

Chine: la crise de confiance frappe les entreprises d'ici

Publié le 18 août 2007 à 00h00 | Mis à jour le 18 août 2007 à 14h20

La Presse

Les clients de Loblaws et de Maxi ne l'ont peut-être pas remarqué, mais il y a du nouveau au rayon des aliments en conserve.

Depuis quelque temps, les haricots verts ont changé de provenance car l'entreprise a largué son fournisseur chinois.

«Lors de nos inspections internes, on a réalisé que les haricots verts ne répondaient pas tous aux exigences de nos cahiers de charges, dit la directrice des affaires, Josée Bédard. Et c'est ce qui a fait en sorte que nos équipes ont décidé de renvoyer le produit.»

Début août, l'épicier a dû rappeler un produit en conserve provenant des États-Unis. Il n'allait pas compromettre sa réputation à cause d'un autre produit inadéquat.

«La confiance, c'est quelque chose qui se gagne très difficilement mais qui peut se perdre très facilement», dit André Richelieu, professeur de marketing à l'Université Laval et expert en gestion de marque.

Jouets mal montés, dentifrice contaminé, nourriture pour chiens empoisonnée, les produits chinois inquiètent. Début juillet, un sondage Décima a révélé que 61% des Canadiens s'en méfient.

La nouvelle secousse entraînée par le rappel de 18,6 millions de jouets Mattel ne va pas les rassurer. Et à terme, les entreprises qui font affaire avec les Chinois pourraient payer la note.

«Le problème, croit André Richelieu, ça va être pour les entreprises dont les produits viennent en majorité de Chine; elles vont avoir un problème à vendre leurs produits.»

La prochaine fois que Luc Taillandier offrira un jouet à son fils de 14 ans, il promet d'en vérifier la provenance. De la part d'un entrepreneur qui brasse des millions en Chine, c'est loin d'être anodin.

M. Taillandier est vice-président de Giolong, une entreprise qui aide les industriels québécois à trouver des fournisseurs de l'autre côté du Pacifique.

Ses clients recherchent surtout des biens non comestibles ou des pièces qui seront assemblées en usine chez nous. Des objets qui doivent se conformer à des normes très strictes.

L'entrepreneur craint qu'Ottawa ne resserre les règles d'importation. Plus de contrôles entraîneront plus d'inspections. Plus d'inspections, plus de frais.

«Je me demande si les gens, nos chefs, vont faire la distinction entre une poignée d'entrepreneurs véreux et ceux qui fabriquent des produits certifiés.»

Car pour bien des fabricants, pas facile de se passer de la Chine. «Le nerf de la guerre, c'est le prix, explique M. Taillandier. Dans un produit où la main-d'oeuvre est à très forte valeur ajoutée, la Chine est encore intéressante pour mes clients. Donc, ils ne veulent pas sortir de là.»

C'est surtout vrai dans le secteur du jouet. Mega Brands, anciennement Mega Blocks, fabrique 75% de sa marchandise en Asie, principalement en Chine. Même si son concurrent Mattel est dans l'embarras, le directeur des finances de Mega Brands, Bertrand Jolicoeur, est loin de sabler le champagne.

«Il n'y a rien de positif là-dedans.» En effet, par ricochet, toutes les entreprises qui recourent à la sous-traitance en Chine vont subir les contrecoups de la crise.

© 2000-2011 Cyberpresse inc., une filiale de Gesca. Tous droits réservés.