

TÉLÉPHONIE MOBILE | Collaboration accrue avec les opérateurs, marges rognées, gammes rationalisées... Les fabricants de terminaux mobiles multiplient les initiatives pour affronter le ralentissement brutal de leur marché. ■ PAR HASSAN MEDDAH

Nokia, LG, Samsung... Stratégies anticrise

Le marché se retourne

➤ **Après des années de forte croissance**, de l'ordre de 10 % par an, voire plus, le marché va connaître sa première baisse depuis 2001.

➤ **Evolution des ventes mondiales de téléphones portables**, en millions d'unités

2005	836
2006	987
2007	1 136
2008	1 200
2009*	1 135

SOURCE : IDATE
* ESTIMATIONS

La crise de la téléphonie mobile ? Tout le monde n'est pas concerné. Opérateurs et consommateurs s'arrachent l'iPhone de l'américain Apple. Et le jugement, la semaine dernière, de la cour d'appel de Paris mettant fin à l'exclusivité d'Orange pour la commercialisation du téléphone tactile ravit Bouygues Telecom et SFR : ils ont immédiatement répercuté cette nouvelle sur leur site et invité leurs clients intéressés à se manifester. La preuve pour l'ensemble des fabricants de terminaux qu'il est possible de déjouer la baisse de la consommation.

Selon les estimations de Nokia, le marché mondial devrait reculer de 10 % en volume en 2009. Une claque pour un secteur habitué à des croissances annuelles souvent supérieures à 10 % depuis 2001. En France, les fabricants n'échapperaient pas à ce retournement, avec des ventes en régression de 8 % (hors smartphones) selon le cabinet GFK. « Les consommateurs auront tendance à retarder l'achat d'un nouveau terminal. La durée de renouvellement d'un appareil devrait passer de dix-huit mois à environ trente-six », explique Michael Nique, consultant à l'Idate.

Pour limiter la casse, les constructeurs vont devoir jouer sur plusieurs

leviers. En premier lieu, il s'agira de profiter au mieux de la puissance marketing des opérateurs mobiles, leurs premiers partenaires.

Dernier coup d'éclat en la matière, celui réalisé par le chinois TCL, sélectionné par Orange pour produire le Bic Phone (lire ci-contre). La partie n'a pas été simple, car il a fallu satisfaire à toutes les exigences de l'opérateur. TCL a ainsi transformé l'un de ses produits en apportant des modifications à l'écran, au clavier... Mais pas seulement. « On a dû adapter notre logistique et les process industriels de notre usine de Huizhou, en Chine, pour garantir que le téléphone soit prêt à l'emploi, c'est-à-dire avec une batterie toujours chargée et une carte SIM

insérée », explique Baya Megdoud, le responsable chez TCL France du compte Orange. L'effort a payé. Orange, qui a écoulé 100 000 terminaux dans 10 000 points de vente en France (boutiques Orange), prépare une carrière internationale pour son Bic Phone.

LES OPÉRATEURS REFUSENT DE JOUER LES VACHES À LAIT

Autre moyen de tirer parti de la puissance financière des Bouygues Telecom, SFR et autres Orange : décrocher une subvention pour ses appareils afin de les rendre plus abordables pour les consommateurs. C'est ainsi qu'un portable haut de gamme de 500 à 600 euros est vendu le quart de sa valeur, voire moins. Cependant,

TOUS LES MOYENS SONT BONS POUR INCITER À L'ACHAT



SAMSUNG MULTIPLIE LES PROMOTIONS

Samsung va réaliser des opérations marketing d'ampleur tous les mois en 2009 : anniversaire de la marque, lancement d'une nouvelle gamme... Objectif : faire bénéficier directement les consommateurs de promotions et de réductions sur les points de vente. A contrario, le fabricant sud-coréen ralentira ses investissements dans la publicité institutionnelle. Un arbitrage justifié par le pouvoir d'achat en baisse des consommateurs et la notoriété de la marque, numéro 1 en France devant Nokia.

Un trop-plein de nouvelles réglementations?

Toujours suspecté par l'opinion, le secteur de la chimie ferait-il l'objet de trop de mesures réglementaires? C'est ce que pensent de nombreux industriels européens qui doivent investir toujours plus de temps et d'argent pour s'adapter. Ils ne remettent pas en cause l'utilité de ces mesures. Mais celles-ci pourraient, selon eux, limiter un peu plus encore leur compétitivité face à des concurrents qui n'y sont pas soumis... Surtout en période de crise! Autre problème pointé du doigt: la réelle complexité de chacun de ces dossiers. Cette difficulté touche avant tout les PMI-PME, faute de moyens financiers et de R&D suffisants. Contrairement aux groupes,

elles pourraient avoir de grandes difficultés à absorber ces législations. Voici une liste non exhaustive des principales d'entre elles :

- > **Le nouvel étiquetage des produits chimiques dangereux.** Applicable depuis le 20 janvier 2009.
- > **La directive-cadre sur l'eau.** Les plans de gestion doivent être adoptés avant la fin 2009.
- > **La réglementation sur la foudre.** L'Analyse du risque foudre (ARF) doit être menée avant le 1^{er} janvier 2010.
- > **Le règlement Reach.** Les premiers enregistrements doivent être effectués avant le 30 novembre 2010.



"Nous saturons! Cela fait trop d'un seul coup. Dans une économie en crise, il faudrait établir un classement des priorités."

Bernard Chambon

Président de l'UIC (Union des industries chimiques)

exécutif et responsable de l'innovation (lire l'interview page 15). Un niveau nettement supérieur à la moyenne de l'industrie chimique en France (3,7 %). Le groupe vient ainsi d'installer, fin janvier, sa plus grande installation solaire photovoltaïque pour les travaux de l'un de ces centres de recherche à Hawaï. La thématique environnementale au sein de l'innovation est bien entendu aux avant-postes, via la chimie «verte» (un terme encore mal défini) et les énergies renouvelables. «Nous avons tout en France pour être leader dans le marché émergent de la chimie du végétal», lance Christophe Rupp-Dahlem, le président de l'Association éponyme, créée début 2008. Initiative unique en Europe, les chimistes, dont Rhodia et Solvay, et les agro-

Plus d'informations

«L'Usine Nouvelle» et «InfoChimie» organisent une conférence le mardi 17 mars à Paris sur le thème «Saisissez les nouvelles opportunités industrielles de la chimie du végétal». Pour plus d'infos : 01 56 79 45 63 ; apasquier@usine-nouvelle.fr

industries (Sofiprotéol, Soufflet, Roquette...) se regroupent. Leur ambition? Construire une filière française de pointe chargée de mettre au point des procédés de production de composés chimiques à partir du végétal, et non plus des hydrocarbures. Les bases sont là avec des surfaces agricoles et un tissu industriel importants et une industrie, numéro 2 européenne. Mais ces activités de pointe ne sont pas les seules concernées par la recherche. «Il est impératif de regarder autrement les secteurs traditionnels si nous voulons à l'avenir toucher les marchés finaux», analyse Jean-Francis Spindler, membre du conseil d'administration du pôle de compétitivité Axelera, et également directeur R&D Europe chez Rhodia. Et de citer entre autres les recherches actuelles au sein du pôle sur l'emploi de polymères en remplacement des carrosseries et des pièces porteuses en métal afin d'alléger les véhicules. L'objectif? Faire baisser la consommation de carburant. Lanxess planche de son côté sur des pneus qui réduisent les frottements et favorisent donc les économies d'énergie. «Ces solutions donneront un avantage concurrentiel au moment où l'industrie repartira», continue Jean-Francis Spindler. Comme chez DuPont, l'innovation aide à préparer la sortie de crise. Depuis 2005, le montant engagé à travers les programmes de R&D du pôle

Axelera s'est élevé à 274,5 millions d'euros. Et au moment où les problèmes de liquidité se font sentir, la mutualisation des moyens offerte par le pôle s'avère précieuse. Seul bémol: le délai entre le lancement des recherches et les premières retombées commerciales est très long, il dépasse souvent cinq ans.

Autre terrain à explorer: le Moyen-Orient, qui montre toujours un dynamisme impressionnant. Des estimations, publiées début 2009 par CHE-Manager Europe, font état d'une croissance annuelle du secteur de la chimie de 21,1 % entre 2007 et 2012! Les capacités de production explosent. KPMG envisage l'ouverture de cinquante-trois usines d'ici à 2012... «C'est une tendance lourde observée depuis plusieurs années, mais la crise pourrait accélérer le développement de ces groupes industriels, explique Bernard Chambon. Nous pourrions assister à une nouvelle répartition des forces.»

BIEN SÉLECTIONNER SES PARTENAIRES

Les saoudiens Sabic et Aramco sont bien sûr en première ligne dans cette course au développement. Les gouvernements ambitionnent de faire entrer le secteur de la pétrochimie dans une nouvelle ère, en remontant la chaîne de valeur. «Ces groupes veulent fournir des produits de plus en plus sophistiqués», analyse Bernard Chambon, et leurs prix sont imbattables. Ils sont avantagés par les très faibles coûts du gaz et du pétrole. L'éthane y est près de 90 % moins cher qu'en Europe et aux Etats-Unis.

La tentative de Dow Chemical de monter une coentreprise au Koweït témoigne de l'enjeu pour les sociétés américaines et européennes d'investir dans cette région. «Mais la sélection de partenaires appropriés, la mise en place de solides relations et la gestion efficiente des joint-ventures qui en résultent sera la clé pour récolter les fruits de nos efforts déployés au Moyen-Orient», affirme Erik Willems, le responsable des secteurs chimie et pharmacie de KPMG. La crise économique agit comme un catalyseur. Il faut réagir vite pour espérer rester dans la course. ■

OLIVIER JAMES

4,5%

Papier et imprimés



Et aussi...

Matériel électrique	3,9%
Équipement de production	1,9%
Métallurgie	2,5%
Bureautique	0,7%
Autres industries manufacturières	6,1%
Autres industries	10,3%

SOURCE : CEFIC