

Vers la fin des délocalisations en Chine?

Le groupe allemand Adidas vient de décider de réduire sa production en Chine. La marque transfère sa production en Inde, au Cambodge ou encore au Laos. Cette décision serait-elle annonciatrice d'une tendance des entreprises à moins délocaliser vers la Chine? Pour Philippe Martin, professeur à Paris I spécialisé en économie internationale, il faut relativiser. «Du fait d'une augmentation des coûts salariaux en Chine, -plus 10% sur la zone côtière- les entreprises se déplacent plus loin à l'intérieur des terres. Mais la main d'oeuvre reste bon marché quoi qu'il en soit.» «La fin n'est pas pour tout de suite, confirme Gilles Lavaure, directeur du pôle Achats et coûts stratégiques du cabinet de conseil LowendalMasai. Cependant, nous avons toujours prévenu nos clients que la Chine n'est pas non plus un eldorado», tempère-t-il.

L'arrière-pays chinois

Si l'heure de la fin des délocalisations en Chine n'a donc pas encore sonné, en revanche, ses voisins commencent à avoir le vent en poupe, comme le Laos, le Cambodge, en témoigne -entre autres- l'exemple d'Adidas... «C'est l'arrière-pays chinois», déclare Philippe Martin. «Dans la zone Asie, le Viêtnam, la Malaisie, les pays de l'ex-Indochine (Cambodge, Laos) attirent beaucoup», confirme Gilles Lavaure.

Ainsi, 20.000 usines installées dans le delta de Canton quitteraient le pays d'ici la fin de l'année selon une fédération d'entreprises hongkongaise. Elles pourraient s'installer en Asie du Sud-est et en Inde, d'après les informations de notre correspondante en Chine, Caroline Dijkhuis.

Quant au patron d'Adidas, Herbert Rainer, au-delà du Cambodge, du Laos et de l'Inde, il lorgne aussi sur les pays d'Europe de l'Est. Cette stratégie pourrait viser à rapprocher la production de l'Allemagne, le siège du groupe.

En cause: le coût du pétrole

«Les délocalisations sont intéressantes si le coût des transports n'est pas trop élevé», explique en effet Philippe Martin. Et de reconnaître: «En ce moment, les termes de l'équation sont en train de changer avec la flambée du baril». En somme, plus on délocalise près, mieux c'est. «Un certain nombre d'entreprises préfèrent délocaliser chez le voisin, pour diminuer les coûts de transports et rester proche du consommateur». C'est le cas des Etats-Unis qui délocalisent au Mexique. Quant aux pays européens, ils continueraient à privilégier les pays de l'Est et le Maghreb sur certains secteurs.

De plus, pour Philippe Martin, certaines entreprises ne souhaitent pas que leur production soit trop éloignée de leur marché pour des raisons concurrentielles. La direction de Zara, dont le marché se situe en Europe, ne délocalise pas sa production, afin d'être en mesure de réagir vite selon les fluctuations du marché. «Zara opte pour l'anticipation, la réactivité et le gain de temps. Il est difficile de gérer des modifications de stratégie à distance», confirme Gilles Lavaure.

Délocaliser, mais pas à l'aveuglette

Délocaliser constitue donc pour les entreprises une question de stratégie: loin d'être systématique, il s'agit de prendre en compte les coûts globaux selon Gilles Lavaure et cibler la spécialité du pays. «Chaque pays a sa culture historique en termes de production». Ainsi, s'il fallait dresser une liste actuelle des pays low cost, elle doit être faite par catégorie. «La Roumanie est spécialisée dans l'industrie automobile, la Bulgarie dans la mécanique..», énumère Gilles Lavaure. L'Inde serait davantage spécialisée en informatique et la Chine en textile et en jouets.

Enfin, avec la globalisation, les délocalisations constituent un mouvement illimité: «Il existera toujours des pays dont les coûts salariaux seront plus faibles», confirme Philippe Martin. Alors à quand les délocalisations en Afrique subsaharienne? Il y a trop d'instabilité politique et la main d'œuvre n'a pas assez de savoir faire technique», estime Gilles Lavaure. Et Philippe Martin de conclure: «Il y aura bien un moment où des entreprises sauteront le pas».

Valérie Zoydo