

Cahier du CEPI N° 17

Etude de positionnement stratégique de la branche Verre

PREAMBULE

Le Verre est l'un des matériaux les plus familiers. Il est utilisé sous des formes et pour des applications diverses, allant des verres à boire aux pare-brises des automobiles en passant par le verre plat pour le bâtiment.

LA SITUATION NATIONALE

En 2001, la branche du verre comptait 45 entreprises, employant environ 1900 personnes. 24 entreprises sont dans la transformation industrielle du verre plat.

La fabrication industrielle du verre creux est assurée par 5 entreprises.

Le reste des entreprises opère dans des activités variées comme la décoration sur verre creux, la transformation du verre technique, le verre artistique soufflé, etc.

Durant la période 1997-2001, la production du verre creux en volume est restée stagnante aux alentours de 32 000 tonnes.

La valeur de cette production a atteint 22 millions de dinars en 2001.

Quant à la transformation du verre plat, la production a été de 45 millions de dinars en 2001 contre 42 millions de dinars en 1997.

La valeur ajoutée de la branche est de 32 % pour le verre creux et de 29 % pour la transformation du verre plat.

Les importations du verre ont atteint 36 millions de dinars en 2001, dont environ la moitié est relative au verre plat. Le reste est réparti entre le verre technique, le verre feuilleté et le verre trempé.

Quant aux exportations, elles ont atteint 7,5 millions de dinars en 2001, contre seulement 4,5 millions de dinars en 1996.

Les verres à boire destinés au marché libyen et les flacons destinés au marché français, ont été les produits les plus exportés

LA SITUATION INTERNATIONALE

Dans le monde le verre plat est utilisé à :

- 50 % dans le bâtiment et l'ameublement ;
- 30 % dans le transport ;

- Le reste est utilisé dans des spécialités diverses.

La production de verre flotté est réalisée essentiellement par cinq grands groupes mondiaux : Glaverbel, Pilkington, Saint-Gobain, Guardian, PPG et par quelques autres sociétés telles que Sisecam et Euroglass, ...

En volume, la production mondiale de verre plat a été de 33 millions de tonnes en 2000

L'emballage occupe le premier rang dans le secteur verrier avec un marché mondial estimé à 50 milliards d'Euros et pour un volume de l'ordre de 57 millions de tonnes en 2000

Les principaux fabricants sont Saint-Gobain (France), Bormoglio rocco (Italie), Owens (USA).

COMPARAISONS INTERNATIONALES

L'analyse du tableau de Benchmarking réalisé par référence à quatre pays à savoir : la France, l'Italie, le Portugal et la Turquie fait ressortir plusieurs observations pertinentes.

Le verre plat

- la consommation intérieure per capita est particulièrement élevée en Italie. Celle-ci s'explique par une tradition verrière très ancienne.
- Les niveaux des prix du verre flotté en Tunisie sont similaires à ceux pratiqués en Europe. Seul le Maroc se distingue du fait de la protection douanière qui renchérit les produits importés.
- Le prix de revient du verre trempé en Tunisie ne présente pas de différence significative avec celui de la concurrence étrangère. Par contre celui du verre feuilleté pour le bâtiment, il est supérieur. Quant à celui du vitrage isolant, il est plus bas en Europe qu'en Tunisie.
- Les prix de revient du verre feuilleté automobile en Tunisie sont compétitifs pour les petites séries. En revanche, les grandes manufactures européennes sont plus compétitives dans les modèles standards de pare-brises.

Le verre creux

- La consommation de verre creux en Tunisie est inférieure à celle des pays européens étudiés : 3,2 kg par habitant, contre 70 kg en France et 88 kg au Portugal.
- En Tunisie, le prix de revient au Kg de la gobeletterie à la sortie des fours est supérieur à

celui des autres pays considérés. Cette différence s'explique essentiellement par la taille et la conception des fours

• Le prix de revient pour les emballages de base se situe actuellement au-dessus des standards européens en raison d'une plus grande consommation d'énergie et d'une moindre automatisation.

▪ Les produits tunisiens en gobeletterie destinés au marché local sont compétitifs par rapport aux produits turcs et marocains. En revanche, en France et en Italie, le prix moyen au kg de la gobeletterie est plus élevé, car il correspond majoritairement, à des produits à forte valeur ajoutée.

• La productivité est deux fois plus importante en Europe qu'en Tunisie. Elle peut s'expliquer par l'automatisme poussé des usines européennes et les plus grandes séries produites.

OBJECTIFS 2006

Pour la transformation du verre plat

1. Atteindre un volume de production de :
 - **350 000 m²** de double vitrage contre, 177 000 m² en 2000
 - **130 000** pare-brises dont 15% à seraient destinés à l'exportation, contre 90 000 pièces en 2000
 - **145 000** Vitres latérales pour automobiles, contre 104 000 pièces en 2000
2. Améliorer la productivité moyenne de la transformation du verre plat de l'ordre de 50%

Pour le verre creux

1. Atteindre un volume de production de :
 - **56 000 T** de bouteilles, dont 10% sont destinés à l'export, contre 19 000 T en 2000
 - **6 000 T** de flaconnage, dont 22% sont destinés à l'export, contre 2 000 T en 2000
 - **16 000 T** de gobeletterie, dont 75% sont destinés à l'export, contre 11 000 T en 2000
2. Amélioration de la productivité moyenne pour atteindre 120 T/Homme/an, contre 60 T/Homme/an en 2000
3. Réduire la consommation moyenne d'énergie de 20 %
4. Atteindre un taux d'utilisation de calcin de 75% pour les bouteilles, contre 70% en 2000 , et de 10% pour les gobeletteries, contre 5% en 2000

CRENEAUX ET MARCHÉS PORTEURS

• **La transformation du verre plat**

1. Verre feuilleté automobile 2^{ème} monte sur le marché local.
2. Double vitrage, verre trempé pour l'ameublement, décoration et façonnage de verre pour le bâtiment et l'ameublement.

• **Le verre creux**

1. Emballage en verre (bouteilles, etc.)
2. Flaconnage pour l'industrie pharmaceutique et cosmétique
3. Verrerie à boire haut de gamme
4. Décoration sur verre creux

ACTIONS À ENTREPRENDRE

➤ Actions dans les entreprises

• **Liées à la transformation du verre plat**

- Se recentrer sur les activités productives en accélérant la réalisation du programme de mise à niveau.
- Développer les activités liées à la décoration et à l'ameublement.
- Augmenter la capacité des entreprises pour répondre à l'augmentation de la demande de certains produits verriers comme le vitrage isolant tout en répondant aux critères de qualité et de rentabilité.

• **Liées à la fabrication du verre creux**

- Améliorer la qualité de l'emballage et de la gobeletterie fabriqués localement.
- Réduire la consommation énergétique des fours de fusion.
- Augmenter l'utilisation de calcin afin de réduire la consommation énergétique.
- Étendre l'utilisation des sables d'origine tunisienne au segment de la gobeletterie.
- Développer les exportations sur les marchés limitrophes et ceux de l'Afrique subsaharienne.
- Développer la sous-traitance dans la décoration de la verrerie de table destinée à l'exportation.

➤ Mesures institutionnelles

- Approfondir l'étude de faisabilité d'une unité de verre plat au niveau national ou dans le cadre d'une coopération inter-maghrébine.
- Prendre les mesures nécessaires vis à vis des importations facturées au coût marginal par les multinationales en période de surproduction.
- Développer des structures de collecte et de recyclage du verre.

➤ Actions promotionnelles

- Promouvoir l'emploi du verre fonctionnel dans le bâtiment.
- Sensibiliser les prescripteurs et les donneurs d'ordres publics et privés à la sécurité et l'isolation à l'utilisation du verre dans le bâtiment.
- Développer la filière « décoration sur verre » dans le centre de formation professionnelle des arts du feu de Nabeul.

➤ Création d'entreprises et Partenariat

L'étude a permis d'identifier :

- 7 fiches projets à promouvoir
- des conseils pratiques pour la fabrication de vitrage isolant, pare-brises pour automobile et de verre trempé