

Les producteurs de meubles subissent de plein fouet les impacts de la crise économique mondiale. Les marchés domestique et étranger sont aujourd'hui fortement réduits. Le colloque "Évaluation de la situation, des occasions et défis ; propositions des politiques et mesures pour le développement durable de l'industrie du bois au Vietnam" était récemment organisé pour chercher des solutions.



Sous les influences de la crise financière mondiale, les 2 premiers mois de l'année montraient un secteur du bois aux abois avec seulement 330 millions de dollars de chiffre d'affaires, soit une baisse de 60% en glissement annuel.

Selon le secrétaire général de l'Association vietnamienne du bois et des produits forestiers, Nguyễn Tôn Quyên, la plus grande difficulté des entreprises est la baisse des importations de la part des marchés principaux (États-Unis, Japon, Union européenne). Cependant, en 2008, la plupart des transformateurs avaient eu recours aux prêts bancaires avec un taux d'intérêt élevé pour importer de matières premières. Et comme ils ne peuvent pas payer leurs dettes, ils ne peuvent pas emprunter de nouveau.

Aujourd'hui, 3.000 milliards de dôngs avec un taux d'intérêt à seulement 4%, en raison des programmes gouvernementaux de stimulation à la consommation, ont pu être débloqués. Pourtant, cette somme ne suffit pas comparée aux besoins importants de 2.000 entreprises dans ce secteur.

Les grands producteurs et commerçants de meubles comme Hung Long, Tiên Đông, Woodland, Sadaco... rencontrent des difficultés non seulement sur les marchés étrangers mais

À la recherche de nouveaux marchés pour les meubles vietnamiens

Written by Phan Dang An

Friday, 25 October 2013 08:13 - Last Updated Friday, 25 October 2013 08:18

aussi dans le pays où les clients réduisent leurs dépenses pour des besoins moins nécessaires. "Face à des difficultés dans l'exportation et sur le marché domestique, sans assistances étatiques, un grand nombre d'entreprises connaîtront la faillite", fait remarquer Tang Thai Son, directeur de la sarl Tiên Đông. Pour sa part, le président du conseil d'administration et directeur général de la Compagnie de développement de la production et de commerce de Saigon (Sadaco), Trần Quốc Manh, avance que ce secteur doit faire face à des technologies arriérées, un manque de coopération, une faible capacité... Les PME sont en difficulté en raison des conditions strictes pour accéder aux emprunts privilégiés du gouvernement.



De plus, les usines se situent souvent dans de grandes villes qui sont loin des zones fournisseuses de matières premières. De 2006 à 2008, les entreprises ont dépensé 2,7 milliards de dollars pour importer de matières premières, soit 41,5% de la valeur de leurs exportations. L'Association du bois et des produits forestiers du Vietnam propose au gouvernement des mesures de stimulation de l'investissement et de la consommation, comme par exemple l'exonération de taxes d'exportation ou le rééchelonnement des dettes pour acheter des matières premières.

Plantation de forêts, une solution durable

D'après Nguyễn Duc Minh, directeur de la sarl de commerce et des services Đông Bac (Netsco), pour que le secteur du bois se développe de façon durable, il faudrait avoir des zones de matières premières stables. Ainsi, planter des forêts est une stratégie à long terme que Netsco applique pour s'approvisionner en bois et parfois en vendre à d'autres transformateurs. Les projets de plantation forestière de Netsco sont actuellement déployés dans les provinces de Yên Bái, de Bac Kan, de Tuyên Quang...

Toutefois, certaines difficultés subsistent, notamment l'éloignement avec les usines. La délivrance du permis d'utilisation du terrain n'est émise que quand les forêts sont déjà plantées, ce qui pousse les entreprises à l'hésitation.

L'objectif de cette industrie d'ici 2020 est que les matières premières nationales répondent à 70% des besoins domestiques, soit environ 22 millions de mètres cubes par an. Le vice-ministre de l'Agriculture et du Développement, Hua Duc Nhi, informe que la stratégie forestière nationale, période 2006-2020, est de protéger, de développer et d'utiliser de façon durable 16,24 millions d'hectares de forêts. Environ 30% recevront un certificat de gestion durable en 2020. Actuellement, 10.000 ha ont reçu ce certificat.

Efficacité des programmes de promotion commerciale

Deuxième étape, il faudrait se concentrer sur des programmes de promotion commerciale et augmenter la qualité des produits. Les entreprises doivent impérativement appliquer ces mesures pour augmenter leurs commandes d'exportation et élargir le marché national. Déjà, une grande partie annonce avoir doublé leur budget de communication.

Mais face à la chute des exportations vers les États-Unis, les entreprises vivent des heures sombres. Ainsi, les 350 ouvriers de la compagnie par actions Long Viêt (province de Binh Duong) occupent 2 postes par jour alors que la compagnie vient de recruter 40 nouveaux ouvriers pour répondre aux besoins de production. "C'est grâce à nos activités de communication et de promotion commerciale que nous avons pu trouver de nouveaux partenaires", assure son directeur Bùì Nhu Viêt. Cette année, Long Viêt a dépensé un milliard de dôngs pour ce type d'activité, soit le double de l'an dernier.

De même, alors que les marchés traditionnels ne suffisent plus pour faire vivre le secteur, la société Sao Nam (Binh Duong) s'efforce de chercher de nouvelles commandes et ainsi maintenir sa production. Sa directrice générale Dô Thi Kim Loan explique que cette année, son

établissement a décidé d'investir dans le développement de sa page web et participera ce mois-ci à des expositions dans et hors du pays. En juin, elle sera même présente à une foire aux États-Unis. Les dépenses pour ces activités sont d'environ 300.000 dollars, soit le triple de l'an dernier. Mais grâce à quoi, Sao Nam vient de signer 3 contrats avec des clients allemand, norvégien et suédois, autant de nouveaux débouchés qui apparaissent comme une bouée de sauvetage. En effet, la valeur de ces contrats est de près de 600.000 dollars.

"Avant, nous nous contentions d'exporter nos produits vers la France, la Grande-Bretagne et l'Allemagne. Mais leurs commandes ont chuté de 40% et nous avons été dans l'obligation de mener des activités de promotion commerciale pour chercher de nouveaux clients", se justifie M. Loan.

Des assistances pour les PME

Lors de l'exposition internationale des meubles et des articles artisanaux 2009 récemment organisée, l'Association des produits artisanaux et de transformation du bois de Hô Chi Minh-Ville (HAWA) a dépensé 150.000 dollars pour sa promotion. Environ 700 entreprises étrangères, soit le double de l'an dernier, étaient ainsi présentes et le nombre des contrats signés a aussi doublé (129 contrats et mémorandums d'exportation).

Le groupe Truong Thành se félicite d'avoir participé à l'événement puisqu'il en est reparti avec 4 contrats d'exportations d'une valeur de 1,1 million de dollars. "Actuellement, outre nos marchés traditionnels, nous nous tournons vers le Moyen-Orient", avance son président Vo Truong Thành.

De même, le directeur adjoint de la société Minh Thành (Dông Nai), Nguyễn Phuong, informe que l'Afrique du Sud fait partie de ses nouvelles cibles. Grâce à son marketing ciblé sur ce pays, sa société a signé un contrat d'exportation d'une valeur de 40.000 dollars. Pourtant, selon le vice-président de HAWA, Trần Quốc Mạnh, les entreprises dans ce secteur sont surtout des PME qui nécessitent des assistances financières, des services de promotion commerciale et un accès aux informations sur ces nouveaux marchés. Sinon, elles pourraient très vite disparaître, fragilisant encore un peu plus un secteur fort instable.