escompté à cette époque une adhésion aussi rapide de la Chine à l'O.M.C. et sa transformation en un géant de l'industrie textile-habillement. Or, la Chine est bel et bien dans les starting-blocks : selon les spécialistes, plus de neuf entreprises sur dix auraient augmenté leurs capacités de production en prévision du 1^{er} janvier. De plus, si l'on se réfère à l'expérience de 2002, où onze catégories de produits ont été libéralisés, les risques sont bien réels (cf. encadré).

Moyens d'actions pour les industriels français

Il est évident que la Chine a des efforts à mettre en œuvre pour produire des articles de qualité. La clé se trouve sans doute pour les industriels européens dans :

- la créativité et la réactivité couplées à une logistique pointue, la mode évolue sans cesse et les clients attendent d'être surpris régulièrement ;
- l'innovation au travers notamment des textiles technologiques (anti-tâches, anti-feux, médicaux, anti-bactériens) qui apportent un réel plus pour le consommateur qui sera prêt à payer plus cher ;
- mais il faut aussi faire connaître l'existence de ces produits et leur intérêt de sorte que le marketing sous toutes ses formes doit se développer. Par ailleurs, toutes les productions ne sont pas délocalisables en Chine ou en Inde, les petites séries et les réassorts devraient continuer à être produits près des zones de vente. Toutefois, les premiers résultats ne sont guère rassurants : il apparaît en effet que sur le mois de janvier, les exportations chinoises pour certains produits libéralisés ont déjà été multipliées par deux, voire par trois, par rapport aux exportations de janvier 2004 ●

Dans les importations européennes d'anoraks, la part de marché de la Chine est passée de 15 % à 75 % en moins de trois ans. Elle a chassé du marché des pays comme la Roumanie, la Turquie, la Pologne et la Tunisie. Au passage, le prix des anoraks a été plus que divisé par deux, ce qui explique que même les pays du Maghreb ou d'Europe Centrale et Orientale n'arrivent plus à lutter. Ainsi, en 2007, selon les estimations de l'Institut Français de la Mode, la part des importations chinoises en Union Européenne de textile-habillement pourrait atteindre 32 % contre 20 % aujourd'hui ●