

LE CONTEXTE

• Le prix de l'électricité a atteint des sommets début septembre, à 1 150 € le mégawattheure, un coût multiplié par 22 en un an.
• La moitié des PME renouvelle ses contrats

d'approvisionnement en électricité en décembre 2022. Les mois à venir risquent d'être encore plus compliqués, les difficultés se cumulant.

LES SOLUTIONS

• Cela commence par de petits

gestes : modification des horaires, isolation des bâtiments, remplacement des halogènes par des leds...

• Puis par une politique de réduction de la consommation d'énergie, voire de relocalisation de certaines tâches en France.

Repenser en urgence sa consommation d'énergie

En vingt-cinq ans dans le jouet, Sandra Callahan n'avait jamais vu ça. Une conjonction d'autant de facteurs négatifs mettant en danger sa marque de peluches. Directrice générale de Gipsy Toys depuis qu'elle a racheté l'entreprise familiale en 2002, elle énumère tout ce qui ne va plus depuis de nombreux mois : « Le prix des conteneurs, quatre à cinq fois plus élevé qu'avant la crise sanitaire, le coût du carburant pour les navires qui nous livrent les peluches fabriquées en Indonésie, au Vietnam et en Chine, et surtout, la parité euro-dollar qui nous fait perdre 20 % pour nos achats en Asie, et même la pénurie de voitures pour mes commerciaux. » Et ce, sans compter la baisse des ventes mécaniquement liée à la crise du Covid, les magasins de jouets et les rayons jouets des grandes surfaces alimentaires ayant dû fermer pendant de longues semaines. Bref, une succession de phénomènes qui rendent le pilotage de la petite entreprise normande située près de Caen - 19 salariés, 10 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2021 - très compliqué. Or, « nous ne disposons pas des



marges suffisantes pour absorber un tel choc, poursuit la dirigeante. Tout est brutal, arrive en même temps et nous n'avons pas les solutions pour tous les problèmes. » Sandra Callahan a dû renoncer à certains produits, comme ces ours en peluche de 1,20 mètre de hauteur. « On ne peut pas en mettre 100 dans un conteneur, le coût du transport nous revient plus

Juste Pressé

Pour fabriquer ses jus de fruits pressés à froid et non pasteurisés à l'orange, à la mangue ou à l'ananas de la marque Juste Pressé, Alexia Chassagne (photo), présidente et cofondatrice de la société Juste, a besoin de transport, à la fois routier et maritime pour les fruits exotiques qu'elle importe d'Amérique du Sud. Elle fustige les transporteurs aux tarifs opaques. Parmi les solutions, mettre en concurrence les transporteurs ou bien partager les camions avec d'autres industriels. Malin.

cher que le produit lui-même. » Adieu donc les beaux ours qui font la joie des enfants (et des parents) et servent de décor dans les vitrines. Le prix des voitures qu'elle achète pour ses commerciaux a augmenté de 25 %, les puces pour les peluches viennent à manquer, sans oublier le prix des matières premières, comme le plastique, qui explose aussi. Résultat : le prix des jouets a déjà progressé de 10 % depuis le début de l'année. Et Sandra Callahan envisage sérieusement de relocaliser certaines tâches de fabrication à Caen. « Nous étudions la création d'un petit atelier de finition ici pour remplir les peluches les plus volumineuses. » Ouf, nous aurons bien des ours de 1,20 mètre à Noël...

Un hiver à haut risque

À l'instar de Gipsy Toys, beaucoup de PME voient leur avenir en noir. L'explosion des coûts de l'énergie - celui de l'électricité a été multiplié par 22 et celui du gaz par 18 en un an - les plonge dans l'obscurité. La flambée des prix, cumulée à un risque de rationnement du gaz l'hiver prochain, accroît leur anxiété. Selon un sondage effectué par la Confédération des PME (CPME), six patrons sur dix ont enclenché une démarche pour diminuer leurs coûts énergétiques. De son côté, la Feef (Fédération des entreprises et des entrepreneurs de France) demande l'extension du bouclier tarifaire pour l'ensemble des PME. L'heure est donc grave. La plupart d'entre elles signent des contrats à tarifs fixes qui les protègent des fluctuations, mais beaucoup de ces accords tombent en décembre. Selon la CPME, la moitié d'entre elles va devoir les renouveler début 2023. Difficulté supplémén-

Ambiance Bain

Dans ses deux sites de production situés en Ardèche, Stefan Ghirardello, le président d'Ambiance Bain, fabricant comme son nom l'indique de meubles de salle de bains, de panneaux muraux et de receveurs de douche, va revoir les cadences de production. Objectif : faire tourner les machines davantage en été, quand les tarifs sont moins chers, et fermer deux à trois semaines l'hiver.



Arnaud Visse

Président du fabricant de dressings Couldoor



« Dès janvier 2023, notre usine de la Drôme disposera d'une centrale photovoltaïque qui nous permettra d'économiser 8 % de nos besoins sur ce site. C'est déjà ça ! Pour le reste, nous remplaçons tous les halogènes par des leds depuis quatre ans et nous programons l'utilisation de nos compresseurs aux heures creuses. »

Renégocier son contrat d'électricité est une question de timing, plus ou moins bon. Certains s'estiment chanceux. C'est le cas d'Arnaud Visse, président de Couldoor, une PME de 340 salariés qui fabrique des dressings et des espaces de vie sur trois sites de production en France. Il se félicite chaque jour d'avoir renégocié son contrat triennal... en octobre 2021, avant que les principales hausses ne passent. « Nous avons eu de la chance. »

Les transports dans le viseur

Stefan Ghirardello, patron d'Ambiance Bain, fabricant de meubles de salle de bains, receveurs de douche et panneaux muraux, en a eu moins. Les contrats d'électricité dont il a besoin pour ses deux sites de production situés en Ardèche viennent à terme cette année. Or, même si l'énergie ne représente qu'entre 1 et 1,5 % de son chiffre d'affaires, il a été multiplié par quasiment cinq en un an. « Nous sommes tombés de notre chaise. Et je ne vous parle pas des devis, variables seulement pendant quatre heures, tellement le coût de l'électricité est volatil. » À ce surcoût énergétique s'ajoute aussi celui des carburants qui complique