

Biens de consommation

Décélération

Vue d'ensemble

Selon la dernière enquête annuelle de l'INSEE disponible, les biens de consommation ont généré en France au titre de l'année 2005 un CA HT de 124 Md€ (+1,5 %) réalisé par 4 300 entreprises (-6 %) salariant 501 000 personnes. Ils se décomposent en quatre grands sous-secteurs, l'habillement, l'imprimerie, la pharmacie parfumerie et l'équipement du foyer. La pharmacie et les cosmétiques représentent à elles seules la moitié du chiffre d'affaires des biens de consommation pour seulement 30 % de son effectif salarié. Fers de lance de l'industrie française au travers de ses deux multinationales emblématiques, Sanofi Aventis et l'Oréal, elles bénéficient de la croissance des échanges internationaux et tirent vers le haut un secteur globalement ébranlé par la concurrence étrangère des pays à bas coût de main-d'œuvre. Le ralentissement de la croissance mondiale, désormais bien réel, modifie la donne. Il confère aux fabricants français de biens de consommation des perspectives d'activité en retrait sur 2007 après une année 2006 étonnante.

Etat des lieux

Le secteur de l'habillement peine à enrayer son déclin, même s'il affiche une baisse (-8,6 % en 2006), moitié moindre que celle de 2005. Il s'agit en soi d'un léger facteur d'optimisme par rapport aux deux années précédentes qui s'étaient révélées catastrophiques suite à la tombée des quotas européens en 2004. La chaussure en revanche poursuit sa glissade (-5,1% en

valeur), sous l'effet de la déferlante de produits importés à bas prix du continent asiatique. L'imprimerie souffre toujours de ne pouvoir répercuter en aval l'intégralité de ses hausses de coûts matières, faute de quoi son niveau moyen de marge n'a jamais été aussi bas depuis quatre ans. La pharmacie bénéficie de facteurs démographiques favorables (vieillesse de la pyramide des âges, traitements innovants de maladies naguère incurables), mais sa rentabilité moyenne subit le contrecoup des mesures gouvernementales prises pour réduire le déficit financier abyssal du régime public d'assurance-maladie. L'industrie des biens d'équipement du foyer n'est pas au mieux de sa forme. Le meuble s'enfonce dans la crise au terme de l'année 2006. Il était pénalisé par l'arbitrage des consommateurs en faveur des produits numériques ; il devient de plus en plus concurrencé par les meubles bon marché fabriqués dans les Pays de l'Est nouvellement membres de l'Union Européenne. 2006 marque un coup d'arrêt à la croissance des produits bruns, après deux années euphoriques portées par l'équipement de la clientèle en technologie numérique. Pourtant, les fabricants n'étaient déjà pas à la fête, compte tenu des baisses de prix qu'ils avaient octroyées à leurs débouchés dans la distribution spécialisée pour dynamiser leurs ventes. Seuls les produits blancs s'en sont un peu mieux sortis, comparativement aux performances difficiles des deux années précédentes.

Perspectives

La perte de compétitivité prix assombrit les performances futures des fabricants français de biens de consommation. Les délocalisations dans les zones *low cost* ne se limitent plus à l'habillement ou à l'équipement du foyer. Elles gagnent aussi les acteurs de l'imprimerie et de la santé, soucieux de préserver leurs marges pour financer des politiques d'innovations de plus en plus coûteuses. Il faut y ajouter pour les fabricants domestiques de biens d'équipement du foyer l'obligation spécifique d'intégrer dans leurs prix de vente le coût de l'application de la norme D3E relative à la récupération et au recyclage des appareils électroménagers et électriques usagés. En somme, l'année 2007 ne se place pas sous les meilleurs auspices pour la filière française des biens de consommation. ■ ML

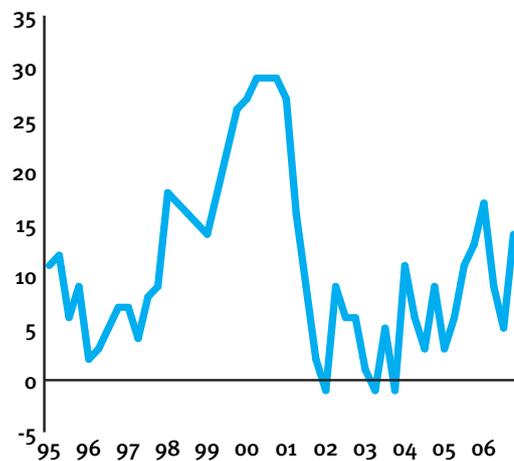
Production de la branche

Evolution en moyenne annuelle	volume			prix			valeur			Défaillances 12 mois glissants fin déc.2006	Variation sur 12 mois glissants
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008		
Biens de consommation (EC)	1,5 %	0,6 %	1,7 %	-0,2 %	-0,4 %	-0,8 %	1,3 %	0,2 %	0,9 %	1 649	-6,8 %
Habillement, cuir	-9,0 %	-4,3 %	-1,6 %	0,4 %	0,6 %	0,8 %	-8,6 %	-3,7 %	-0,9 %	411	-25,1 %
Edition, imprimerie, reproduction	-0,9 %	0,0 %	0,4 %	-0,1 %	0,9 %	0,8 %	-1,0 %	0,9 %	1,2 %	724	-5,5 %
Pharmacie, parfumerie, entretien	6,8 %	5,1 %	5,6 %	-2,4 %	-1,7 %	-2,2 %	4,2 %	3,3 %	3,2 %	36	38,5 %
Equipements du foyer	-2,7 %	-1,6 %	-0,3 %	1,9 %	0,1 %	0,0 %	-0,8 %	-1,5 %	-0,3 %	478	11,7 %

Sources: INSEE, Datastream, prévisions Euler Hermes SFAC

Tendance probable de la production

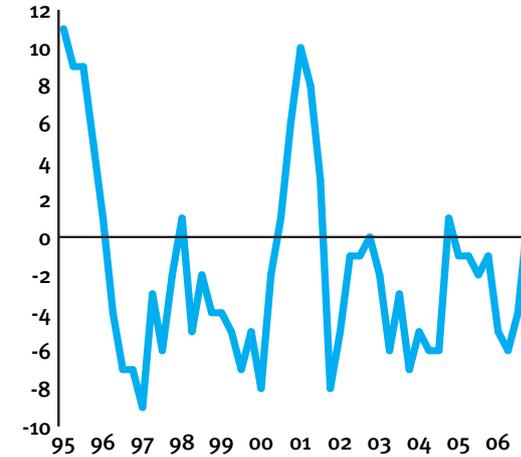
solde d'opinions en %, données trimestrielles CVS



Sources: INSEE Enquête mensuelle, Datastream

Tendance probable des prix

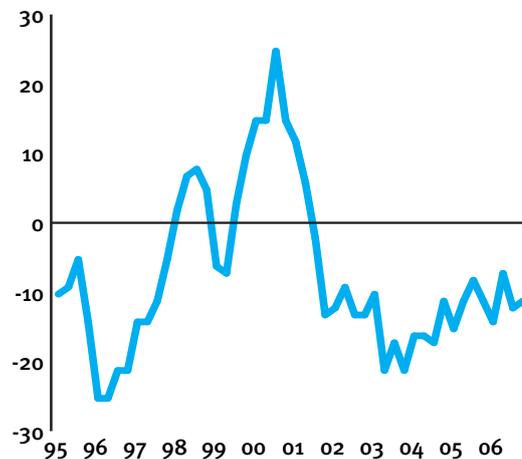
solde d'opinions en %, données trimestrielles CVS



Sources: INSEE Enquête mensuelle, Datastream

Carnets globaux

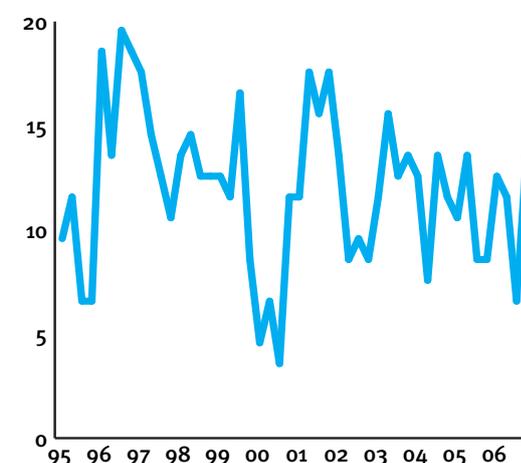
solde d'opinions en %, données trimestrielles CVS



Sources: INSEE Enquête mensuelle, Datastream

Stocks de produits finis

solde d'opinions en %, données trimestrielles CVS



Sources: INSEE Enquête mensuelle, Datastream