

Présence locale et
force mondiale

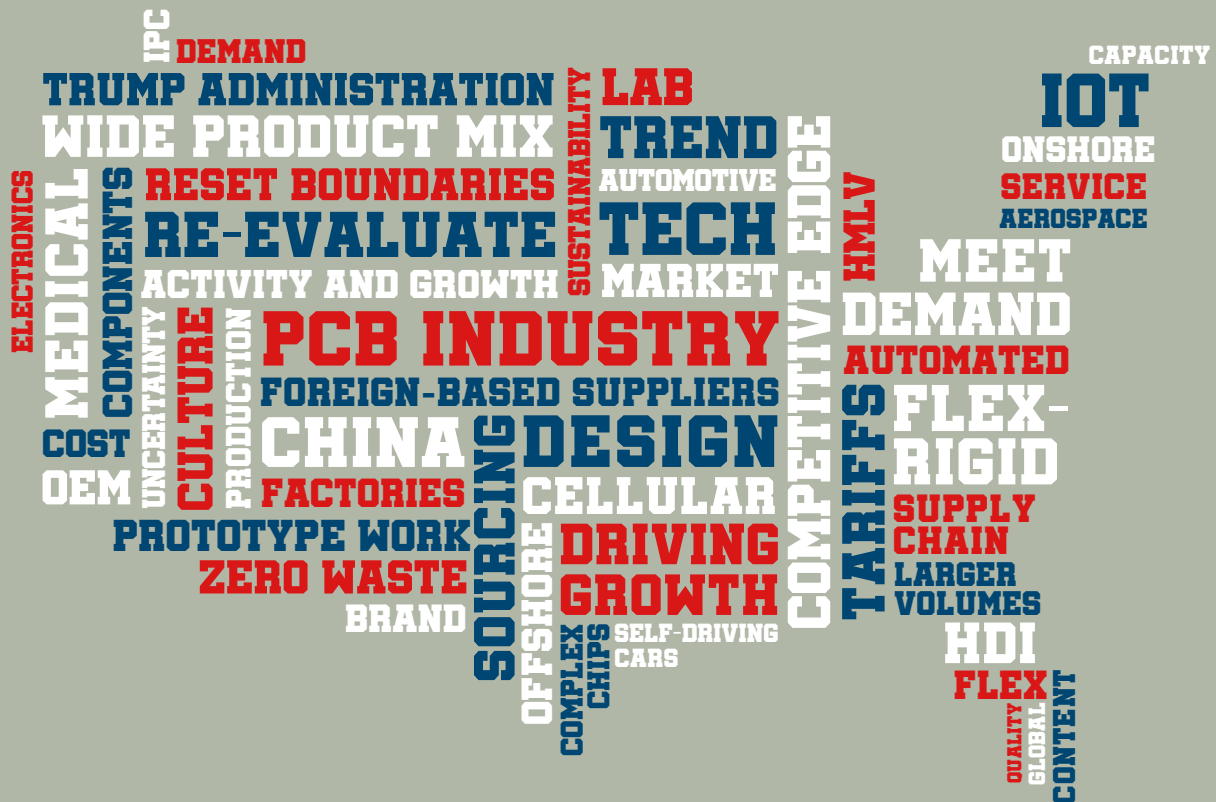
– Le groupe NCAB aux États-Unis

#42018

INFOCUS:

Une époque passionnante
sur le marché américain

– les perspectives



L'industrie des PCB aux États-Unis

– une période d'incertitude malgré l'activité et la croissance



Les industries qui stimulent le marché américain des PCB sont le secteur médical et l'automobile (voitures autonomes, etc.), l'aérospatiale, l'Internet des objets et la téléphonie cellulaire.

Cela fait maintenant plus de six ans que le groupe NCAB est implanté aux États-Unis. Il s'est passé beaucoup de choses au cours de cette période. Le présent numéro du bulletin d'informations se penche de plus près sur le marché américain qui traverse une période de grande incertitude.

Pour nous aider dans cette tâche, nous nous sommes tournés vers Nolan Johnson, un vétéran de l'industrie, qui après trois décennies passées dans le secteur de la conception et de la fabrication électroniques, est aujourd'hui rédacteur en chef du producteur de médias I-Connect007, qui publie différentes revues spécialisées dans le commerce numérique et d'autres contenus numériques.

Quels ont été les principaux moteurs de l'industrie des PCB aux États-Unis depuis que NCAB a débuté ses activités ici en 2012?

« En ce qui concerne la technologie, nous constatons une tendance constante vers le HDI. Lorsqu'il s'agit de puces de plus en plus petites et complexes, il n'y a vraiment pas d'autre choix que cette technologie. Une autre tendance majeure qui anime le marché de la fabrication est l'utilisation croissante des conceptions flexibles, généralement flex/rigide, du à la demande des consommateurs pour des appareils portables. »

« Quant à l'approvisionnement très varié, certaines entreprises se tournent vers des fournisseurs basés à l'étranger. Il existe toujours une dynamique d'approvisionnement hors des frontières pour les volumes plus importants et les délais de livraison plus longs. Pour les volumes plus petits, il n'y a pas de tendance marquée. Il en va de même pour la fabrication électronique en général. Il me semble que la Chine est en train d'assumer le rôle de chef de file mondial de l'industrie en ce qui concerne des facteurs tels que la main-d'œuvre et l'infrastructure. Cela dit, nous assistons à une érosion de l'écart de prix ou des marges, en raison des problèmes de tarifs douaniers. De plus, la disponibilité des composants oriente la fabrication des PCB vers le même marché que celui où les composants sont produits. »

À quoi peut-on s'attendre dans l'avenir immédiat ?

« Nous vivons à une époque où le sentiment dominant est l'incertitude. Les tarifs douaniers américains sèment la zizanie et font apparaître des problèmes dans la chaîne d'approvisionnement de l'industrie. Il n'y a pas de consensus général au sein du secteur sur la meilleure façon de faire face à l'évolution de la situation. Personne ne peut prévoir avec certitude dans quelle direction vont les choses et il y a donc beaucoup d'incertitude quant à la gestion de l'approvisionnement. »

« Je crois que l'un des effets de cette incertitude générale, c'est qu'elle donne à des acteurs comme NCAB un avantage concurrentiel.



« Je crois que l'un des effets de cette incertitude générale, c'est qu'elle donne à des acteurs comme NCAB un avantage concurrentiel. »

NOLAN JOHNSON, MANAGING EDITOR, I-CONNECT007

tiel. Une équipe de conception qui cherche à s'approvisionner en électronique aujourd'hui doit investir beaucoup de temps et d'efforts pour travailler avec les acheteurs et les planificateurs, en examinant et en comparant soigneusement les options. Si les coûts de production augmentent en Chine, il est important de tout savoir sur sa chaîne d'approvisionnement. Il est tout à fait sensé de choisir de se tourner vers une entreprise telle que NCAB. Le concepteur n'a alors plus qu'à se concentrer sur la conception et laisser quelqu'un d'autre décider s'il est préférable de déplacer la fabrication d'un lieu à un autre. »

Où va le marché américain des PCB et qu'est-ce qui stimule la croissance ?

Le sentiment est que l'activité et la croissance sont bien là. Les fabricants capables de répondre à la demande de manière appropriée progressent, tandis que d'autres font face à un ralentissement de la demande. Les secteurs médical et automobile (voitures autonomes, etc.) sont les moteurs du marché, sans oublier les domaines traditionnels que sont l'aérospatiale, IoT et la téléphonie cellulaire.

Quel serait les conséquences sur le marché américain de l'électronique si une guerre commerciale devait éclater ?

« C'est une bonne question et je ne suis pas sûr que quelqu'un ait la réponse, ce qui peut donner lieu à toutes sortes de spéculation en ces temps incertains. Une partie de l'industrie est en faveur d'une ligne plus dure et souhaite rétablir les frontières. Actuellement, les clients réévaluent leurs options, pour éventuellement choisir de ramener

leurs usines aux États-Unis. »

« Cependant, je pense que le principal impact est lié à ce que j'ai mentionné plus tôt, à savoir la dynamique de la situation, qui incite les sociétés d'électronique à s'intéresser à leur chaîne d'approvisionnement en PCB, à la réévaluer et à tout remettre en question. C'est pourquoi nous constatons une tendance à traiter l'approvisionnement comme une activité spécifique au projet. Il est difficile de mesurer l'impact sur les différents secteurs de l'industrie. »

Que peut-on dire sur les tendances générales en matière d'externalisation, de fabrication à l'étranger et de fabrication locale ?

« Les tendances sont divergentes. Si l'on s'intéresse à la fabrication en Asie, tout tourne autour des coûts. Les bénéfices sont presque toujours liés aux marges ou à la logistique. Il s'agit d'une part de réduire les coûts de fabrication et, d'autre part, comme nous l'avons déjà dit, d'obtenir des avantages en fabriquant des PCB près de l'endroit où on peut se procurer les composants. »

« Selon les valeurs de l'entreprise, vous pouvez choisir de produire aux États-Unis. Certaines font une déclaration de valeur pour tout produire aux États-Unis, tandis que d'autres ne sont pas aussi attachées à cette façon de penser. Les entreprises qui ont une présence mondiale ont notamment une autre façon de voir les choses. Parce que le scénario général actuel consiste à effectuer une réévaluation en permanence, certaines entreprises pourraient conclure qu'il n'est pas économiquement avantageux pour elles de fabriquer aux États-Unis. Elles peuvent se rendre compte qu'il est possible d'obtenir plus de flexibilité et une meilleure stabilité des prix en travaillant avec un acteur tel que NCAB. Ce que je veux dire, c'est que la dynamique actuelle incite les consommateurs américains de PCB à refaire leurs calculs. »

Quel est la situation de la production locale de PCB aux États-Unis ?

« Notre numéro d'octobre de PCB007 présente une nouvelle usine dans le New Hampshire. Il s'agit d'une exploitation entièrement automatisée et à la pointe de la technologie pour la fabrication de prototypes HDI. C'est un exemple de ce que devrait être la production de PCB aux États-Unis. Mais le problème, c'est que ce n'est pas le cas. L'industrie manufacturière n'a pas suffisamment progressé. Le fossé technologique pousse les concepteurs à se tourner vers l'étranger ou à s'associer à une source telle que NCAB, qui peut trouver l'usine qui leur convient. »

« Un autre problème concerne la question des compétences. IPC encourage les néo-diplômés universitaires à rejoindre l'industrie. De nombreuses personnes ont dépassé les 50 ans et se préparent à prendre leur retraite, et il n'y a pas assez de main-d'œuvre qualifiée pour prendre leur place. L'industrie se caractérise aujourd'hui par des collaborateurs qui ont plus de 50 ans ou moins de 30 ans, ce qui est



L'un des problèmes auxquels sont confrontées de nombreuses entreprises de fabrication de circuits imprimés est la question des compétences. De nombreuses personnes expérimentées ont aujourd'hui dépassé les 50 ans et se préparent à prendre leur retraite, mais il n'y a pas assez de main-d'œuvre qualifiée pour prendre leur place. C'est pourquoi IPC encourage les néo-diplômés universitaires à rejoindre l'industrie des PCB.

très préoccupant. Certaines usines américaines pourraient fermer leurs portes simplement en raison d'un manque de compétences. Cela ajoute encore un niveau d'incertitude. »

« Il y a 12 à 15 ans, IPC reconnaissait environ 850 usines, dont beaucoup étaient petites et locales. Cette situation s'est depuis consolidée. Le nombre d'usines a diminué et cette tendance va se poursuivre. Je pense qu'il n'en restera plus que 250 dans 4 ou 5 ans. Cela n'est pas seulement dû à la pression économique des usines situées à l'étranger, mais il existe aussi une réticence à investir dans les équipements et le problème de personnel que j'ai mentionné se pose. »

Quelle place occupe le développement durable dans l'industrie américaine des PCB ?

« Contrairement à ce que l'on entend tous les jours dans les déclarations politiques, le développement durable est tout à fait à l'ordre du jour. Par exemple, l'usine du New Hampshire a atteint les objectifs zéro déchet et zéro effluent. C'est un modèle qui montre que c'est possible et qui explique comment le faire. Au New Hampshire, en particulier, il y a beaucoup d'infrastructures écologiques et sans déchets. »

« Nous constatons également que le développement durable est un facteur important pour les clients des PCB. Ils demandent dans quelle mesure les usines sont écologiques et comment, par exemple, les minéraux liés aux conflits armés sont traités. Mais je ne dirais pas que nous avons atteint un niveau où l'écologie est plus importante que le prix. Pourtant, si on fait bien son travail et construit une usine durable qui n'émet pas de déchets, elle sera globalement plus efficace et, en fin de compte, moins coûteuse par rapport à l'ancienne méthode. »



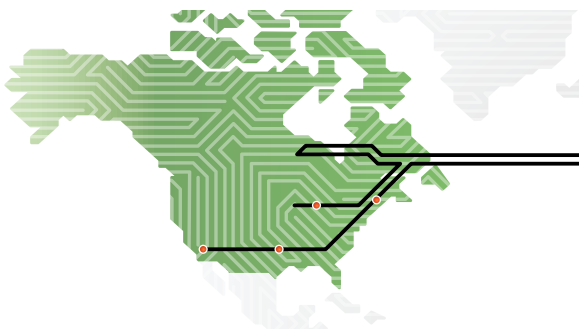
Le développement durable est un facteur de plus en plus important pour les clients américains de PCB. Ils demandent dans quelle mesure les usines sont écologiques et comment, par exemple, les minéraux liés aux conflits armés sont traités. Mais le prix reste un facteur plus important.

Une présence locale et une puissance mondiale

NCAB Group a établi sa base américaine à Hampstead, New Hampshire, sur la côte Est des États-Unis en 2012. Depuis, l'entreprise s'est implantée sur l'ensemble du territoire américain. Les clients de tout le pays peuvent profiter de la forte puissance d'achat qu'offre NCAB, de son haut niveau de service et de sa gestion complète des usines. Martin Magnusson, président de NCAB Group USA, voit un bel avenir pour l'entreprise en Amérique du Nord, malgré les incertitudes du marché.

Comment décriez-vous la croissance de NCAB au cours des six années d'implantation de la société aux États-Unis ?

« L'implantation de NCAB Group aux États-Unis a commencé lorsque nous avons acquis PD Circuits en 2012. À bien des égards, on peut dire qu'il s'agit d'un processus d'intégration simple, puisque PD Circuits ressemblait beaucoup à NCAB. Nos modèles commerciaux, nos types de clients et notre gestion d'usine basée en Chine étaient comparables. L'une des différences était qu'ils disposaient d'une force de vente plus petite et d'un vaste réseau de vente indirect constitué de représentants commerciaux. Nous avons systématiquement changé cela en élargissant notre force de vente, mais nous avons conservé une grande partie des canaux de vente indirects, en particulier dans les régions où nous n'étions pas nous-mêmes présents. »



NCAB Group possède aujourd'hui quatre bureaux aux États-Unis et nous pensons pouvoir étendre notre présence dans d'autres régions. Comme en Europe, la présence locale est importante ici, avec des affaires souvent menées localement. Nous prévoyons donc d'ouvrir de nouveaux bureaux de vente pour offrir à nos clients la meilleure expérience de service possible », déclare Martin Magnusson, président de NCAB Group USA.

« En 2014, nous avons étendu notre présence américaine dans la région de Chicago en rachetant les activités de circuits imprimés de M-Wave à Itasca, dans l'Illinois. Dans cette entreprise, la structure des clients était très différente de celle de PD Circuits, ce qui a rendu l'intégration plus difficile. La partie de l'activité basée sur la livraison



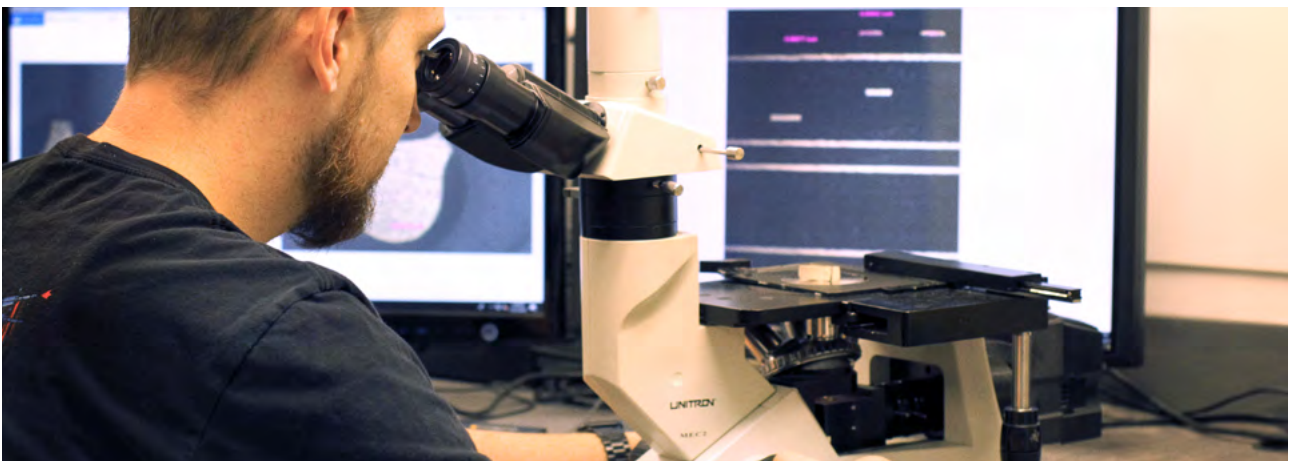
« Nous avons déployé beaucoup d'efforts pour bâtir une culture où les employés motivés sont en grande partie capables de prendre leurs propres décisions, de percevoir les possibilités d'évolution et de saisir toutes les occasions pour les concrétiser. »

**MARTIN MAGNUSSON,
PRÉSIDENT, NCAB GROUP USA**

de grands volumes de cartes plus élémentaires a été progressivement supprimée pour être remplacée par des activités plus centrales de NCAB se concentrant sur le segment à mixité élevée et à faible volume (HMLV - High-Mix, Low-Volume). »

« Avant d'acquérir M-Wave, nous avons établi notre premier bureau de vente à Vancouver, dans l'État de Washington, près de Portland dans l'Oregon. Nous en avons ensuite ouvert deux autres : un à Dallas, au Texas, et l'autre à Los Angeles, en Californie. Il s'agit exclusivement de bureaux de vente destinés à assurer notre présence et à couvrir l'assistance aux clients, les ventes et la technologie dans les régions clés. Ces services sont également assurés par l'intermédiaire de nos bureaux du New Hampshire et de Chicago, auxquels s'ajoutent des services de contrôle de la qualité, de laboratoire et d'entreposage. »

« Nous nous concentrons maintenant sur la poursuite de notre croissance. Le marché américain offre un potentiel énorme et des conditions favorables. Pour réussir ici, il faut bien saisir l'ampleur du pays et le fait qu'il compte 50 États très différents les uns des autres. Comme en Europe, la présence locale y est importante, les affaires étant souvent menées localement. Nous sommes donc en train de pré-



Deux des bureaux de NCAB aux États-Unis, situés dans le New Hampshire et à Chicago, ont leurs propres laboratoires et leur propre équipement pour effectuer les inspections, notamment les inspections des premiers articles de production.



Sur cette photo, nous voyons Wendy Liu, Responsable qualité chez NCAB Group en Chine, en train de réaliser un audit chez Suntak, Jiangmen en Chine. « Grâce à notre puissance d'achat et à notre gestion d'usines en Chine, nos clients ont la priorité dans les usines, » déclare Martin Magnusson, président de NCAB Group USA.

voir de nouveaux bureaux de vente pour offrir à nos clients la meilleure expérience de service. »

Comment décrivez-vous les principaux défis auxquels NCAB a dû faire face ?

« L'un des principaux est lié à la différence de perception du leadership. Nous sommes une entreprise suédoise, basée sur des valeurs, qui tient pour acquis que chacun sait où l'entreprise va et assume une grande responsabilité personnelle. Nous avons déployé beaucoup d'efforts pour bâtir une culture où les employés motivés sont en grande partie capables de prendre leurs propres décisions, de percevoir les possibilités d'évolution et de saisir toutes les occasions pour les concrétiser. Nous avons également travaillé à renforcer notre image de marque en interne et, entre autres choses, avons conçu nos bureaux pour qu'ils ressemblent à nos bureaux européens. »

« Le plus grand défi pour nous, comme pour tout le secteur, est de trouver et de conserver des personnes possédant les compétences appropriées. Le chômage aux États-Unis est très bas depuis que nous sommes implantés ici. Trouver le personnel approprié est en fait devenu de loin le plus grand défi auquel les entreprises sont confrontées. Il est particulièrement difficile de trouver des personnes possédant les compétences de niche dont nous avons besoin. Une façon d'y faire face est d'embaucher de jeunes talents qui peuvent apprendre de collègues expérimentés. »

De quelle façon diriez-vous que la situation politique et économique des États-Unis a affecté NCAB et l'industrie électronique ?

« Tout d'abord, je dirais que l'économie se porte bien. La croissance et l'inflation sont élevées, tandis que le chômage, comme nous l'avons dit, est faible. En même temps, d'inquiétants nuages s'amoncellent à l'horizon sous la forme d'un déficit budgétaire fédéral croissant. Nous devons garder un œil sur son évolution à long terme. Il est important de garder à l'esprit qu'une récession nous attend, la question étant de savoir quand elle se produira et quelle en sera l'ampleur. En même temps, je suis sûr que NCAB résistera à la tempête et restera fort grâce à notre présence locale associée aux services, aux connaissances et à un niveau de qualité supérieur que nous offrons. »

« Si on s'intéresse plus particulièrement à la question des tarifs douaniers avec la Chine, je dirais que ce sera le facteur le plus important qui déterminera l'évolution de la situation pour NCAB, pour nos clients et pour le pays tout entier. Pour les PCB notamment, les droits de douane s'élèvent à 10 %, auxquels NCAB ajoute 7,52 % à la facturation. Il est important de souligner que les cartes ne sont pas devenues plus coûteuses. L'industrie doit considérer qu'il s'agit d'une taxe et de rien d'autre. »

« Augmenter les droits de douane à 25 % compliquera les choses pour l'industrie. Parallèlement, l'augmentation ne ramènera pas la

production des circuits aux États-Unis dans une mesure significative. Il n'y a pas de capacité pour de plus gros volumes. Et il y a un manque de volonté d'investir car de nouvelles politiques peuvent conduire à l'élimination rapide des tarifs douaniers. Ce sont plutôt les consommateurs qui devront porter le fardeau des conséquences d'une guerre commerciale. Elle ne crée pas d'emplois et ne stimule pas l'économie américaine. »

« Avec l'augmentation des tarifs douaniers, de nombreuses entreprises trouveront que les flux de trésorerie constituent un problème majeur. Tout le monde devra immobiliser une plus grande partie de son argent avant de pouvoir facturer et couvrir ses coûts. Cela créera des problèmes de liquidité pour de nombreuses petites entreprises. En revanche, pour un acteur financièrement solide et coté comme NCAB, cela peut signifier de nouvelles opportunités. »

« Quoi qu'il arrive, nous nous efforçons de nous intéresser à tous les facteurs de manière constructive. Nous pouvons toujours offrir la possibilité de fabriquer aux États-Unis, mais le prix ne sera pas particulièrement attrayant. La gestion des tarifs douaniers peut être incroyablement complexe. Cela peut nous être bénéfique car nous pouvons offrir une valeur ajoutée en soulageant les clients des problèmes supplémentaires que cette situation soulève. Mais je pense que même avec des tarifs douaniers plus élevés, la Chine restera compétitive en termes d'électronique en général et de PCB en particulier. »

Selon vous, comment s'annonce l'avenir ?

« Je considère que NCAB est bien positionné sur le marché. Nous avons une présence locale aux États-Unis et pouvons offrir à nos clients des prix, une qualité et un service d'un niveau supérieur à ceux de nos concurrents locaux. Grâce à notre puissance d'achat et à notre gestion d'usines en Chine, nos clients ont la priorité dans les usines. Se tourner directement vers la Chine n'est pas vraiment une option pour les catégories de clients sur lesquelles nous nous concentrons. Les entreprises chinoises qui ont des bureaux de vente aux États-Unis ciblent les clients ayant de gros volumes et les fabricants américains qui ont commencé leurs propres activités d'externalisation en Chine ont du mal à obtenir d'aussi bons résultats que nous. »

« La tendance à l'externalisation est encore accentuée par les problèmes d'offres de compétences de l'industrie. NCAB est en mesure d'exploiter sa compétence mondiale, notamment en Chine. Ce que nous devons faire maintenant, c'est nous concentrer avant tout sur la poursuite de la croissance. Plus nous nous développerons, plus les synergies seront importantes et plus les clients se sentiront en sécurité. Pour y parvenir, nous nous efforçons d'avoir une forte notoriété sur le marché nord-américain. Avec la bonne offre du marché et en donnant la priorité aux relations avec la clientèle, d'ici cinq ans, nous serons une entreprise beaucoup plus grande qu'aujourd'hui. »

Nous avons demandé à deux employés américains de NCAB talentueux et expérimentés de nous donner leur point de vue sur les développements aux États-Unis en leur posant deux questions :



USA
CONNIE HERRING
General Manager, NCAB Group
USA West division

Quels sont, selon vous, les facteurs les plus importants qui ont joué sur l'évolution du marché américain des PCB depuis l'implantation de NCAB en 2012 ?

« Il est certain que depuis 2012, le paysage concurrentiel a changé aux États-Unis. Le facteur politique a beaucoup plus d'importance que lors des présidences précédentes. L'ingérence politique est nouvelle dans notre industrie et elle a causé une certaine incertitude dans un marché américain déjà en régression. »

« Les fabricants de PCB américains perdent la course de la contribution au développement de l'équipement de fabrication et des matières premières. L'essentiel de cette activité est désormais basée en Asie. »

« Aujourd'hui, le marché exige du fournisseur de PCB qu'il possède un réseau de compétences afin d'apporter une valeur ajoutée. La qualité est très rarement mentionnée, car les dialogues sont davantage axés sur la valeur ajoutée, notamment l'implication précoce de l'ingénierie, le développement de la conception, la sélection des matériaux et le support DFM, pour n'en citer que quelques-uns. C'est ce que l'on attend d'un fournisseur aujourd'hui. »

« En ce qui concerne la concurrence, presque tous les fabricants américains de PCB ont dû devenir des négociants sous une forme ou une autre, dans une tentative désespérée de continuer à jouer un rôle. Le marché a faussement placé sa confiance dans ce modèle. Les clients croient que ces acteurs savent certainement ce qu'ils font, mais la grande majorité d'entre eux n'ont même pas leur propre liste de fournisseurs autorisés ou une équipe pour les surveiller. C'est la raison pour laquelle la qualité est devenue une des principales questions à l'ordre du jour. »

« Les fournisseurs qui mettent l'accent sur une relation de qualité avec les usines, en protégeant les clients contre le risque d'obtention de prix bas et de mauvaise qualité, deviennent encore plus précieux. »

Quelles sont vos plus grandes attentes pour les années à venir en ce qui concerne le marché américain des PCB ?

« La croissance des produits électroniques se poursuivra, et le marché qui utilise ces produits progressera. L'équation intéressante est la suivante : les capacités seront-elles suffisantes pour soutenir la recherche et le développement aux États-Unis et l'augmentation rapide du secteur militaire que connaît actuellement le pays ? »

« Les usines américaines de circuits imprimés ne se distinguent plus en usines commerciales d'une part et militaires d'autre part ; bon nombre d'entre elles sont certifiées pour travailler dans les deux secteurs. Le secteur militaire a pris de l'ampleur et les capacités dans le paysage concurrentiel des trois principaux fournisseurs américains sont maintenant limitées. Si l'OEM doit accepter des délais plus longs pour une fabrication à l'étranger, cela peut permettre l'établissement d'un nouveau niveau de prix pour la rotation rapide, et changer le marché américain pour une durée indéterminée. »



USA
WAYNE ANTAL
Key Account Manager,
NCAB Group USA Eastern division

Quels sont, selon vous, les facteurs les plus importants qui ont joué sur l'évolution du marché américain des PCB depuis l'implantation de NCAB en 2012 ?

« Deux événements très importants ont dominé le marché et changé le paysage des canaux d'achat dans l'industrie des PCB. Premièrement, de nombreuses usines chinoises de PCB sont elles-mêmes entrées directement sur le marché des PCB aux États-Unis. Si ce type de vente directe aux clients américains n'est pas nouveau, cela ne concernait autrefois que les plus grandes usines. Toutefois, cela ne change rien au fait qu'il existe des risques inhérents à l'achat direct auprès des usines pour les clients du segment des produits à mixité élevée et à faible et moyen volume, car ces clients ne disposent pas de la puissance d'achat nécessaire. »

« Le deuxième événement majeur est le tarif douanier de 10 % imposé par le gouvernement américain sur tous les PCB importés de Chine. Ce droit risque d'être porté à 25 %, à moins que le différend commercial ne soit réglé avant le 1er mars 2019. Quoique l'on puisse penser de ce litige, il ne faut pas oublier que ces droits de douane auront une incidence non seulement sur le coût des biens vendus aux États-Unis aux consommateurs américains, mais aussi sur la façon dont ces produits sont fabriqués et assemblés et sur le lieu où ils le sont. Cela vaut également pour les PCB. Cela signifie que tous les fabricants de produits électroniques aux États-Unis devront réévaluer leurs coûts de production totaux. »

« Le différend commercial en cours ouvre également des opportunités pour NCAB. En raison de l'impact négatif des tarifs douaniers sur le flux de trésorerie de l'organisation individuelle, les acheteurs de PCB de taille moyenne ont commencé à revoir leurs options et à s'intéresser davantage aux achats indirects. »

Quelles sont vos plus grandes attentes pour les années à venir en ce qui concerne le marché américain des PCB ?

« Pour l'année 2019, je m'attends à ce que la volonté politique en faveur des nouveaux tarifs douaniers disparaisse une fois que leurs effets se feront pleinement sentir au niveau des consommateurs et que la course aux prochaines élections présidentielles sera lancée. »

« Deuxièmement, à mesure que les technologies s'orientent vers les conceptions flex, flex/rigide et HDI, je vois un besoin à croissance exponentielle de relations plus étroites entre les équipes d'ingénierie. Cela créera des opportunités pour les fournisseurs qui mettent clairement l'accent sur la production sans faille, afin de gagner des parts de marché en répondant à ce scénario. La tendance à externaliser les rôles de conception et d'ingénierie pour réduire les coûts stimulera encore le point de vente 'local pour le client'. »

« Avec un retour au bon sens, le marché américain se stabilisera et retrouvera le chemin normal de la croissance. Enfin, je dirais que le marché américain des PCB demeurera un terrain fertile pour l'expansion de nos parts de marché, malgré la tempête politique que nous traversons actuellement. Je m'attends à ce que NCAB joue un rôle important dans cette croissance. »

Une époque stimulante sur le marché américain

HANS STÄHL
CEO NCAB GROUP



Dans ce numéro de notre bulletin d'informations, nous nous aventurons de l'autre côté de l'Atlantique vers les États-Unis, le pays des opportunités. Les États-Unis constituent un énorme marché et on peut facilement commettre l'erreur de le considérer comme un seul et même pays et comme un marché unique. Mais les États-Unis se composent de nombreux États où souvent les affaires ne se font que localement. Il est donc important pour nous d'être proches de nos clients afin de les aider au mieux à sécuriser leurs besoins en PCB.

On peut également découvrir le très grand nombre d'usines de PCB qui ont été expulsées du marché, aux États-Unis, ainsi qu'en

Europe. Nous constatons aujourd'hui qu'il est de plus en plus nécessaire de disposer d'un fournisseur en mesure de fournir un large éventail de produits.

Enfin et surtout, le différend commercial actuel (ou peut-être plutôt les manœuvres de la Chine et des États-Unis pour obtenir la meilleure position de négociation possible) constitue un drame édi-fiant. Je pense qu'au bout du compte un consensus prévaudra et que les droits de douane de 25 % que l'administration Trump menace d'appliquer ne se concrétiseront pas. La Chine fera également des concessions qui profiteront en fin de compte au libre-échange mondial, plate-forme d'une prospérité mondiale accrue.



NCAB Group dans les médias sociaux

Depuis quelques mois, les clients et les autres parties concernées peuvent nous suivre sur Twitter et sur LinkedIn. Nous avons également créé un blog

dans lequel nous nous plongeons dans l'univers complexe des circuits imprimés ! Suivez-nous sur:

» [Twitter](#) » [LinkedIn](#) » [Blog](#) » [YouTube](#)

Rejoignez-nous !

Nous sommes toujours à la recherche de collaborateurs compétents à temps plein. Si vous êtes un technicien, un responsable de support à la clientèle

ou un gestionnaire de grand compte, n'hésitez pas à nous contacter ou envoyez-nous votre CV à :

career@ncabgroup.com

Les sujets que nous avons abordés par le passé

Pensez à lire nos bulletins d'information précédents. Cliquez sur le lien pour que la lettre s'ouvre dans votre navigateur. Vous pouvez consulter tous nos bulletins d'information à l'adresse suivante: www.ncabgroup.com/newsroom/

» Des cartes plus évoluées et des cycles de vie des produits plus courts

2018 10 23 | NEWSLETTER 3 2018

» Un avenir meilleur

2018 06 18 | NEWSLETTER 2 2018

» Management des usines

2018 04 12 | NEWSLETTER 1 2018

» Plus d'électronique dans moins d'espace

2017 12 15 | NEWSLETTER 4 2017

» Une entreprise durable

2017 10 25 | NEWSLETTER 3 2017

» L'industrie des PCB en Asie

2017 06 29 | NEWSLETTER 2 2017

Est-ce que nous abordons les bons sujets?

Nous sommes constamment à la recherche de sujets intéressants à approfondir. Si vous souhaitez en savoir plus sur un des sujets abordés ou faire un commentaire sur un de nos articles, n'hésitez pas à nous contacter et à nous en dire plus.

E-mail: sanna.magnusson@ncabgroup.com