

# QUELLE EVOLUTION DU SYSTEME D'OFFRE INTERNATIONALE EN MARCHANDISES

Gaston Bessay

Depuis plusieurs années la part du pavillon routier français enregistre une baisse tendancielle nourrissant ainsi de sérieuses interrogations sur la compétitivité des entreprises de transport françaises. Plusieurs études (notamment de L'Observatoire Economique des Transports) ont déjà démontré l'inadaptation de l'offre face à la complexification de la demande. Une recherche récente effectuée par M. de Batisse du CEREM confirme une nouvelle fois cette analyse et souligne en outre la faiblesse des implantations à l'étranger.

**Une présence à l'étranger insuffisante**

A partir d'un échantillon d'une cinquantaine d'entreprises la recherche du CEREM met en évidence l'insuffisante présence sur les marchés étrangers. 70% des enquêtés n'ont aucune implantation opérationnelle à l'extérieur. Par contre les filiales de groupes étrangers qui sont présentes sur le marché français sont également présentes sur les autres marchés (au-delà de leur pays d'origine). Ce sont surtout les firmes disposant déjà d'un réseau national charpenté qui sont les mieux présentes à l'extérieur, cette implantation porte sur plus de 3 pays. Pour ces entreprises il y a donc articulation entre l'offre nationale et l'offre internationale.

Implantations en France	Implantations à l'étranger				correspondants à l'étranger									
	1	2/5	5/10	+ de 10	0	1	2/5	5/10	+ de 10	0	1	2/5	5/10	+ de 10
1 pays	ΔΔΔΔ	\$			ΔΔΔΔ	*				ΔΔ	ΔΔ	*		
	H				H					H				
	*				\$					\$				
2 à 3 pays	ΔΔΔΔ	HHH		O	ΔΔΔΔ	***				ΔΔΔ	H	HHH		
	ΔΔ	HHH			ΔΔ	*				ΔΔΔ		O		
	HH	H			HHHH					HHH	***			
	*	***			HHH					HH				
					O					*				
3 à 6 pays	H	H	OOO	\$\$\$	HH	OO	\$\$	\$			HH	OO	O	
			\$\$\$		O	\$					\$	\$\$\$\$		
					\$							\$		
6 à 10 pays	Δ		OO	O	Δ	O		*					OO	Δ
			\$		OO	\$		*					*	O
			**			*		*						\$
						*		*						*
+ 10 pays			*	OO	\$	OO		*						OO
			\$\$			\$		*						\$\$
			*			*		*						**

Légende	Δ	Entreprises artisanales
	H	P.M.E.
	O	Grandes entreprises françaises
	\$	Filiales ou établissements de groupes français
	*	Filiales ou établissements de groupes étrangers

**L'importance du système de correspondants**

Le dernier enseignement du tableau ci-dessus c'est que la structuration de l'espace international des entreprises de transport reste encore largement fondée sur des systèmes de correspondants ( ces correspondants sont d'ailleurs souvent les correspondants ou les implantations des principaux groupes nationaux ce qui témoigne d'une certaine synergie). Ce qui peut se comprendre pour des artisans ou des P.M.E est plus étonnant pour les grandes entreprises.

Cette structuration de l'espace international, qui renvoie à des facteurs structurels mais aussi stratégiques, paraît être déterminante dans l'explication des déséquilibres et des difficultés rencontrées par le pavillon national.

Cette recherche aborde également l'offre ferroviaire et constate que la SNCF - sauf pour quelques produits isolés n'a pas de véritable stratégie internationale. La SNCF se comporte surtout en tractionnaire. Enfin l'étude souligne le manque d'articulation avec les réseaux étrangers, l'insuffisante coopération à l'intérieur du groupe et le recours trop timide au transport combiné dont l'intérêt s'accroît pourtant avec la distance. Tout cela nourrit bien entendu les interrogations sur la stratégie globale de l'entreprise vis à vis du marché des charges complètes.

**Dépasser la stratégie de diversification**

Au delà de la simple traction, qui demeure bien entendu une fonction importante du transport, beaucoup ont compris la nécessité de proposer des prestations logistiques annexes mais encore trop souvent au coup par coup, de sorte que ces prestations ne s'effectuent pas toujours aux meilleures conditions économiques. Ces réponses ponctuelles ne sont pas toujours adaptées, et le seront de moins en moins, aux besoins qui découlent de la complexification du processus de production.

**Développer une stratégie d'industriel du transport**

Une nouvelle étape est maintenant engagée, il s'agit de favoriser la réconciliation des fonctions de transporteur et d'architecte des transports au sein de nouvelles fonctions d'industriel du transport. Cette fonction doit être capable de maîtriser, dans de nouveaux complexes de production organisés en réseaux, l'association de différentes technologies et de différents modes et de développer une nouvelle gamme de produits conçus comme produits-systèmes. Cela suppose d'anticiper la demande afin que ces produits- systèmes plus élaborés puissent se présenter sous une forme banalisée avec des caractéristiques d'utilisation suffisamment polyvalentes pour répondre par anticipation aux demandes particulières. Il faut enfin développer cette nouvelle stratégie d'offre dans un véritable réseau international ce qui suppose de disposer d'implantations propres surtout pour les grandes entreprises de transports. ■