



27 JANVIER 2022

La réalité des PME et ETI industrielles face aux mouvements de délocalisation et de relocalisation

Paris, le 27 janvier 2022 – Dans un contexte de relance et de soutien aux PME et ETI industrielles, Bpifrance Le Lab a interrogé 1382 dirigeants d'entreprises de plus de 10 salariés pour dresser un état des lieux de l'industrie française : son implantation sur le territoire, ses intentions de relocalisation et de délocalisation. Cette étude offre ainsi un panorama complet et statistique des dynamiques à l'œuvre dans le débat sur la réindustrialisation de la France et déconstruit quelques idées reçues.

La France reste attractive pour l'industrie

Dans les sources multiples de la désindustrialisation sont régulièrement citées les stratégies d'internationalisation des groupes français bien davantage axées sur le déploiement de la production hors des frontières que celles de nos voisins européens. Or, cette enquête montre que **85% des PME et ETI industrielles aujourd'hui ont la totalité de leurs sites de production en France**. Interrogées sur leur volonté d'investir et sur la localisation de ces nouveaux investissements, 26% des répondants envisagent d'ouvrir de nouveaux centres de production, dont les trois quarts déclarent vouloir le faire en France.

La proximité client, première motivation aux délocalisations

Le sujet des délocalisations, qui recouvrent des situations bien différentes (déménagement d'une usine à l'étranger, extension d'activités existantes, ou création de nouvelles activités) est passé au second plan, mais il n'a pas disparu des options des industriels. **3,5% des répondants envisagent une délocalisation dans les cinq prochaines années**, 24% disent ne pas savoir. L'installation à l'étranger pour bénéficier des bas coûts de main d'œuvre ne ressort pas comme la motivation principale ; c'est la proximité clients qui est recherchée en priorité par les industriels. Ce sont ainsi souvent les clients qui sont les premiers à inciter les PME et ETI industrielles à délocaliser en utilisant l'arme du maintien de la relation contractuelle : 23% des répondants ont été incités à délocaliser dans les cinq dernières années, dont la moitié pour éviter une rupture de contrat.

Un solde d'intention positif en faveur des relocalisations, porté par des motivations tant conjoncturelles que structurelles

5% des répondants déclarent vouloir engager des actions de relocalisation de tout ou partie de leur outil industriel dans les cinq prochaines années. Les difficultés voire les ruptures d'approvisionnement semblent jouer à plein, puisque c'est la première raison invoquée pour envisager une relocalisation (58% des répondants), quasiment au même titre que la réduction des délais et des coûts de transport. A ces raisons qui peuvent avoir un caractère conjoncturel s'ajoutent deux raisons plus structurelles : 52% des dirigeants qui prévoient une relocalisation veulent le faire par conviction et 46% pour des raisons environnementales et climatiques.

Des disparités selon l'activité de l'entreprise et sa filière

Parmi les 1382 répondants, se superposent trois réalités industrielles. **25% des industriels français produisent et s'approvisionnent en France**, principalement dans l'agroalimentaire et la construction. C'est le cas, par exemple, d'une ETI de découpe de viande et prestations pour les grandes surfaces, ou encore d'un fabricant de portes et fenêtres en bois sur mesure. **61% des industriels français produisent en France et s'approvisionnent en tout ou partie à l'étranger**, plutôt dans la fabrication de pièces pour la construction et l'automobile, ou dans les engrais et fabrication de machines pour l'agroalimentaire. Et enfin **13% produisent et s'approvisionnent en tout ou partie à l'étranger**. Ce sont des entreprises très internationalisées, et de plus grande taille ; nous les appelons les « Globalisées ». L'automobile est le premier secteur représenté dans ce sous-échantillon, suivi de l'agroalimentaire et la santé. Ce sont ces industriels pour lesquels les décisions de délocalisation et de relocalisation constituent un réel sujet. Ils sont 9% à prévoir une délocalisation et 42% se déclarent indécis. Plus l'entreprise est implantée à l'international, plus ce choix émerge, souvent sous la pression de ses clients. Les entreprises « Globalisées » sont aussi 21% à vouloir relocaliser.



Les filières ne sont pas touchées de la même manière par les mouvements de délocalisation et de relocalisation. **56% des répondants estiment que la relocalisation n'est envisageable dans leur filière que si le principal donneur d'ordre montre l'exemple.**

Parmi les répondants de la filière Automobile (24% de notre échantillon), 35% ont été incités à délocaliser dans les cinq dernières années, 4% veulent délocaliser dans les cinq prochaines et 26% se disent indécis sur une délocalisation future. 5% déclarent vouloir relocaliser. La filière de l'Aéronautique est assez similaire, car les entreprises travaillent souvent pour les deux.

Des filières sont en revanche dans une dynamique de relocalisation. C'est le cas de la Mode et Luxe et de l'Agroalimentaire. Parmi les répondants de la filière Mode et Luxe (17% de notre échantillon), 10% pensent relocaliser dans les cinq prochaines années, 7% ont déjà entamé des actions de relocalisation.

A l'inverse, au sein de la filière Santé (21% de notre échantillon), qui a fait l'objet de nombreux débats dans le contexte de la crise sanitaire, les PME et ETI industrielles ne semblent pas être dans une dynamique forte de relocalisation : 5% comptent relocaliser, 16% ne le souhaitent pas et 73% ne se sentent pas concernées. Elles sont 27% à vouloir ouvrir un nouveau site de production, dont un tiers hors de France.

« Cette étude a pour objet de poser les bonnes métriques sur l'industrie française. Il s'agit de comprendre qui produit en France et hors de France, et les motivations sous-jacentes. » déclare **Elise Tissier, Directrice de Bpifrance Le Lab.** » Contrairement à une idée reçue, les bas coûts de production, en particulier en Asie, ne sont qu'un élément parmi beaucoup d'autres. La proximité clients est une motivation très forte, ce qui signifie qu'à l'échelle d'une filière, la décision d'un acteur en aval peut entraîner toute une chaîne de valeur. »

Méthodologie de l'enquête

Enquête statistique menée auprès de 1382 dirigeants de PME et ETI dans l'industrie entre le 2 septembre et le 5 octobre 2021. L'échantillon a été redressé sur le critère du nombre de salariés.

Plutôt que de raisonner par secteur d'activité / code NAF, nous avons demandé aux répondants de nous indiquer la/les filière/s de leurs clients, selon les filières du Comité stratégique. Les filières les plus représentées parmi les répondants sont : l'Agroalimentaire, la Construction, et l'Automobile.

Retrouvez l'enquête complète en suivant ce lien : <https://lelab.bpifrance.fr/Etudes/delocalisations-et-relocalisations-de-l-industrie-francaise-entre-mythes-et-realites>

A propos de Bpifrance Le Lab

Bpifrance Le Lab est un laboratoire d'idées lancé en mars 2014 pour « faire le pont » entre le monde de la recherche et celui de l'entreprise. Le Lab est un « dérouteur » d'idées reçues pour Bpifrance et les dirigeants d'entreprise, de la start-up à l'ETI.

Bpifrance Le Lab décrypte les déterminants de la croissance et éclaire les chefs d'entreprise dans un monde de ruptures à la fois économiques, sociétales et environnementales, avec deux finalités :

- participer à l'amélioration des pratiques de financement et d'accompagnement de Bpifrance ;
- stimuler la réflexion stratégique des dirigeants et favoriser la croissance de leur entreprise.

Bpifrance Le Lab s'est doté de sa propre gouvernance, avec un Conseil d'orientation composé de 19 personnalités interdisciplinaires et présidé par Nicolas Dufourcq, directeur général de Bpifrance.

Suivez-nous sur Twitter : @BpifranceLeLab - @bpifrance - @BpifrancePresse – www.lelab.bpifrance.fr – www.bpifrance.fr

Contact presse :

Nathalie Police

Tél. : 01 41 79 95 26

nathalie.police@bpifrance.fr

Sophie Santandrea

Tél : 01 45 65 51 62

Sophie.santandrea@bpifrance.fr