

Le coin des think tanks

Chaque mois, une question d'actualité vue par trois cercles de pensée



La baisse des coûts de production, une obsession ?



JEAN-LUC GRÉAU
Fondation Res Publica

« Le coût du travail occulte d'autres points essentiels »

LES ENTREPRISES FRANÇAISES insistent sur la nécessité d'une baisse du coût du travail. Cette revendication monomaniaque fait l'impasse sur tous les éléments d'appréciation de ce coût autres que son haut niveau apparent, le plus élevé d'Europe avec celui de la Belgique et celui de la Suède.

Les dirigeants d'entreprise feraient bien de balayer devant leur porte. En 2012, le salaire mensuel de base a encore augmenté de 2,3 %, tandis que l'inflation courante a culminé à 1,2 %. Alors que les pays de l'Europe du Sud, frappés par la

récession, baissent dramatiquement la rémunération du travail - entre 10 et 30 % -, nos entreprises, pourtant victimes d'une économie stagnante, ont trouvé les moyens d'une nouvelle hausse.

Ces dirigeants feraient bien aussi de se pencher sur le retard considérable pris dans la robotisation et l'informatisation de leur production. Nous sommes à la traîne de tous nos grands concurrents européens et américains. L'Allemagne achète 19 000 robots quand nous en achetons 3 000. La France, pays de mathématiciens et d'informaticiens, ne s'est pas emparée des robots et de l'informatique pour doper sa productivité et bâtir des stratégies cohérentes de conquête et de fidélisation de sa clientèle. Sauf dans certains secteurs, comme la construction aéronautique, nos entreprises ont préféré délocaliser leurs productions ou leurs fournitures.

Ils pourraient encore, ces dirigeants, s'interroger à propos de l'impact qu'a la monnaie européenne sur leur compétitivité. Depuis que le yen a subi une dévaluation massive, l'euro est la monnaie la plus surévaluée du monde. Sa parité exagérée a fortement aggravé les difficultés de nos voisins du Sud, et elle

handicape tous nos exportateurs. Dans ces conditions, même Airbus trouve avantage à s'installer aux Etats-Unis pour produire ses moyen-courriers. Or le Medef et ses grandes professions font de la parité de l'euro un sujet tabou.

Les entreprises doivent consentir à un débat plus sincère

Les chefs d'entreprise devraient enfin entrer dans le débat sur les dépenses qui occasionnent les charges publiques et sociales dont ils se plaignent. Un seul exemple : celui des prestations sociales, représentant plusieurs dizaines de milliards d'euros, et versées à partir d'une déclaration sur l'honneur. Ne pourraient-ils pas rappeler aux dirigeants politiques la nécessité d'écartier les passagers clandestins du bénéfice de la manne publique ?

Tout se passe comme si leur unique objectif était d'incliner l'Etat à des sacrifices renouvelés de charges fiscales et sociales, non gagées par des économies et sans contreparties assurées du point de vue de l'investissement et de l'emploi. Appelons les entreprises au débat plus sincère et constructif dont la France au travail a besoin. ©



ÉTIENNE VAUCHEZ
Directeur
de La Fabrique
de l'exportation

« On exporte de la valeur, pas des réductions de coûts »

RAISONNONS PAR L'ABSURDE et imaginons une entreprise française obsédée par la réduction des coûts. A force d'efforts, elle se créera une marge de manœuvre pour investir et innover, mais elle restera toujours plus chère que la concurrence turque, chinoise ou brésilienne. Et si elle met toute son énergie dans la réduction des coûts, son offre risque de ne pas être assez attractive face à la concurrence du Japon, des Etats-Unis et de l'Allemagne. Elle se retrouvera dans la pire situation, accrochée à un positionnement de milieu de gamme, inconfortable, notamment sur les marchés émergents.

Le vrai défi : partir des clients et de l'analyse des marchés

Prenons l'exemple du marché du lait infantile : en France, c'est un marché mûr, arbitré par la grande distribution, et la réduction des coûts y est donc primordiale. En Chine, la situation est différente, car il y existe un important segment de clients qui sont prêts à payer beaucoup plus pour être sûrs que le lait qu'ils donnent à leurs enfants est de bonne qualité. C'est le segment détecté et capté avec succès par une laiterie française, qui a su prouver qu'elle proposait un produit sûr, traçable. Elle peine à fournir la demande, bien que le prix de ses produits soit largement au-dessus du prix du marché.

Toujours en Chine, mais sur le marché de l'automobile : dans les années 90, les constructeurs français y proposaient des

modèles bas de gamme, pensant rencontrer une classe moyenne à la recherche de voitures abordables. Mais les Chinois, qui ont commencé à s'intéresser aux voitures européennes, en ont fait un geste de prestige. Ils n'ont donc pas vu l'intérêt d'acheter une voiture française banale et peu chère, et ont préféré acquérir des allemandes luxueuses, ou des coréennes plus abordables.

La maîtrise des coûts de production en France est nécessaire. Mais penser que leur abaissement permet de réussir dans une économie globalisée est une erreur. Le vrai défi, c'est de partir des clients, de l'analyse des marchés et de leurs niveaux de prix. Y a-t-il un marché accessible dans ce pays et puis-je y placer un produit ? Si oui, sur quel segment, à quel prix, fabriqué où et comment ? Comment faire en sorte que mon offre ait de l'écho, quitte à l'adapter ? Voilà les véritables questions auxquelles un entrepreneur doit répondre ! ©



IANA DREYER
de l'Institut
Montaigne

« La France doit avant tout internationaliser sa production »

ANNÉE APRÈS ANNÉE, la compétitivité économique de la France continue de s'éroder. Le déficit record de notre balance commerciale - 67 milliards d'euros en 2012 - en est la traduction sonnante et réverbérante. Les coûts de production constituent une des entraves principales à la compétitivité commerciale du pays. Mais l'écosystème institutionnel dans lequel opèrent les entreprises à l'heure de la production industrielle transnationale joue tout autant. C'est avant tout au sein

de l'Union européenne - qui représente près de 60 % des exportations françaises - que la France a décroché. Depuis 2004, sa balance commerciale avec ses partenaires européens n'a cessé de se dégrader. Les réformes structurelles ont été peu nombreuses en France depuis l'introduction de l'euro, alors que l'Allemagne, notre principal partenaire et concurrent économique, a depuis dix ans significativement réduit les prélèvements obligatoires assis sur le travail et modéré ses salaires, ce qui lui permet d'exporter aujourd'hui à des prix très attractifs.

Les PME françaises sont trop fragiles pour exporter

Mais ce sont tout autant les structures de production françaises qui ne se sont pas adaptées à la nouvelle donne. La France n'a pas assez internationalisé sa production, ce qui explique sa perte de vitesse face à ses concurrents d'outre-Rhin et d'Europe du Nord. Les deux tiers du commerce mondial sont aujourd'hui le fait d'échanges de biens industriels, dont la grande majorité consiste en produits intermédiaires s'insérant dans des processus de production industrielle transnationale. Les entreprises des pays d'Europe du Nord ont délocalisé une partie de leur production pour se concentrer sur des activités innovantes : elles optimisent leurs coûts, mais n'optent pas pour une production à bas coûts. Elles importent beaucoup pour mieux exporter.

L'internationalisation du tissu productif européen est fortement portée par les PME. Or, en France, ce tissu demeure trop fragile pour exporter. Il leur faut attirer des investisseurs qui connaissent les marchés à l'exportation. Pour leur faciliter la tâche, c'est du côté de la simplification des démarches administratives, de la fiscalité des entreprises et du droit du travail, ainsi que de l'investissement dans l'innovation, qu'il faut regarder. Le parachèvement du marché européen des services, secteur dans lequel les entreprises françaises sont particulièrement bien placées, doit également être une priorité. ©

QUI SONT-ILS ?

Créée en 2005 sous l'égide de Jean-Pierre Chevènement, la fondation Res Publica vient de publier une étude réalisée par Jacques Sapir et Philippe Murer, Les Scenarii de dissolution de l'euro. L'Institut Montaigne est un think tank clairement proentreprise : il a récemment publié une étude sur le miracle allemand de l'emploi. La Fabrique de l'exportation propose des recommandations pour doper la présence des PME françaises à l'étranger.