

Cahier du CEPI N° 5

Etude de positionnement stratégique de la branche des Carreaux de sol

PRÉAMBULE

Cette étude cible l'industrie des carreaux, elle couvre principalement les carreaux mosaïques et les carreaux céramiques.

SITUATION NATIONALE

la branche compte 71 entreprises de carreaux mosaïques et 5 de carreaux céramiques de pavement. La Tunisie a exporté pour une valeur de 20 MTND en 1998 contre seulement 10 MTND en 1994. Les carreaux céramiques constituent 92% des exportations de la branche. Les importations de carreaux mosaïques sont faibles. Par contre celles de carreaux céramiques et de biscuits céramiques sont de 4 MTND / an.

Le nombre d'entreprises est en diminution constante pour les deux types de carreaux. En effet, il est passé de 80 en 1993 à 71 en 1997 pour les carreaux mosaïques et de 29 à 18 pour les carreaux céramiques, durant la même période.

Quant aux emplois, ils ont diminué pour les carreaux mosaïques et augmenté pour les carreaux céramiques où des extensions ont eu lieu.

La production moyenne de carreaux mosaïques est de 14,5 millions de m²/an pour une capacité installée de 30 millions de m²/an et celle des carreaux céramiques est de 14 millions de m²/an pour une capacité installée de 20 millions de m²/an.

La valeur de la production est de 85 MTND pour les carreaux mosaïques et de 100 MTND pour les carreaux céramiques.

L'activité des carreaux mosaïques a très peu évolué, environ 3% par an durant la période 1994-98 alors que la croissance globale du marché a été importante (9% par an). Cette croissance est due, essentiellement, au marbre (15% par an) et aux carreaux céramiques (17% par an).

SITUATION INTERNATIONALE

En Europe, le marché des carreaux de sol est dominé par les carreaux céramiques. La

production de ce type de produit se situe à 1.250 millions de m² contre seulement 62 millions de m² pour les carreaux mosaïques. Ceux-ci sont en déclin en Europe; en 30 ans leur part de marché est passée de 90% à 5%;

Les exportations européennes sont très importantes au niveau des carreaux céramiques, de l'ordre de 350 millions de m². Mais ce type de produit, est de plus en plus, concurrencés par les carreaux en grès qui connaissent à leur tour une surcapacité mondiale de production et une chute vertigineuse des prix des carreaux en grès.

COMPARAISON INTERNATIONALE

Un Benchmarking a été réalisé, permettant de situer la Tunisie par rapport à quatre pays de référence : la France, l'Espagne, le Portugal et la Chine. Il est centré sur 22 critères de comparaison. Des informations complémentaires ont été fournies sur l'Italie, la Turquie et le Brésil. Il en ressort que :

- les droits de douane sur les intrants, notamment pour le ciment, le biscuit céramique et l'émaux constituent un handicap pour le développement de l'industrie tunisienne des carreaux de sol ;
- les prix des carreaux mosaïques locaux sont très compétitifs actuellement par rapport aux pays européens (2,7 TND/m² contre 7 TND/m²). Ils le seront davantage en 2008 (6,2 TND/m² contre 40 TND/m²) ;
- les prix des carreaux de sol céramiques locaux sont moins compétitifs que ceux des pays de référence ;
- le consommateur tunisien, dont le pouvoir d'achat est en nette amélioration, penche de plus en plus vers l'utilisation du carreau céramique en grès au détriment du carreau mosaïque. D'ailleurs, durant la période 1994-98, la consommation moyenne des carreaux mosaïques n'a évolué qu'à raison de 1,3% par an contre 15% pour les carreaux céramiques ;
- la taille des unités de production des carreaux de sol céramiques en Tunisie est inférieure à la taille critique et le niveau technologique est relativement bas.
- les efforts de marketing se limitent généralement au marché local, pourtant les possibilités d'exportation existent encore pour les pays riverains.

A la lumière des diagnostics effectués auprès de certaines entreprises de fabrication des carreaux mosaïques, les principales forces et faiblesses suivantes sont dégagées :

Principales forces

Carreau mosaïque :

- le carreau mosaïque est un produit protégé par son poids qui rend les possibilités d'importation de produits similaires très faibles ;
- la matière première utilisée pour sa fabrication existe sur le marché local ;
- le prix de ce type de carreau reste abordable pour la quasi majorité des tunisiens ;
- le marché local restera encore porteur pour plusieurs années ;
- la possibilité de la conversion de la production du bicouche en monocouche ;

Carreau céramique :

- le carreau céramique tient sa place par son mode, son design et ses motifs ;
- son prix de vente devient à la portée de certaines couches sociales en Tunisie.

Principales faiblesses

Carreau mosaïque :

- produit très pondéreux, coût de transport élevé et exportation très difficile ;
- pas de nouveautés technologiques depuis plusieurs années ;
- actions promotionnelles absentes ;
- vétusté remarquable des équipements dans une large partie des unités ;
- qualité des produits bien moyenne pour l'ensemble des unités.

Carreau céramique :

- absence totale de matières premières nobles ;
- équipements de production très coûteux ;
- manque important de compétences techniques ;
- technologie mal maîtrisée ;
- conversion difficile ;
- prix de revient du produit tunisien peu compétitif.

Impact de la déprotection

Le démantèlement tarifaire favorisera, sur le marché tunisien, l'émergence du carreau en grès importé, dont le prix, de 6 à 10 TND/m², s'approchera de celui du carreau mosaïque local qui sera de 3 à 7 TND/m². Ce petit écart de prix est suffisant pour pousser beaucoup de consommateurs à pencher vers le produit importé. Ce qui constitue une menace sérieuse pour les carreaux mosaïques et les carreaux céramiques de sol locaux. Ces derniers ne pourront pas être compétitifs après le démantèlement tarifaire total, car toutes ses matières premières sont importées et très coûteuses (45 % du prix de revient). De

plus, les coûts énergétiques de fabrication sont également élevés (25 % du prix de revient). Par contre, le carreau céramique importé verra son prix diminuer d'au moins 20%.

OBJECTIFS 2006

- le maintien des parts de marché du carreau mosaïque en Tunisie et dans les marchés d'exportation traditionnels;
- l'introduction progressive des carreaux monocouche en Tunisie.

CRENEAUX ET MARCHÉS PORTEURS

Les créneaux et les marchés porteurs des carreaux mosaïques sont les suivants :

- a) - Carreaux mosaïques de basse et moyenne gammes
- b) - Dalles mosaïques
- c) - Dalles antidérapantes
- d) - Carreaux et dalles monocouches
- e) - Exportation au Maghreb.

ACTIONS À ENTREPRENDRE

➤ Actions dans les entreprises

- un programme de mise à niveau de la branche, concernant 36 entreprises, évalué à 9,24 MTND dont 8,4 MTND en investissement matériel et 0,84 MTND en investissement immatériel (formation, assistance technique, etc.).

➤ Mesures institutionnelles

- aider au regroupement de l'industrie céramique autour d'un pôle céramique en tenant compte des spécificités des entreprises tunisiennes.
- soutenir la création de comité de liaison technique afin de multiplier et fructifier les échanges entre les industriels.

➤ Actions promotionnelles

- participation aux foires nationales et internationales spécialisées

➤ Création d'entreprises et Partenariat

- L'étude a permis d'identifier une fiche projet de carreaux mosaïques monocouche à promouvoir et d'établir une liste de partenaires potentiels européens.