

La guerre économique a commencé

AMID FALJAOUI

Alors qu'en Europe, on panse encore ses blessures après le refus du référendum sur la constitution européenne, les Chinois, les Indiens et les Japonais ne perdent pas de temps. Que ce soit dans la course au pétrole, dans la bataille du secteur textile ou le rachat de nos fleurons industriels, ils s'activent. Nous tentons dans les lignes qui suivent de lever le voile sur des mouvements en apparence disparates, mais qui tous vont nous reléguer en deuxième division.

Pas de guerre pour le pétrole, ce slogan tout le monde s'en souvient. A l'époque, c'était le slogan des opposants à la guerre en Irak. A l'heure actuelle, on ne sait pas si c'était le motif réel de l'administration Bush. Et même si c'était le cas, on ne peut pas dire qu'ils aient réussi, puisque le baril de pétrole n'a jamais été aussi

cher. En revanche, ce qui est certain, c'est que la Chine et l'Inde jouent des coudes pour sécuriser leur approvisionnement en pétrole. Pour la Chine, c'est même une question de survie : outre le fait d'être l'atelier du monde, la Chine est également le deuxième consommateur de pétrole au monde. De son côté, l'Inde est encore plus dépendante de l'or noir, car si la Chine importe 35 % de son pétrole, l'Inde en importe 70 %. Et à en croire les prévisions, l'Inde devra importer en 2015 l'équivalent de 60 % de la production actuelle de l'Arabie saoudite. La pêche aux barils entre l'Inde et la Chine se focalise surtout sur les zones de production nouvelles : golfe de Guinée, Sibérie, Asie centrale. Bref tout pays où une place est encore à prendre. Bien entendu, face à une telle soif de pétrole, la morale est mise de côté. L'exemple du Soudan est éclairant à ce sujet. Sans trop se pré-

occuper du massacre des populations chrétiennes du sud du pays, la Chine a profité de la mise à l'index du Soudan pour y prendre pied : elle en tire même aujourd'hui 8 % de son pétrole. Et, comble du cynisme : la Chine y gagne à deux fois, car avec l'argent du pétrole, le gouvernement de Khartoum achète des armes à la Chine. La boucle est bouclée. Mais il n'y a pas que les grands pays consommateurs qui jouent la carte du cynisme pétrolier, les pays exportateurs ne sont pas en reste non plus. Un exemple ? L'Iran joue la carte nucléaire pour sanctuariser ses sites pétroliers, des sites concentrés à proximité de l'Irak. D'autres pays se servent de l'arme du pétrole comme arme de chantage, c'est le cas du président vénézuélien Hugo CHAVEZ. En crise avec Washington, qu'il accuse de vouloir l'assassiner, Hugo CHAVEZ a menacé à plusieurs reprises de couper l'approvi-

sionnement des Etats-Unis. Il est vrai que 15 % des importations pétrolières des Etats-Unis proviennent du Venezuela.

L'INDE BÉNÉFICIAIRE

Si CHAVEZ n'est pas passé à l'acte, ce n'est pas parce qu'il a pitié de BUSH. Que du contraire ! C'est parce que lui aussi dépend des Etats-Unis. En effet, si le pétrole vénézuélien représente 15 % des importations pétrolières américaines, en revanche, le Venezuela exporte 60 % de son pétrole vers les Etats-Unis. Bref, si Hugo CHAVEZ coupe les vivres aux américains, il se tire une balle dans les pieds. C'est la raison pour laquelle Hugo CHAVEZ essaie de diminuer sa dépendance à l'égard des Etats-Unis. Au profit de qui ? Mais de l'Inde évidemment !

PROFIL BAS MOMENTANÉ

A côté de la course aux barils de pétrole, les géants asiatiques que sont la Chine ou le Japon n'ont pas perdu espoir de retrouver, l'un et l'autre, leur véritable rang économique. Même si cela doit passer par un profil bas dans un premier temps. Un exemple ? Le PDG de Toyota, Hiroshi OKUDA, a déclaré sans rire que l'industrie automobile japonaise devait laisser à ses concurrents américains le temps de respirer. Le PDG de Toyota a même été plus loin, disant qu'il était inquiet et pas seulement pour General Motors, mais pour l'ensemble de

l'industrie automobile américaine, ajoutant même que l'automobile est le symbole des Etats-Unis et qu'il fallait donc éviter le pire. Et pour éviter le pire, il a indiqué qu'il pourrait envisager d'augmenter les prix des voitures Toyota vendues aux Etats-Unis ! Cette déclaration est a priori surréaliste : dire qu'on va se tirer une balle dans les pieds pour ne pas faire mal au voisin est quelque chose de totalement inédit dans le business. Mais si on y regarde de plus près, la déclaration du PDG de Toyota est bien calculée : il se souvient très bien des années 80. Pour les Japonais, les années 80 rappellent de biens mauvais souvenirs. A l'époque, le Japon faisait très peur et les produits japonais faisaient l'objet d'un boycott américain. Il y a même une photo symbolique qui représente bien l'état d'esprit de cette époque, on y voyait 9 députés américains détruire une radio Toshiba durant une conférence de presse. Alors, il est plus que probable que ce mauvais souvenir est revenu à l'esprit des PDG japonais. A l'occasion notamment des manifestations anti-japonaises en Chine. C'est ce qui explique que le patron de Toyota a choisi de faire profil bas. En tout cas, dans un premier temps. Le plus ironique dans cette histoire, c'est que le Japon n'est pas le seul pays à jouer la carte de l'apaisement ; son voisin chinois joue exactement la même carte. Alors que les Européens crient au loup et déclarent qu'ils ne sont pas heureux de l'envahissement textile chinois, ces mêmes chinois ont déclaré qu'ils pour-

raient envisager de taxer un peu plus leurs propres exportations de textiles pour là aussi laisser souffler les Européens et les Américains. Depuis lors, on sait qu'il y a eu plusieurs déclarations en sens inverse, mais tout de même, cela montre l'état d'esprit de part et d'autre.

GARE À LA PERTE DE POUVOIR D'ACHAT

Pour les adeptes du libre-échange, l'attitude des japonais et des chinois – si elle devait se concrétiser par des faits – est dangereuse, car elle pénaliserait en premier lieu les consommateurs. Les Américains risqueraient de payer leurs voitures japonaises plus cher, uniquement parce que GM et Ford n'arrivent pas à construire des modèles qui plaisent. Quant aux Européens, ils risqueraient de ne pas voir le prix de leurs vêtements baisser, uniquement parce que des industriels du textile jouent aux vierges effarouchées, alors que la levée des barrières commerciales sur le textile était prévue depuis 10 ans ! Bref, pour sauvegarder des emplois aux Etats-Unis et en Europe, des emplois qui malheureusement sont condamnés à disparaître, on risquerait donc de sacrifier le pouvoir d'achat des ménages européens. C'est ce qu'on appelle de la schizophrénie.

TOILE D'ARAIGNÉE

Mais à côté de cette stratégie de profil bas, il y en a une autre

plus agressive qui se dessine. A la question, « mais d'où viennent tous ces produits électroniques - écrans plats, appareils photos numériques ou lecteurs DVD - tous vendus sous le label des grandes surfaces ou qui parfois ne portent même pas de marque ? ». La réponse n'est pas très compliquée : tous ces appareils viennent de Chine, de Taiwan ou de Corée du sud. Autant de pays asiatiques qui fabriquent ces produits à la chaîne et inondent le marché mondial à des prix cassés. Le groupe BenQ est justement l'un de ces constructeurs taiwanais de produits électroniques, mais dont le nom est absolument inconnu du grand public. Dans le cas présent, il ne restera pas longtemps inconnu, car il vient de racheter la division GSM de l'allemand Siemens. Grâce à ce rachat, BenQ devient le 4e fabricant mondial de téléphones mobiles, juste après Nokia, Motorola et Samsung. Bien entendu, ce rachat a surtout pour but de permettre au groupe taiwanais de vendre des

GSM sous la marque Siemens, une marque qui a évidemment davantage de notoriété. De son côté, si Siemens a vendu sa division de téléphone portable, c'est parce que celle-ci était un véritable gouffre financier – sans doute 1 milliard d'euros de pertes – des pertes qui commençaient à peser sur l'image du groupe. Le PDG de Siemens a donc été content de trouver un repreneur pour sa filiale déficitaire, une reprise qui a l'aval des syndicats, puisque BenQ s'engage à garder les 6.000 salariés de la division, ce que Motorola, un autre candidat au rachat, ne voulait pas faire.

Le groupe taiwanais BenQ a sans doute réalisé une belle affaire, mais son chemin ne sera pas pavé de roses, car, pour rentabiliser son achat, il devra augmenter méchamment les ventes de portables. Or, ce marché est très compétitif. De plus, alors qu'avant ce rachat, BenQ pouvait fabriquer des portables pour n'importe quel client, il ne pourra plus le faire que sous la

marque Siemens. Traduction : le groupe BenQ va être davantage sensible à la demande, c'est-à-dire à la conjoncture mondiale. Mais au-delà de ce rachat, ce qu'il faut retenir, c'est que ce rachat montre la toile d'araignée tissée par les grands groupes asiatiques. Pour s'internationaliser, ces groupes asiatiques procèdent de 3 manières : soit, ils réalisent des acquisitions à l'étranger, soit ils achètent des marques internationales, soit ils négocient des partenariats à l'étranger. Le rachat de la division PC de IBM par le géant chinois Lenovo est un exemple de cette stratégie. De même, lorsque le constructeur automobile Shanghai Auto a cherché à racheter uniquement la marque Rover après la faillite, est un autre exemple de cette stratégie. Bref, en reprenant une marque, les entreprises asiatiques veulent d'abord s'acheter une image. Avant peut-être de nous mettre tous à l'hospice ? ¶