

Economie & Business

Mercredi 10 octobre 2007

No - 16302

COMMERCE

Fin d'année moins florissante

Les signes ne trompent pas. Le commerce se reprend, petit à petit. Pourtant, la baisse du pouvoir d'achat et le taux de chômage ne jouent pas en sa faveur en cette fin d'année.

Décembre ne connaîtra pas un essor de la croissance commerciale par rapport à 2006. Raisons principales : la baisse du pouvoir d'achat face à des augmentations de prix et le taux du chômage. Et ce, malgré la bonne performance des secteurs de construction, du tourisme et du textile et le nombre peu élevé de contribuables qui paieront l'impôt sur le revenu.

Selon Azim Currimjee, président de la Chambre de commerce et d'industrie (CCI), outre les tendances positives dans ces trois secteurs économiques, il y a le rapport dollar-euro qui joue en faveur du commerce. Les recettes des exportations étant généralement en euros, pour le sucre et le textile par exemple. Alors que les factures des produits pétroliers et des commodités de base, lait et huile lourde, sont payées en dollars.

"La roupie a été très stable cette année, et cela aide les importations. Cela garde les prix plus stables sur le marché local de façon générale", dit Azim Currimjee.

Croissance négative

Opinion partagée par Eric Ng Ping Cheun, directeur du cabinet PluriConseil, qui estime que l'appréciation continue de la roupie par rapport au dollar joue en faveur de la consommation. D'autant plus que le dollar s'est déprécié de 6 % vis-à-vis de la roupie pour l'année se terminant à fin septembre 2007.

D'ailleurs, Nicolas Kan Wah, directeur de London Way Supermarkets, est d'avis que si le taux de change de la roupie par rapport au dollar et à l'euro reste le même jusqu'à la fin de l'année, et si le fret demeure stable, ce sera également le cas pour la consommation de manière générale, comparé à 2006.

"Pour les consommations alimentaires des produits hauts de gamme, nous allons garder les commandes au même niveau que l'année dernière, car nous ne prévoyons pas le taux de croissance que nous avons connu en 2006 en raison de la baisse du pouvoir d'achat et du taux de l'inflation", dit-il.

"Mais, ajoute Nicolas Kan Wah, pour les produits de base, poulet et viande et les produits festifs, nous prévoyons une hausse de la consommation de 5 à 10 %." Ensuite, l'autre facteur non-négligeable en faveur de la consommation est la baisse de l'impôt sur le revenu à 15 % qui devrait accroître le budget disponible des ménages.

"Quoi qu'on en dise, beaucoup de contribuables ne payent plus d'impôts aujourd'hui, si ce n'est qu'ils en paient moins. Il y a aussi l'épargne nationale qui ne diminuera pas cette année, contrairement à ce qu'on pensait, mais demeurera stable à 17,1 % du produit intérieur brut," explique Eric Ng Ping Cheun.

Mais Azim Currimjee estime que s'il y a des signes de croissance économique, les augmentations de prix des commodités de base vont se répercuter sur la consommation, et ralentir les activités commerciales en fin d'année.

Même son de cloche du côté d'Eric Ng Ping Cheun qui admet y avoir des indicateurs globaux démontrant que la consommation privée sera "modérée" cette année, et que cela affectera le commerce local en décembre. La consommation des ménages ralentit à un taux de 4,4 % pour l'année 2007, contre 5,9 % en 2006, 7,3 % en 2005 et 7,8 % en 2004.

Cela a un impact direct sur l'industrie alimentaire dont la croissance réelle passera de 9,6 % en 2006 à 3,9 % en 2007. Et aussi sur le secteur de la distribution dont le taux de croissance chute à 4,3 % cette année.

Le secteur de la distribution a d'ailleurs connu une croissance négative pendant deux trimestres consécutifs, notamment moins 5,1 % au premier trimestre et moins 0,9 % au deuxième trimestre de 2007. L'importation des biens régresse de 2,7 % cette année, une indication que les commerçants anticipent une consommation à la baisse des ménages.

"Mais si l'inflation par la demande reste élevée, c'est que les gens continuent de consommer malgré la hausse des prix", dit Eric Ng Ping Cheun.

L'optimisme est de mise

Selon lui, l'augmentation "brutale" des prix alimentaires pénalise grandement la consommation. Les cadres doivent encore subir la hausse des coûts du transport et le relèvement des prix du carburant. Maintenant, la hausse des coûts d'électricité aura un effet cascade sur d'autres prix et fera ainsi diminuer les dépenses sur les produits non-essentiels.

Raison pour laquelle Gilbert Chavry, directeur exécutif de J.Kalachand & Co Ltd, estime que décembre sera un mois "normal" et "raisonnable" au niveau des ventes. "Les Mauriciens vont acheter utile", dit-il.

Au niveau de l'octroi des crédits, selon Gilbert Chavry, il faut aussi que les commerçants soient plus circonspects avant d'allouer un autre crédit "car nous ne voulons pas les amener dans une situation de surendettement et c'est les commerçants, eux aussi, qui risquent d'en faire les frais".

Or Kenny Yip Tong, président de la Chambre de commerce chinoise, est plus optimiste : "Il y a eu un ralentissement des activités commerciales en raison des augmentations de prix, produits pétroliers, lait, et autres. Les chiffres d'affaires de nos membres en témoignent mais les choses devraient s'améliorer au cours de ce trimestre."

A Eric Ng Ping Cheun d'ajouter : "Les consommateurs semblent jouer la prudence en évitant de s'endetter inutilement. A preuve, les encours de crédit sur les cartes de crédit ont stagné aux alentours de Rs 1,1 milliard en juillet dernier, soit presque le même montant mensuel que les cinq premiers mois de l'année."

Et puis, le taux de chômage ne donne pas des signes de vouloir reculer, étant estimé à 9,2 % cette année. Une baisse sensible du chômage aurait fouetté la consommation globale.

Azim Currimjee ajoute qu'il y a aussi des "enjeux importants" qui demandent d'être réglés dans les meilleurs délais pour préserver cet optimisme. Par exemple, les négociations au sujet de la réforme du secteur sucre doivent être finalisées le plus rapidement possible afin que les décaissements des mesures d'accompagnement de la Commission européenne puissent se faire.

"De grosses entreprises internationales ont besoin du sucre raffiné pour qu'elles puissent passer leurs commandes et assurer leurs clients des calendriers de livraisons. Si on rate ces commandes, cela risque de créer une situation de pessimisme", précise-t-il.

Par Alain BARBÉ

© Copyright La Sentinelle