



La Presse

Nouvelles générales, lundi 26 janvier 2004, p. A1

Fabriqué en Chine

Survivre au typhon chinois

Cousineau, Sophie

Shanghai - La concurrence chinoise est féroce. Pourtant, tout n'est pas noir pour les entreprises québécoises qui sauront se retrousser les manches. Dernière tranche de la série.

Des bouteilles d'eau Roots, des tasses à café IKEA, des thermos et des carafes Zellers: sur les étagères de la salle de réunion de la Shanghai Herxin Stainless Steel Products Co., meublée d'antiquités chinoises, les noms des détaillants les plus connus sautent aux yeux. Tous les noms, sauf celui de Lao Fan, la marque de ce spécialiste de l'acier inoxydable de la région de Shanghai.

" Les Chinois n'ont pas de marques de commerce: c'est ce qui nous permet de rester des fabricants nord-américains ", dit Pierre Dupuis, chef de l'exploitation de Dorel, premier fabricant d'articles pour bébés au monde.

Ce n'est pas le seul avantage qui permet aux entreprises du Québec de survivre à la concurrence asiatique. En effet, si les entreprises chinoises profitent d'une main-d'oeuvre bon marché et d'équipements modernes, elles sont loin d'être sans failles.

L'organisation de la production n'est pas toujours optimisée. En visitant les usines, on remarque souvent des travailleurs qui flânent, par exemple. La production se fait aussi en très grandes quantités, ce qui offre peu de flexibilité.

L'électricité coûte cher. Et il n'est pas rare que des pannes de courant et des délestages forcent les usines à interrompre leur production. Ce fut le cas l'été dernier, alors que l'économie chinoise était en pleine surchauffe.

Le design des produits laisse aussi à désirer, bien que les entreprises chinoises s'inspirent de plus en plus des dernières tendances scandinaves et européennes. (D'ailleurs, les designers chinois sont parfois affublés du sobriquet de photocopieurs.) Plusieurs meubles vus chez Huarì Furniture Industrial Group, fabricant de Langfang, dans la province du Hebei, semblaient tout droit sortis d'un catalogue IKEA.

Il y a aussi les longs délais de fabrication et de transport par bateau.

Ces délais se resserrent toutefois.

" Au début des années 90, la production n'était pas toujours bien rodée, mais aujourd'hui, les entreprises chinoises produisent très rapidement. Les délais de transport par bateau et par train jusqu'à Montréal ont aussi chuté, de 35 jours à entre 23 et 30 jours ", indique Johnny Chang-Lung Wu, premier vice-président en Chine de **Giolong** International, une firme-conseil dont le siège est à Montréal.

Par ailleurs, tous les produits ne valent pas la peine d'être acheminés par conteneurs en raison de leur volume.

C'est le cas des futons, que Dorel fabrique toujours à Montréal.

La prochaine vague

Une fois les marchandises livrées ici, les entreprises chinoises ne s'occupent pas de leur distribution en Amérique du Nord et en Europe.

De ce fait, elles se privent de revenus. Toutefois, il serait naïf de croire que les Chinois se contenteront de la fabrication et se cantonneront dans l'empire du Milieu.

" La plupart des entreprises chinoises avec lesquelles nous travaillons ont dans leur plan d'affaires de s'implanter en Amérique du Nord d'ici quatre ou cinq ans ", révèle Johnny Wu.

Géant chinois des appareils électroménagers, le groupe Haier, de Qingdao, dans la province du Shandong, a déjà construit une usine en Caroline du Nord.

Cette ancienne entreprise d'État devenue un *success story* de l'entrepreneuriat chinois- son PDG, Zhang Ruimin, est considéré comme un héros national- compte approvisionner rapidement les détaillants américains qui refusent de conserver des stocks importants.

Avec sa propre marque de commerce, Haier espère ravir 10 % du marché américain des frigos d'ici 2005.

Le fabricant de tissus China WorldBest s'est aussi implanté à Drummondville, où il emploie 175 salariés, afin de se rapprocher de ses clients et de réduire les délais de livraison.

La perspective de voir les entreprises chinoises débarquer en Amérique n'effraie pas Pierre Dupuis outre mesure.

" C'est beau d'avoir un conteneur qui arrive à Los Angeles ou à Rotterdam, mais encore faut-il que la marchandise arrive au bon magasin, dit-il. Il y a toute une expertise en logistique, en planification de la production, en conception de produits. La fabrication, ce n'est pas difficile. C'est tout le reste qui est difficile. "

La voix du salut

Si les usines chinoises souffrent de ces désavantages, cela ne signifie pas pour autant que les entreprises québécoises doivent rester les bras croisés.

Au contraire.

Leur survie passe par la spécialisation, croit Jean-François Michaud, PDG de l'Association des fabricants de meubles du Québec, qui a récemment organisé deux missions en Chine avec des fabricants québécois pour aiguïser leur sentiment d'urgence.

" Il faut se concentrer sur de petits créneaux, comme les lits pour enfants haut de gamme. Il faut offrir beaucoup de particularités, comme un choix de tissus, de couleurs. Et il faut livrer la marchandise rapidement au client, en utilisant un service de courrier au besoin. "

Pour Jeffrey Casselman, président de Shermag, fabricant de meubles de Sherbrooke qui compte trois sous-traitants en Chine, les entreprises québécoises se sont endormies avec la faiblesse du dollar canadien qui leur a longtemps assuré un avantage concurrentiel.

" Nous sommes devenus paresseux, dit-il. Il faut remettre en question nos vieilles idées et revoir toutes nos façons de faire. Nous devons miser sur nos avantages. Nos travailleurs sont mieux instruits, mieux formés. Il faut que nous soyons plus flexibles, plus inventifs. "

En simple: être plus vite sur ses patins.

Catégorie : La Une; Actualités

Sujet(s) uniforme(s) : Finances des entreprises; Gestion et administration des affaires

Taille : Moyen, 653 mots

(c) 2004 La Presse. Tous droits réservés.

Doc. : news-20040126-LA-0003