

1. L'attractivité des sites industriels

La vie d'une entreprise exposée à la concurrence est une lutte incessante pour tenter de retarder le déclin des produits existants et surtout de retrouver sa compétitivité en réussissant ses futurs programmes. Dans l'économie réelle, trois pistes sont possibles :

- Réussir à maintenir un niveau de coûts de production plus faible que ceux de ses concurrents, et un rythme de progression plus lent. Il existe des limites difficiles à dépasser, dans l'intérêt même de l'entreprise, à l'austérité salariale qu'elle peut imposer à ses personnels, et aux sacrifices qu'elle peut réclamer à ses fournisseurs. La seule solution viable à long terme est d'améliorer sa productivité.
- Faire preuve d'innovation, c'est-à-dire lancer avant ses concurrents des produits répondant mieux aux besoins, exprimés ou latents, des clients, et permettant de dégager de fortes marges tant que les concurrents ne sont pas capables de les concurrencer.
- Délocaliser production, et même développement, pour attaquer plus efficacement des marchés plus dynamiques et bénéficier de prix de revient plus compétitifs.

Pour évaluer l'attractivité d'un site industriel, nul n'est mieux placé qu'un entrepreneur, en particulier l'état major d'un groupe transnational. On peut s'en féliciter ou le regretter, mais une entreprise a la possibilité aujourd'hui de localiser assez librement son ou ses sites de production dans les pays les plus propices. Nous proposons au lecteur de suivre la démarche de cet entrepreneur, examinant les divers sites industriels mondiaux pour choisir les meilleures opportunités de développement de ses ventes, d'implantation de ses investissements et de ses productions.

Nous verrons quels sont pour cet entrepreneur les différents critères d'attractivité d'un site industriel² :

- l'attractivité commerciale, qui comprend d'une part la croissance de la demande interne d'un site et d'autre part sa compétitivité par rapport aux sites concurrents ;

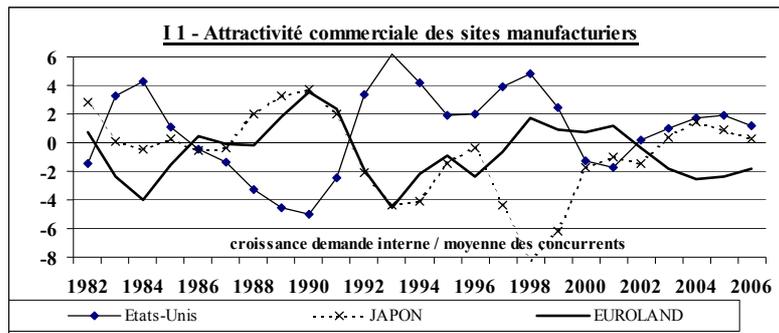
- L'attractivité industrielle, comparant ses coûts de production et sa productivité globale à ceux de ses concurrents ;
- l'attractivité économique, découlant de la comparaison de la rentabilité des capitaux investis et du coût réel de l'argent.

■ L'attractivité commerciale des sites

L'attractivité commerciale d'un site est un facteur déterminant de la localisation des investissements commerciaux dans un premier temps, industriels ensuite. La première question que se pose notre entrepreneur est donc de savoir sur quels marchés il doit concentrer ses efforts commerciaux.

Le premier atout d'un site industriel est de s'appuyer sur une demande interne dynamique. La croissance d'une économie nécessitant des investissements, la croissance de la demande interne de biens d'équipement est fonction du rythme de croissance de l'économie anticipé par les entreprises. Elle amplifie très fortement, et dans les deux sens, les variations de croissance du PIB. De 1981 à 2005 la demande interne de l'Euroland a simplement doublé de volume, alors qu'elle était multipliée par 3,5 aux États-Unis.

Pour mesurer l'attractivité commerciale d'un site, nous comparons la croissance de la demande interne émanant du site à la moyenne de celles des sites concurrents. Parmi les sites manufacturiers des pays développés, le site Euroland n'a ainsi connu un différentiel de croissance positif que de 1984 à 1990 et une petite bouffée de 2000 à 2002, périodes où il bénéficiait d'un environnement financier favorable. En revanche la croissance interne des sites de l'Euroland et du Japon a été mauvaise de 1991 à 1998, où c'est au contraire le site américain qui a bénéficié d'un environnement financier très incitatif.



Pour l'ensemble des sites mondiaux, c'est le site chinois dont la croissance de la demande interne domine celle de tous les pays développés. On peut estimer entre 12 et 14 % la croissance annuelle de la demande interne de biens manufacturés en Chine depuis le début du siècle. En 2005, elle représente déjà entre 13 et 15 % de celle de l'ensemble des pays développés. Voilà une première raison qui explique la fascination que les industriels du monde entier éprouvent pour le marché chinois.

Bien entendu, il faut se méfier des fausses bonnes idées. La croissance interne d'un site peut être considérable, mais si les concurrents sont déjà industriellement présents ou en passe de s'établir, une guerre des prix est probable. Il faut être bien sûr de la compétitivité de ses produits et de la solidité de sa situation financière avant de s'y lancer. Gagner du temps en rachetant un concurrent déjà présent peut être une solution préférable. Nous proposerons plus loin des pistes pour déceler de tels risques de création de surcapacités.

■ La compétitivité externe

Une fois prise la décision d'être commercialement présent sur un nouveau marché, la seconde question que se pose notre entrepreneur est : faut-il s'implanter industriellement ou importer à partir d'un site plus compétitif ?

Un premier élément de réponse est d'évaluer, à travers l'examen des échanges commerciaux d'un site, sa compétitivité par rapport à celle des sites concurrents, c'est-à-dire sa capacité à réaliser de bonnes

performances face à la concurrence internationale, en développant les exportations et en résistant aux importations.

Pour évaluer correctement la compétitivité externe d'un site industriel, il faut examiner séparément exportations et importations. Le seul équilibre de la balance commerciale ne permet pas de mesurer la plus ou moins grande compétitivité des sites, dans la mesure où le signe et l'évolution de la balance commerciale d'un pays dépendent largement du différentiel de croissance entre son économie et celles de ses concurrents. Ainsi, la boulimie d'importations des États-Unis est la principale raison de leur déficit commercial. À l'inverse, malgré son besoin d'activité, l'Euroland a beaucoup moins accru ses exportations que les États-Unis et à peine plus vite que le Japon. C'est la faible croissance de ses importations qui expliquait l'ampleur de l'excédent de sa balance commerciale, d'ailleurs en voie de disparition, notamment en France.

Pour allonger les séries produites, les entreprises ont besoin de vendre sur les marchés étrangers. Mais pour y réussir, elles doivent, sauf à disposer d'un produit unique vendable à n'importe quel prix, surmonter localement un handicap de taille face aux concurrents locaux. Dans la majorité des cas il faut, pour cela, accepter de faire des sacrifices de prix, donc se contenter de marges plus faibles à l'exportation. Ceci explique qu'en cas de forte croissance de leur marché national elles donnent la priorité à ce dernier. Quand les marchés se retournent, le besoin de volumes, pour faire tourner les usines, nécessite une reprise des efforts, et des sacrifices, à l'exportation. L'ampleur et le caractère durable de ce retournement sont fonction de la rentabilité de ces exportations.

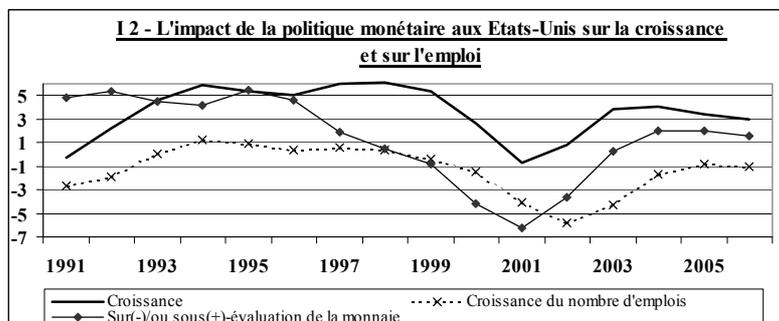
Les différences de capacité d'innovation et de dynamisme ainsi que la spécialisation sectorielle et géographique (part croissante des pays émergents dans les exportations des États-Unis et du Japon, priorité aux échanges intra-zone en Europe) expliquent partiellement la médiocrité des exportations de l'Euroland. Ses parts du marché mondial sont sur une pente structurelle descendante. Mais, autour de ce trend moyen, on observe de fortes variations conjoncturelles qu'il est intéressant de rapprocher des évolutions des parités.

L'exemple de l'Allemagne, le meilleur exportateur de l'Euroland, permet d'analyser ces évolutions. L'annexe A expose la méthodologie utilisée pour mettre en évidence l'impact des parités. Elle permet de constater une très forte corrélation entre les variations des parités réelles et l'évolution des parts de marché, même pour les biens d'équipement où

les facteurs de qualité des produits et du service après vente jouent un rôle important.

L'impact des parités sur les importations est moins marqué. Dans ce cas, c'est une très forte élasticité importations/demande interne que l'on observe. Lorsque la demande s'accélère, elle se porte largement sur des biens que le site national ne peut livrer, soit qu'il ne les produise pas, soit que ses capacités de production soient proches du plein emploi. C'est d'ailleurs cette possibilité de recours à des fournitures étrangères, souvent à prix avantageux, qui contribue largement à éviter une hausse des prix en cas de saturation des capacités de production nationales.

La contribution des échanges extérieurs a apporté entre 1 et 2 points annuels de croissance dans les années 1990 au site européen, et le double au site japonais. Le fournisseur d'activité a été le marché américain : en vingt ans l'équivalent d'une année de demande interne américaine a été satisfait par l'accroissement du déficit commercial. Mais cet apport du commerce extérieur a été loin de compenser, dans le cas de l'Euroland, l'atonie de la demande interne de leurs sites industriels. De 1981 à 2005, la valeur ajoutée des sites de biens d'équipement de l'Euroland n'a augmenté que de 50 %, alors qu'elle était multipliée par 3,5 pour les États-Unis par 3 pour le Japon. Circonstance aggravante pour l'Euroland, les excédents commerciaux de membres importants comme la France et l'Italie font place à des déficits, malgré leur très faible croissance. Il ne faut pas se réfugier derrière le seul alibi des prix du pétrole. Dans ces deux cas, il s'agit aussi, et surtout, d'une dégradation des volumes exportés et d'une chute des parts de marché. La mauvaise spécialisation géographique et le manque d'innovation sont des facteurs de cette mauvaise performance à l'exportation, mais l'évolution des parités joue également un rôle important.



Tant la demande interne que les exportations sont très sensibles à l'environnement financier, tout particulièrement aux parités. La raison de l'abandon de la politique du dollar fort intervenue en 2001 est évidente : dans un pays où croissance et plein emploi sont réellement la priorité numéro un, il fallait relancer les activités manufacturières sur le site américain. Et la reprise n'a pas tardé.

Les informations disponibles sur le site manufacturier chinois suggèrent que l'accroissement de l'excédent commercial a apporté au moins un point supplémentaire annuel à la croissance de la production depuis le début du siècle. La sous-évaluation croissante du yuan est certainement un des facteurs explicatifs importants de cette compétitivité du site chinois.

■ L'attractivité industrielle des sites

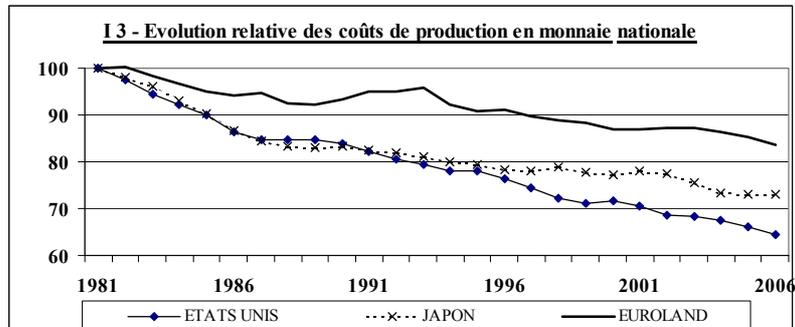
Si la compétitivité externe du site étudié paraît satisfaisante pour les concurrents déjà installés, notre entrepreneur se posera une troisième question avant de s'y implanter industriellement : peut-il y obtenir des prix de revient compétitifs ? La connaissance des performances réalisées par les concurrents produisant sur le site apporte des éléments de réponses fort utiles. La méthodologie employée pour calculer coûts de production et productivité globale est exposée en annexe B.

1. Les coûts de production

L'importance des investissements corporels et de recherche et développement dans les activités manufacturières se traduit par un poids très important des amortissements. Par ailleurs, acheter à l'étranger une part croissante des demi-produits, et même de composants de plus en plus complexes, soit auprès de tiers, soit plutôt auprès de filiales délocalisées, est devenu une démarche essentielle des groupes transnationaux pour maintenir des coûts de production compétitifs. Se focaliser sur la seule productivité apparente du travail ou les coûts unitaires du travail pour apprécier l'évolution des coûts de production et de la productivité, en négligeant consommation intermédiaire et amortissements, est une erreur de raisonnement qui peut conduire à des

décisions préjudiciables tant à la compétitivité de l'entreprise qu'à l'équilibre social.

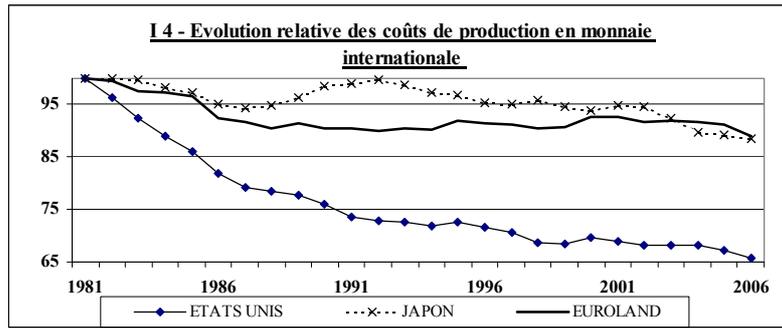
Les évolutions en monnaie nationale des indices de prix relatifs (écarts par rapport à la hausse moyenne des prix) font apparaître de grands écarts de performance : les États-Unis, malgré une légère remontée depuis 1998, et le Japon, malgré un net ralentissement depuis 1996, sont parvenus à baisser massivement leurs prix de revient manufacturiers de 1981 à 2005 (de - 40 % et - 25 %). Sur la même période, l'Euroland n'a pu réaliser que - 12 %.



La variation des coûts de production additionne les variations des prix des facteurs et de la productivité. Pour la période 1980-1990, le Japon cumule excellente productivité globale, fortes baisses des prix des investissements et de la consommation intermédiaire et augmentation raisonnable des coûts salariaux. Sur les années récentes, les États-Unis réalisent la meilleure performance, pour les mêmes raisons. L'Euroland est à la traîne pour toutes les périodes. Le site Euroland est notamment pénalisé par une moins bonne spécialisation industrielle que les sites américain et japonais, ces derniers étant plus présents dans les biens d'équipement électriques et électroniques, où les gains de productivité et les baisses de coûts de production sont les plus massifs.

Pour mesurer la compétitivité internationale, il faut convertir les comptes économiques en monnaie commune. Nous utilisons pour ce faire l'Étalon monétaire commun, EMC, défini en annexe A. L'avantage relatif dont bénéficiait le site manufacturier américain en monnaie nationale est encore accru en passant en monnaie internationale. En revanche, la correction de la sous-évaluation initiale du yen absorbe une bonne part des gains effectués par le Japon. Pour les sites industriels d'Euroland, surtout le site allemand, la faiblesse des performances en

monnaie nationale ne justifiait pas la politique monétaire de surévaluation suivie jusqu'en 1998.



2. Le calcul de la productivité globale

Il est explicité en annexe B, à partir de l'exemple du site manufacturier allemand, dont cette analyse permet de mieux comprendre les problèmes accumulés dans les années 1990 ainsi que la difficulté et la longueur du redressement en cours. Pour calculer correctement les gains de productivité, il convient de comparer les variations en volume de la production à la variation en volume de l'ensemble des facteurs physiques utilisés (frais de personnel, consommation intermédiaire, et investissements corporels et en recherche et développement ces deux facteurs étant représentés par leurs amortissements). Si la différence entre la variation de la production et celle du coût de production est positive, l'entreprise a créé un surplus de richesse et contribué à la croissance de l'économie. Si elle est négative, l'entreprise a créé un trou noir, détruisant la richesse créée par les autres pour tenter de survivre à son inefficacité économique.

