

Faut-il diaboliser la délocalisation ?

Par Bertrand CRISTAU

Il y a quelques mois, lors de la suppression des quotas textiles, on a relancé la querelle de la délocalisation. Est-ce justifié ?

On a vite fait d'oublier les avantages de la concurrence pour n'en retenir que les inconvénients. Principalement on reproche à la délocalisation de détruire des emplois en France, au point que les responsables de PME se sentent coupables de venir investir en Chine et hésitent à franchir le pas mettant ainsi en péril leur entreprise car la concurrence étrangère n'attend pas !

En réalité, ce procès d'intention sur la destruction de l'emploi en France est largement injustifié, il est délicat de citer des exemples précis car les entreprises concernées n'apprécieraient pas de se voir citées, nous mentionnerons donc plutôt quelques secteurs d'activité et un exemple concret étranger. Rappelons tout d'abord que beaucoup d'industries à forte compétitivité en Chine ne font pas concurrence à la France mais à d'autres pays à bas coût de production. On s'aperçoit ainsi qu'avec la marée de textiles chinois, les importations textiles en France ont peu augmenté car les importations chinoises se sont substituées à d'autres.

La délocalisation en Chine permet au contraire souvent de sauver des emplois en France en maintenant en vie des industries qui sinon disparaîtraient, nous représentons ainsi bon nombre d'entreprises industrielles qui, ayant perdu des marchés contre des produits étrangers importés en France, font appel à nos services pour les regagner en sourçant en Chine les composants qui assemblés en France permettent de regagner cette compétitivité, ainsi nous importons régulièrement des pièces brutes de forge ou de fonte, des éléments de pinceaux, des pièces en Cuivre. Nous aidons d'autres entreprises à sourcer en Chine des compléments de gamme qui les aident aussi à vendre les produits français. On pourrait encore citer d'autres exemples comme l'industrie de la visserie qui en utilisant en France des machines chinoises regagne en compétitivité et arrive alors à concurrencer même les produits chinois en France car ne l'oublions pas les industriels français auront toujours l'avantage de la proximité.

La sous-traitance en Chine permet aussi de rendre des industriels français plus compétitifs à l'exportation sur des pays tiers (ainsi nous aidons une engineering française à gagner des marchés au Moyen-Orient en améliorant son offre, par l'utilisation dans ses échangeurs de tubes en cuivre chinois, lesquels tubes ne sont déjà plus produits en France depuis longtemps), par ailleurs au delà de la baisse des coûts, la Chine peut permettre d'améliorer la réactivité des entreprises françaises en leur fournissant plus vite des produits et composants.

Enfin, **la fabrication en Chine est nécessaire pour conquérir le marché chinois**, la société allemande HASSIA par exemple a implanté une usine de fabrication de certaines machines de production agro-alimentaire à Nankin ; cette usine lui permet d'améliorer sa présence sur le marché en fournissant les machines bas de gamme à un prix chinois, son usine lui permet aussi de fournir les pièces de rechange plus rapidement (la plupart des clients chinois demandent maintenant un SAV qui intervienne en moins de 24 heures) et à des prix plus attractifs et de maintenir une équipe d'ingénieurs pour le service après-vente des machines chinoises comme des machines allemandes haut de gamme dont les ventes continuent. Contrairement aux pays comme Singapour (marché trop petit) ou le Japon et la Corée (pays protectionnistes), la Chine importe beaucoup, ce qui ouvre des possibilités aux industriels français. Le dernier exemple à citer est celui du vin : les français ont implanté des fermes viticoles en Chine dans les années 80, les chinois ont ainsi pris goût au vin français et certes on peut trouver maintenant du vin chinois en France, mais surtout on voit du vin français partout en Chine !

Pour terminer, je conclurai par une petite analyse de la valeur d'un produit vendu en France : la part du coût d'importation d'un produit devient souvent négligeable dans son prix de détail, par exemple pour les pinceaux qui sont importés de Chine, ce coût représente moins de 10% du prix de détail, pourquoi ? C'est en fait que le contenu « service » du pinceau est incompressible (service de distribution, service logistique, mais aussi service de publicité et promotion, service de design et de développement), et la plupart de ces services sont beaucoup plus difficiles à délocaliser, donc finalement lorsqu'un pinceau chinois est vendu, c'est plus de 90% de son contenu qui est français et si la baisse de son coût permet d'en vendre 2 fois plus, ce sera encore plus de valeur ajoutée française qui sera vendue !