

SEMESTRE 4 – ÉCONOMIE

Fiche 1 : Délocalisation

La délocalisation désigne le transfert d'une partie de l'activité d'une entreprise vers un autre pays pour en tirer des avantages. Généralement, ce sont les entreprises de pays riches et développés qui décident d'implanter leur production dans des pays en voie de développement.

Le plus souvent, les entreprises essayent de délocaliser leur production dans un but précis : **minimiser les coûts de production**. En effet, la délocalisation de sa production permet à une entreprise de bénéficier d'une main d'œuvre moins chère et donc de réduire ses coûts, ce qui lui permet :

- D'augmenter son **profit**,
- De **déléguer** de nouvelles parties de sa production,
- D'investir dans la **recherche et le développement** de nouveaux produits...

Toutefois, minimiser ses coûts de production n'est pas le seul avantage de la délocalisation, il en existe en effet bien d'autres, parmi lesquels figurent : l'optimisation de l'activité, des prélèvements plus avantageux, une meilleure pérennité de l'entreprise...

1) Optimiser l'activité de l'entreprise

A) S'installer au plus près de la demande

En étudiant sa **clientèle** et le **marché** de son activité principale, l'entreprise pourra s'installer dans les zones géographiques où elle réalise le plus de ventes, ce qui lui permettra de se rapprocher de son marché et d'être ainsi plus efficace (*diminution coûts de distribution*).

B) S'installer au plus près de l'approvisionnement en matières premières

L'entreprise peut adopter une stratégie similaire pour sa **production**, en étudiant la provenance des matières premières nécessaires. Elle réalisera des économies en se rapprochant de ses sources d'approvisionnement (*simplification de la logistique, gain de temps...*).

Exemple : H&M

La Chine est le cinquième pays où l'enseigne réalise le plus de ventes. Or, la grande majorité des vêtements sont produits en Asie et plus particulièrement en Chine. Délocaliser sa production en Asie, où il y a toutes les matières premières nécessaires à la production de vêtements (coton à bas prix) est donc une stratégie extrêmement efficace. En effet, H&M (comme beaucoup d'autres entreprises) a trouvé la région qui lui permet de produire ses biens, mais aussi d'en vendre une bonne partie dans le même pays. S'installer au plus près de la demande et de l'offre lui permet donc d'optimiser son activité, tout en réduisant les canaux de distribution.

Cet avantage doit être nuancé : ce bénéfice est purement **économique** pour l'entreprise. L'impact **écologique** de cette production abondante et les **conditions de travail** doivent être prises en compte.

2) Bénéficiaire de prélèvements plus avantageux

Les **charges** d'une entreprise ne se calculent pas qu'à partir des coûts de production. Optimiser les charges liées aux **taxes** ou **prélèvements** est capital pour une entreprise.

Or, les **taux de prélèvements obligatoires** sur les entreprises sont relativement différents entre les pays. Délocaliser son siège social peut donc permettre l'obtention de prélèvements plus faibles, avec une **fiscalité** plus avantageuse dans le pays en question.

En France, les taux de prélèvements obligatoires sont parmi les plus élevés au monde : 48,4 % du PIB en 2017, contre seulement 23,5 % du PIB en Irlande (*Source : Eurostat, communiqué de presse du 28 novembre 2018*). C'est pourquoi beaucoup d'entreprises décident de délocaliser leur production et leur siège social.

3) Un environnement stable qui favorise la pérennité de l'entreprise

Une grande entreprise est divisée en **actions**, dont le cours est essentiel pour les dirigeants et différentes parties prenantes.

Or, ce cours varie entre autres en fonction de la **demande** qu'il y a à l'égard de cette entreprise, c'est-à-dire que ce cours augmente si les investisseurs ont confiance en l'entreprise (et inversement).

L'objectif des dirigeants d'une entreprise est donc d'avoir un **environnement stable** pour attirer des investisseurs. Il paraît alors impossible d'affirmer la stabilité de son entreprise dans un pays où les **règlementations fiscales et juridiques** évoluent souvent (ces changements de réglementations exercent une influence sur les résultats de l'entreprise).

La délocalisation du siège social de l'entreprise dans un pays juridiquement plus stable peut être considéré comme un avantage et favorise la pérennité de l'entreprise.

4) Le "Near-Shore" : nouveau type de délocalisation avantageux

La plupart des délocalisations **traditionnelles** de ces dernières décennies consistaient à transférer sa production ou son siège social vers un pays étranger en voie de développement (en Asie le plus souvent), pour bénéficier d'avantages tel qu'une main d'œuvre moins chère. Ce type de délocalisation est appelé « **Off-Shore** ».

Les tendances ont changé et une nouvelle forme de délocalisation est utilisée depuis quelques années : la délocalisation « **Near-Shore** ». La différence va être la **localisation** : on privilégie la délocalisation dans des pays étrangers géographiquement proches du pays où se trouvent les clients (et le siège social).

Elle comporte des avantages par rapport au « Off-Shore » : moins de différences de **culture** entre le lieu de production et de consommation, barrières de **langages** réduites voire effacées, même **fuseaux horaires**... Autant d'avantages qui incitent les entreprises à revenir vers une délocalisation moins poussée, quitte à payer une main d'œuvre un peu plus chère (cette différence de coût de la main d'œuvre est compensée par le coût des transports, qui est moindre en cas de délocalisation « Near-Shore »).

En dix ans, le nombre de sociétés américaines ayant mis en place ce type de délocalisation a doublé.

Conclusion :

*Même si la délocalisation de la production reste critiquée pour son impact écologique ou sociétal, cela demeure une méthode efficace d'un point de vue **économique** dans les marchés adaptés. Les avantages de cette nouvelle organisation de la production ont provoqué un réel **engouement** ces dernières années chez les entreprises des **pays développés**.*

La tendance est à la délocalisation, et les chiffres en témoignent : « 1195 entreprises françaises ont délocalisé entre 2009 et 2011 », « Entre 2014 et 2016, 1,9% des PME marchandes [...] ont délocalisé des activités » (Source : INSEE).