

L'industrie suisse des biens de consommation à l'heure de la mondialisation

L'industrie suisse des biens de consommation subit, ces dernières années, une concurrence de plus en plus forte sur les marchés internationaux libéralisés. Les soutiens étatiques, qui prenaient la forme de subventions ou d'aides à l'exportation, ont régulièrement diminué. Parallèlement, les taxes douanières sur les produits importés se sont nettement réduites avec la libéralisation des marchés. La forte augmentation de la concurrence étrangère – surtout celle des pays à bas salaires – fait que ces branches ont dû considérablement adapter leurs structures et que les entreprises exportatrices se sont orientées vers des produits de haute qualité.



L'industrie des biens de consommation a beaucoup perdu de son importance au cours des 25 dernières années. Sa valeur ajoutée a diminué de 1,3% à 0,3% et la production a été délocalisée en grande partie à l'étranger. Photo: Keystone

L'industrie alimentaire et des boissons ainsi que celle du textile et de l'habillement ont toutes deux perdu de leur importance au cours des dernières années dans une économie suisse dominée par les services et les biens d'investissement. Cette adaptation naturelle des structures, due à la demande et aux décisions en matière de délocalisation, a été nettement plus marquée dans la branche du textile et de l'habillement que dans le secteur alimentaire et des boissons. En 1980, ce dernier représentait 2,3% de la création de valeur au niveau national. Ce taux est descendu au-dessous de 2,0% jusqu'en 2005. La croissance moyenne de la valeur ajoutée brute réelle s'élevait à environ 0,9% par an entre 1980 et 2005 dans l'industrie alimentaire et des boissons (1,5% pour l'économie nationale). L'industrie du textile et de l'habillement a perdu encore davantage d'importance puisque sa quote-part dans la valeur ajoutée est descendue de 1,3% à 0,3% entre 1980 et 2005. Cette période est marquée par une diminution constante de la valeur ajoutée réelle: 4,2% en moyenne annuelle. Aucune autre branche de l'économie suisse n'a connu un recul comparable au cours des 25 dernières années.

L'emploi présente une image semblable. Le nombre des salariés a diminué de 5,6% par an en moyenne dans l'industrie du textile et

de l'habillement: ils étaient encore 72 000 en 1980 et à peine plus de 16 700 aujourd'hui. La proportion des personnes travaillant dans ce secteur par rapport à la population active totale a baissé de 2,2% à 0,4%. Dans l'industrie alimentaire et des boissons, ce chiffre a diminué de 2,0% à 1,5% au cours des 25 dernières années, ce qui correspond à une baisse de 0,3% par an. En 2005, 62 700 personnes seulement travaillaient dans l'industrie alimentaire et des boissons (elles étaient 67 000 en 1980).

Textile et habillement: répartition historique par région

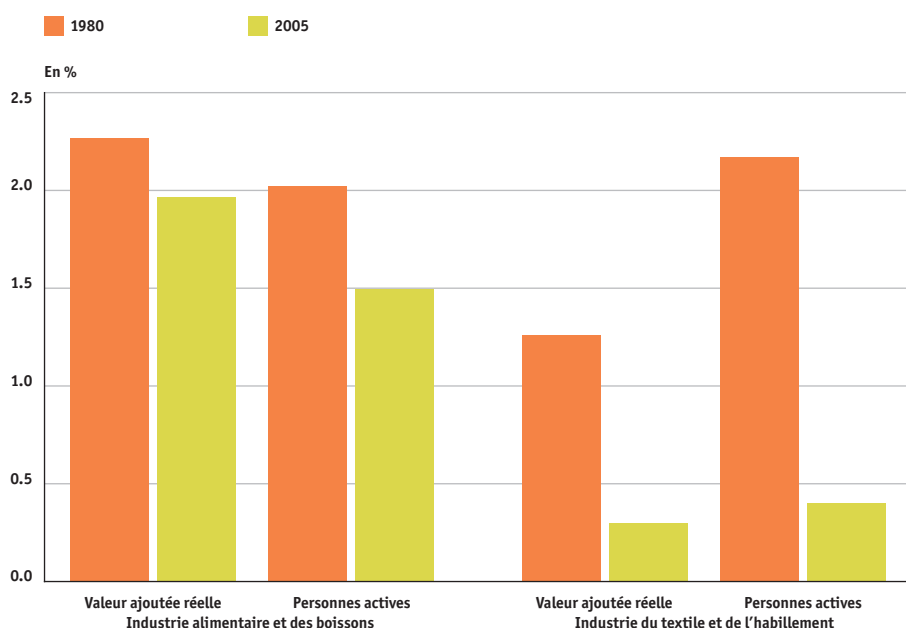
L'industrie du textile et de l'habillement est proportionnellement surreprésentée en Suisse orientale (SG, AR, AI, TG, GL, SH) et au Tessin. Depuis le début de l'industrialisation, la production textile indigène s'est concentrée en Suisse orientale (ateliers de tissage, finissage, confection) et la répartition régionale est la même encore aujourd'hui. Le secteur du textile et de l'habillement du canton d'Appenzel Rhodes-Extérieures fournit une part importante de la valeur ajoutée totale du canton: 7,2% en 2005. Cette branche occupe une position supérieure à la moyenne suisse dans les



Thomas Stocker
Économiste, responsable des analyses et prévisions pour l'industrie des biens de consommation, BAK Basel Economics, Bâle

Graphique 1

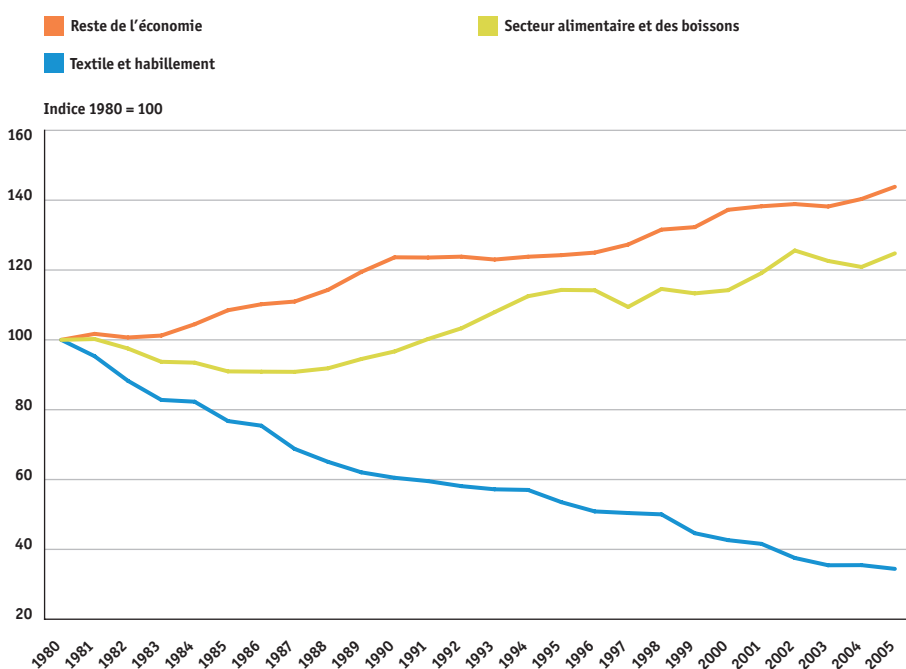
Quote-part de l'industrie des biens de consommation dans l'économie suisse, 1980 et 2005



Source: OFS, BAK Basel Economics / La Vie économique

Graphique 2

Évolution de la valeur ajoutée brute dans l'industrie des biens de consommation en comparaison avec le reste de l'économie, 1980-2005



Source: OFS, BAK Basel Economics / La Vie économique

cantons d'Appenzell Rhodes-Intérieures (3,3%) et de Glaris (2,0%). Au Tessin, c'est surtout l'industrie de l'habillement qui joue un rôle central puisque quelque 90% des personnes actives dans le secteur du textile et de l'habillement travaillent dans la fabrication de vêtements.

On n'observe pas une concentration régionale comparable dans l'industrie alimentaire et des boissons. Près de 40% de la valeur ajoutée nationale de la branche est générée dans des cantons du Plateau comme Zurich, Berne et Argovie. Des entreprises de renom ont, en outre, leur siège dans les cantons de Saint-Gall, Vaud et Lucerne. Pour des raisons de logistique et de distribution, aucun site de production important de l'industrie alimentaire et des boissons n'est localisé dans les cantons alpins et du Jura.

Stagnation de la demande indigène et augmentation de la pression sur les prix

L'industrie alimentaire et des boissons écoule ses produits par l'intermédiaire principalement du commerce de gros et de détail, les restaurants et les hôtels représentant les autres acheteurs. Pour les fabricants d'habillement, le commerce de gros et de détail est aussi un intermédiaire important entre les producteurs et les consommateurs. Le marché suisse de l'alimentation et des boissons ainsi que celui de l'habillement présentent des signes de saturation depuis quelques années. Alors que l'ensemble de la consommation privée a augmenté de 1,4% en moyenne entre 1980 et 2005, les dépenses de consommation pour l'alimentation et les boissons n'ont augmenté que de 0,5% par an. Les Suisses ont même dépensé moins d'argent pour l'habillement et les chaussures en 2005 qu'en 1980.

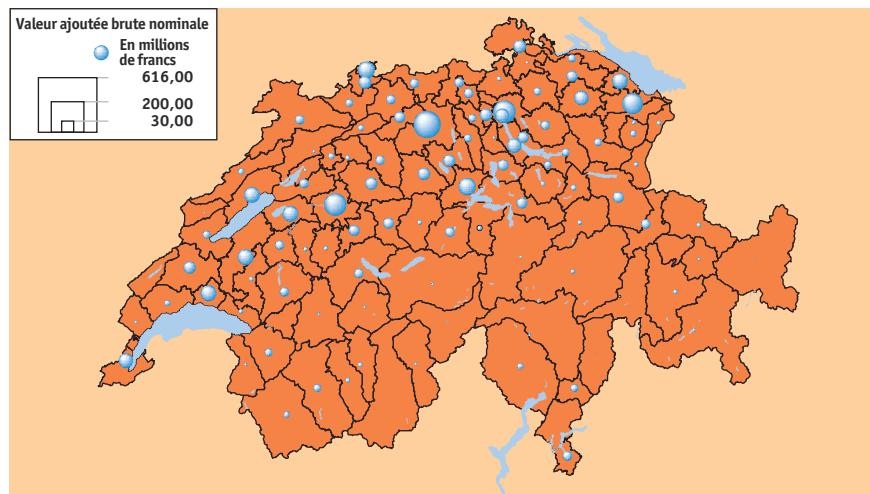
En plus de la stagnation de la demande, c'est surtout la pression sur les prix exercée par les acheteurs qui a poussé les producteurs de biens de consommation à réduire leurs marges. L'arrivée des «discounters» étrangers sur le marché suisse a encore accentué la situation dans laquelle se trouvent les fabricants de produits alimentaires indigènes. Parallèlement, la puissance d'achat des détaillants a augmenté par le jeu des fusions et des rachats de petites chaînes de magasins par les gros acteurs du marché. Bien que le marché suisse des produits alimentaires et des boissons – surtout celui des produits agricoles – soit toujours autant protégé de la production étrangère, les détaillants essaient d'importer davantage de marchandises à prix avantageux. Une meilleure organisation des établissements et une gestion rigoureuse des coûts constitue une manière de répondre aux exigences du marché.

La recherche de prix de vente toujours plus bas et l'existence d'une concurrence toujours plus dure ont entraîné de nombreuses fermetures d'usines, en particulier dans le secteur du textile et de l'habillement. Le recensement des entreprises de l'Office fédéral de la statistique

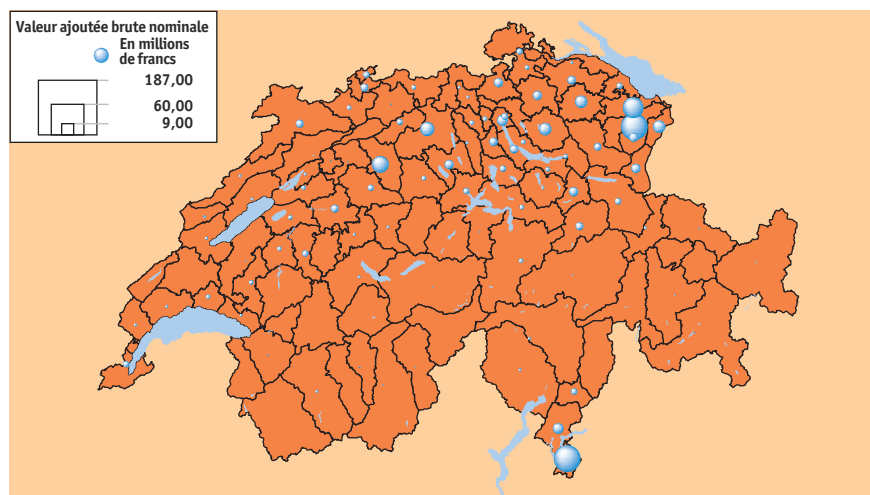
Graphique 3

Répartition de la valeur ajoutée nominale de l'industrie des biens de consommation dans les régions MS en Suisse, 2005

Industrie alimentaire et des boissons



Industrie du textile et de l'habillement



MS = mobilité spatiale

Source: BAK Basel Economics / La Vie économique

Délocalisation de la production dans les pays à bas salaires ...

Dans la branche du textile et de l'habillement, la délocalisation de la production vers les pays asiatiques et, ensuite, vers les pays de l'Europe de l'Est, progressait déjà rapidement au début des années nonante. Vu la structure de ses coûts, la Suisse n'est plus une option, surtout pour la fabrication en masse de produits à bas prix. Les manufactures qui sont restées en Suisse en ce début de XXI^e siècle cherchent leur bonheur sur les marchés internationaux en adoptant la stratégie de la qualité. Grâce à une innovation constante et à un design d'avant-garde dans le secteur du textile et de l'habillement, les produits suisses spécifiques trouvent des acquéreurs dans le monde entier. Les exportations de cette branche (4,48 milliards de francs en 2006) ont, certes, régressé de 10% en valeur ces 15 dernières années, mais elles sont aujourd'hui le fait d'un nombre nettement diminué d'entreprises, ce qui révèle leur forte orientation vers l'extérieur.

... et exportation de produits Swiss Quality

Les marchés étrangers prennent de plus en plus d'importance pour l'industrie alimentaire et des boissons. L'ouverture en constante progression des marchés bilatéraux entre la Suisse et l'Union européenne offre de nouvelles possibilités. Entre 2002 et 2006, les exportations ont augmenté de 7,8% en moyenne par an (5,9% pour l'ensemble des exportations). Comme pour l'industrie du textile et de l'habillement, des produits relativement chers mais de qualité élevée sont vendus sur les marchés étrangers. Les producteurs suisses de denrées alimentaires utilisent avec grand succès le label «Swiss Quality» à des fins de marketing. Ils peuvent, dès lors, pratiquer des prix de vente supérieurs, acceptés par les consommateurs. Pour les producteurs suisses de denrées alimentaires, la stratégie des produits Premium s'est muée en une niche lucrative sur les marchés mondiaux dans de nombreux segments alimentaires (fromage, yogourts, chocolat, etc.). Une nouvelle tendance se dessine depuis quelques années dans les entreprises helvétiques de moyenne importance. La production va à la rencontre du client, puisque ses structures ainsi que la commercialisation sont déplacées à l'étranger et que des coopérations se créent avec des producteurs du lieu. Contrairement à la branche du textile et de l'habillement, on continue de produire aussi à l'extérieur. Dans le domaine de l'alimentaire et des boissons, une délocalisation complète de la production dans d'autres pays n'est pas en-

(OFS) montre que 800 sociétés environ de la branche du textile et de l'habillement ont fermé leurs portes entre 1995 et 2005, ce qui représente une diminution de 36% par rapport à 1995. Dans la branche, un poste sur deux a disparu en l'espace de dix ans en raison de ces cessations d'activité.

Le nombre des entreprises alimentaires et de boissons a aussi nettement reculé de 22,4% entre 1995 et 2005. Contrairement au secteur du textile et de l'habillement, on a constaté, dans l'industrie alimentaire et des boissons, davantage de fusions ou de rachats d'entreprises, qui n'ont pas provoqué de suppressions massives d'emplois. On observe, certes, une diminution de l'emploi de 4,7% entre 1995 et 2005, mais elle reste relativement modeste comparée au secteur du textile et de l'habillement.

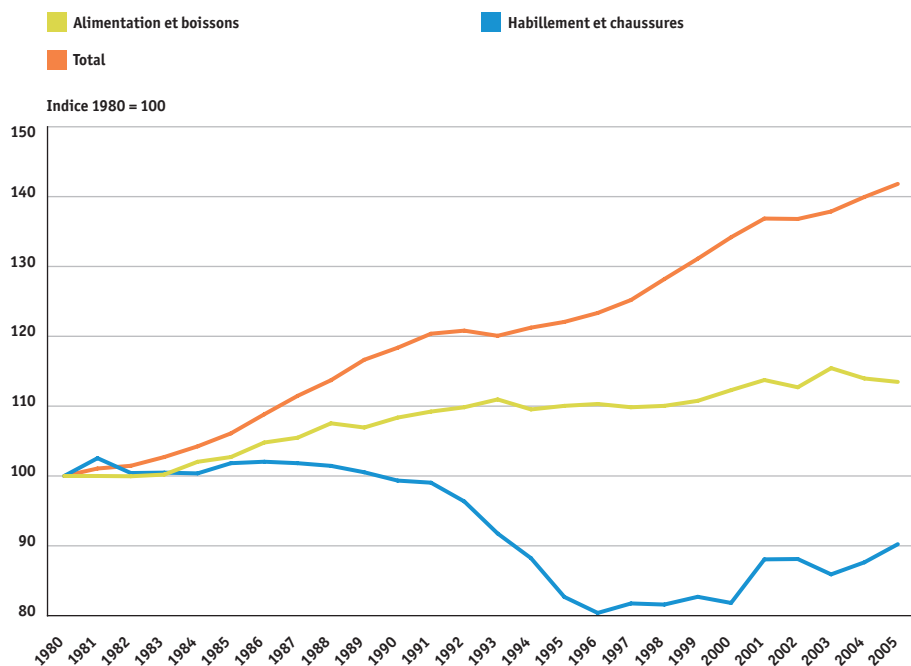
Encadré 1

Les branches de l'industrie des biens de consommation

Selon la Nomenclature générale des activités économiques (Noga) de l'Office fédéral de la statistique de 2002, les branches suivantes font partie de l'agrégat «Industries alimentaires»: «Industries alimentaires et industries des boissons» (Noga 15) et «Industrie du tabac» (Noga 16). L'agrégat «Industrie textile et habillement» est composé de l'«Industrie textile» (Noga 17) et de l'«Industrie de l'habillement» (Noga 18).

Graphique 4a

Évolution des dépenses de consommation privée des ménages suisses se rapportant à l'industrie des biens de consommation et total, 1980–2005



teurs étant l'Allemagne (19%), la France (11%) et le Royaume-Uni (10%). Environ 6% de l'ensemble des exportations prenaient le chemin des États-Unis¹. En 2006, les importations provenaient principalement de France (18%), d'Italie (17%) et d'Allemagne (16%)². Les denrées alimentaires prêtes à la consommation ont occupé la première place et représentaient 67% des ventes à l'étranger. Les matières premières destinées à l'industrie alimentaire représentaient seulement 3% des exportations contre 16% des importations. Les denrées alimentaires prêtes à la consommation (61%) et les boissons (20%) pesaient tout aussi lourdement dans les importations.

En valeur, 63% environ des exportations de l'industrie du textile et de l'habillement partaient vers l'UE25, l'Allemagne constituant leur premier débouché (22%). Les produits textiles et d'habillement sont aussi demandés aux États-Unis (11%) et en Italie (10%). Les importations proviennent principalement d'Allemagne (31%), d'Italie (24%) et de Chine (8%)³.

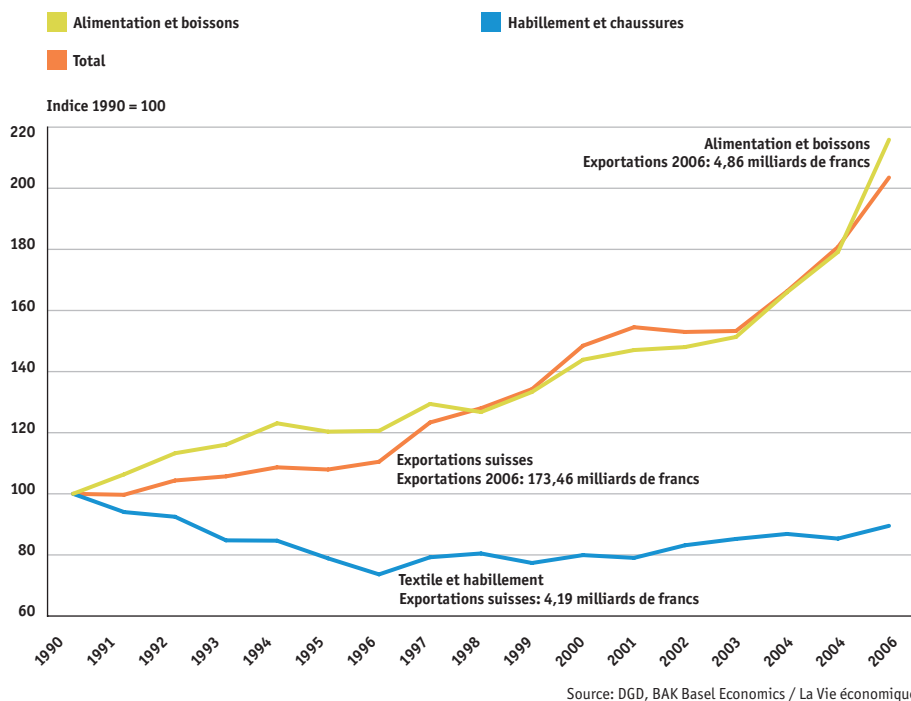
Une productivité élevée

Pour pouvoir se maintenir sur des marchés mondialisés, l'industrie suisse des biens de consommation doit pouvoir proposer ses produits aux prix en vigueur. Actuellement, les désavantages de coûts incontournables liés à la production – surtout ceux qui concernent la consommation intermédiaire tels que l'achat de matières premières, l'énergie, les loyers, les télécommunications, etc. – doivent être compensés par une meilleure productivité. Une comparaison faite à l'échelle internationale entre les principaux concurrents européens et les États-Unis montre que notre industrie alimentaire et des boissons présente une productivité nominale horaire au-dessus de la moyenne. Un travailleur suisse génère une valeur ajoutée de 84 francs par heure en 2005, soit presque le double de la moyenne d'Europe occidentale. L'orientation systématique des entreprises exportatrices vers des produits de très haute qualité à des prix comparatifs élevés peut expliquer cette forte productivité.

Entre 1980 et 2005, la croissance annuelle moyenne de l'industrie alimentaire et des boissons s'est située légèrement au-dessous de la moyenne de l'Europe occidentale. La branche a fortement contribué à la croissance nationale dans des pays comme l'Espagne, la Finlande et l'Autriche. Il n'y a qu'en Allemagne et en Espagne où cette industrie contribue davantage qu'en Suisse au produit intérieur brut. La croissance réelle à long terme (1980-2005) de l'industrie alimentaire et des boissons suisse se situe très faiblement au-

Graphique 4b

Exportation de l'industrie suisse des biens de consommation, 1990–2006

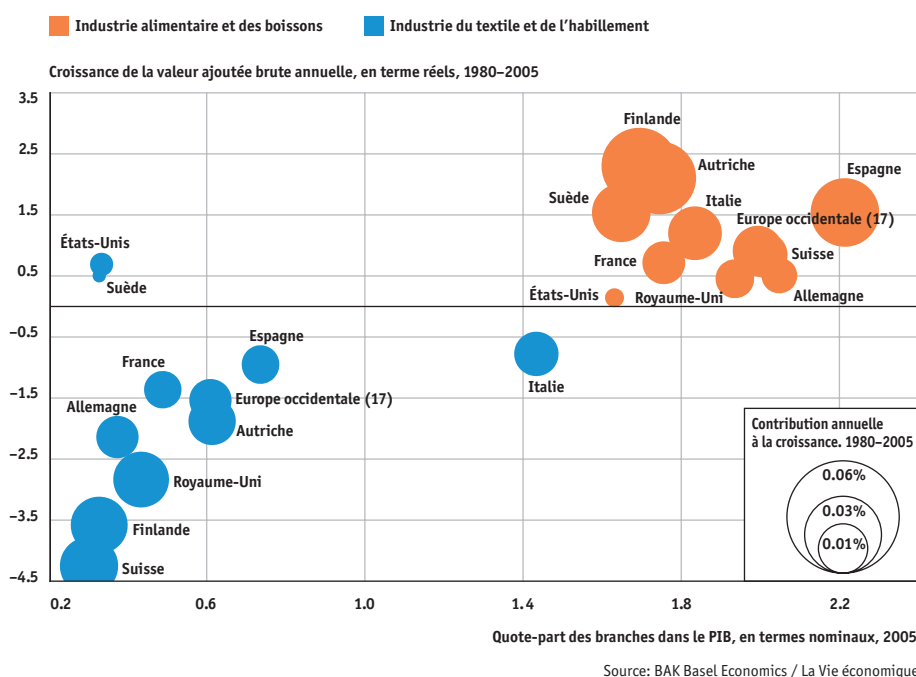


visageable, notamment en raison de la stratégie de «Swiss Quality» citée plus haut.

L'Union européenne (UE) reste le principal débouché de l'industrie suisse de l'alimentation et des boissons. En valeur, 70% des exportations (en francs) étaient destinées à l'UE25 en 2006, les principaux pays importa-

Graphique 5

Contribution de l'industrie des biens de consommation à la croissance annuelle de l'économie nationale, 1980-2005



tion dans les pays asiatiques et, depuis l'élargissement de l'UE, de plus en plus vers les pays de l'Est, est également une réalité dans les autres «pays à hauts salaires» d'Europe occidentale. Cette branche occupe une place au-dessus de la moyenne dans ce «pays de la mode» qu'est l'Italie, mais la valeur ajoutée réelle y a aussi baissé de 0,7% par an en moyenne.

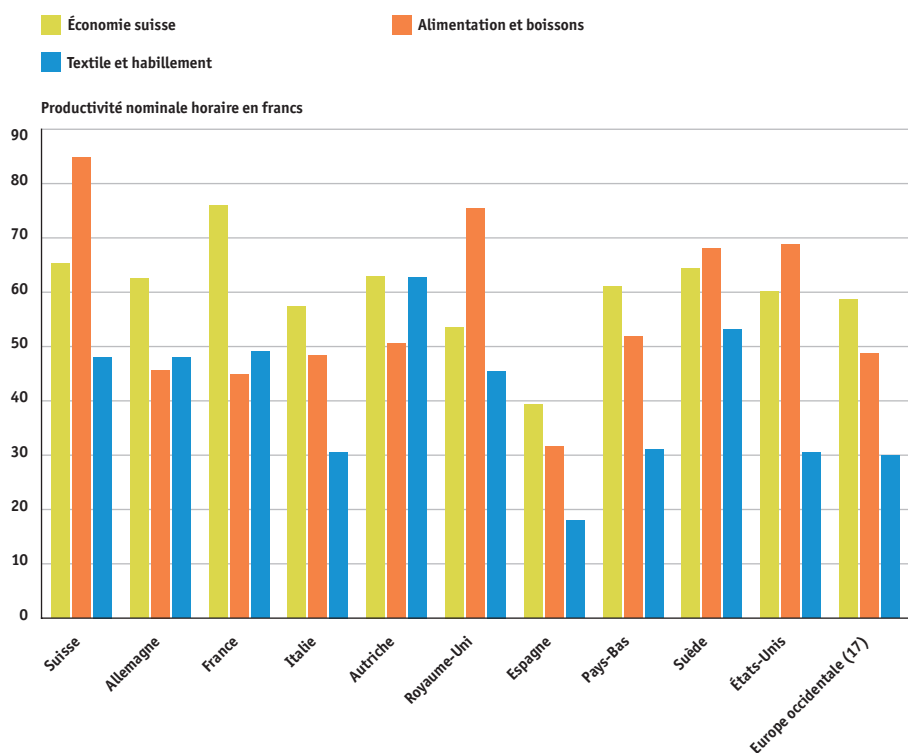
La haute technologie dans une industrie traditionnelle: une perspective d'avenir?

On ne peut générer de forte croissance ni dans l'industrie alimentaire et des boissons ni dans celle du textile et de l'habillement avec seulement quelques produits traditionnels. L'avenir de la première se joue de plus en plus dans les produits alliant style de vie, santé et confort qui, outre leur simple fonction alimentaire, apportent aux consommateurs un bénéfice supplémentaire (au niveau de la santé). Ainsi, des fabricants de produits alimentaires commercialisent déjà des produits innovateurs qui ont une action favorable, par exemple, sur les cas de légère hypertension ou de cholestérol élevé. La tendance se confirme avec le renforcement de la collaboration entre producteurs de denrées alimentaires et industrie pharmaceutique (le mot-clé étant «medical nutrition»). Pour satisfaire aux exigences du marché et aux besoins des consommateurs, l'industrie alimentaire et des boissons devra perdre à long terme son image d'industrie traditionnelle pour devenir une branche qui accordera à la recherche et au développement une place centrale dans la culture d'entreprise.

Il en va de même pour l'industrie du textile et de l'habillement. Elle pourra seulement subsister sur le marché mondial en alliant textiles innovateurs et technologie de pointe. Les nouvelles technologies (par exemple la nanotechnologie) sont appelées à jouer un rôle décisif lorsqu'elles seront compatibles avec le marché. Signe prometteur: la Fédération textile suisse (FTS) cherche à renforcer la collaboration entre les hautes écoles techniques et les producteurs, afin de transposer les connaissances et le résultat des recherches dans la pratique.

Graphique 6

Productivité nominale horaire dans l'industrie des biens de consommation et l'économie nationale, 2005



- 1 Les producteurs suisses de denrées alimentaires et de boissons étaient faiblement représentés sur les marchés émergents de Chine (0,3%), d'Inde (0,1%) ou du Brésil (0,3%).
- 2 Les pays d'outre-mer comme les États-Unis (3%) et le Brésil (3%) n'ont joué qu'un rôle mineur parmi les pays de provenance.
- 3 Si l'on considère la structure commerciale, les produits textiles et d'habillement s'équilibraient, avec 50% des exportations chacun. Les vêtements constituaient 71% des importations.

dessous de la croissance moyenne des principaux pays d'Europe occidentale.

Entre 1980 et 2005, la croissance réelle de la valeur ajoutée dans le textile et l'habillement n'a été positive qu'aux États-Unis et en Suède. À l'image de la Suisse, cette branche a nettement perdu de son importance dans les autres pays étudiés. La délocalisation de la produc-