

## 6.6. De plus en plus d'entreprises high-tech rapprochent leurs centres de production des utilisateurs locaux

*Les entreprises européennes de high-tech s'attendent à une forte hausse d'activités dans leur secteur et s'y préparent notamment en optimisant leur chaîne logistique. C'est ce que révèle la cinquième édition de l'étude d'UPS «Change in the (Supply) Chain».*

Réalisée pour le compte d'UPS par IDC Manufacturing Insights, cette étude démontre que si les entreprises high-tech continuent de privilégier la délocalisation pour réduire leurs coûts de main-d'œuvre, un grand nombre d'entreprises européennes ont également commencé à adopter la stratégie du «right-shoring». 38 % des participants à l'étude en Europe ont déclaré rapprocher leurs nouveaux sites de production de la demande. Cette stratégie permet d'optimiser la chaîne logistique, tout en réduisant les coûts et en tirant parti des ressources locales pour améliorer le service client et la rentabilité globale. 516 professionnels confirmés de la logistique d'entreprises high-tech implantées en Europe, en Amérique du Nord, en Asie Pacifique ou en Amérique Latine ont participé à cette étude. Les résultats révèlent une évolution permanente de leurs chaînes logistiques, qui impactent le choix des lieux d'implantation des entreprises et la sélection de leurs fournisseurs.

### **Le vent en poupe...**

Scott Aubuchon, vice-président du marketing chez UPS Europe: «La délocalisation de proximité, qui consiste à déplacer la fabrication ou l'assemblage à proximité de la demande, a le vent en poupe, car les entreprises améliorent leurs niveaux de service, réduisent leurs stocks en transit et cherchent à mieux contrôler la qualité des produits ainsi que la propriété intellectuelle. Force est de constater une tendance à déplacer la fabrication et l'assemblage au plus près de la demande». L'enquête indique que 35% des décideurs en matière de logistique dans le secteur du high-tech envisagent le recours à la délocalisation de proximité, soit une hausse de 9% par rapport à l'édition 2013. En outre, 54 % des entreprises sondées en Europe ont rapproché leurs centres de production de leurs consommateurs il y a au moins deux ans, et 34 % ont rapproché l'assemblage de produits de leurs clients au cours de l'année.

Plus de la moitié (56 %) des entreprises européennes envisagent le «right-shoring» dans leur stratégie. Le right-shoring prend en compte un certain nombre de facteurs qui déterminent la proximité des services sous-traités en fonction de la production, de l'entreposage et de la distribution. Ces facteurs peuvent inclure le coût, la qualité et le temps nécessaire pour se remettre d'une panne opérationnelle.

UPS constate que si la délocalisation de proximité et le right-shoring gagnent du terrain, la délocalisation, qui consiste à localiser la fabrication ou l'assemblage dans des pays où la main-d'œuvre est moins chère, reste la stratégie la plus courante: 59% des entreprises répondantes en Europe ont déclaré délocaliser leur production.

### **Les exportations**

L'enquête démontre que les perspectives de croissance des exportations dans le secteur du high-tech sont prometteuses, y compris en Europe. Selon 39% des entreprises européennes, la croissance mondiale des exportations dans le secteur du high-tech devrait augmenter au rythme actuel au cours des deux prochaines années. 19% d'entre elles estiment que cette croissance sera plus rapide.

Les entreprises high-tech sont déjà présentes sur de nombreux marchés émergents. Parmi les entreprises sondées, 66% des entreprises européennes vendent déjà des produits en Chine, 41% en Inde et 31% au Brésil. Les trois principaux marchés que les entreprises high-tech européennes envisagent de pénétrer cette année sont le Brésil, l'Inde et les pays d'Asie-Pacifique (hors Inde et Chine). Bien que le taux de pénétration de nouveaux marchés soit élevé, certaines barrières persistent et freinent l'expansion des entreprises. Globalement, c'est le respect de la réglementation qui constitue le principal obstacle; toutefois, en Europe, cette difficulté n'arrive qu'en cinquième place parmi les problèmes cités, derrière la mise en place de nouvelles opérations, les problématiques culturelles, l'adaptation à l'évolution des réglementations et l'identification des marchés à pénétrer.

Le principal obstacle cité par les répondants européens (44%) a trait à la traçabilité des produits et à la visibilité globale et transfrontalière, alors que cette contrainte n'est citée que par 33% des répondants au niveau mondial.

### **L'impression 3D: utile pour la conception**

L'étude indique également que les entreprises high-tech pénètrent de plus en plus de marchés émergents et qu'elles utilisent l'impression 3D pour la conception et la réalisation de prototype de nouveaux produits. 66% des répondants déclarent avoir à leur actif une expérience pratique de l'impression 3D, et 28% déclarent commencer à comprendre cette technologie.

Pour le moment, les entreprises high-tech ont principalement recours à l'impression 3D pour favoriser l'innovation dans la conception de nouveaux produits. L'accélération des processus de développement de produits et de fabrication est le principal avantage de cette technologie. En Europe, 70% des entreprises sondées utilisent l'impression 3D pour concevoir de nouveaux produits et 63% pour générer des pièces détachées, alors que seulement 24% des entreprises sondées à l'échelle mondiale déclarent utiliser l'impression 3D pour générer des pièces détachées. « (BB) (photos: Creaform, UPS)

SEPTEMBRE 2015 - ENGINEERINGNET MAGAZINE