

L'AGEFI

QUOTIDIEN DE L'AGENCE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE À GENÈVE



Le renouveau du made in China

Les dernières statistiques ISO démontrent qu'il faudra bientôt compter avec une Chine capable d'offrir des produits de haute qualité.

THOMAS KORTMOLLER
Optimiso Group SA

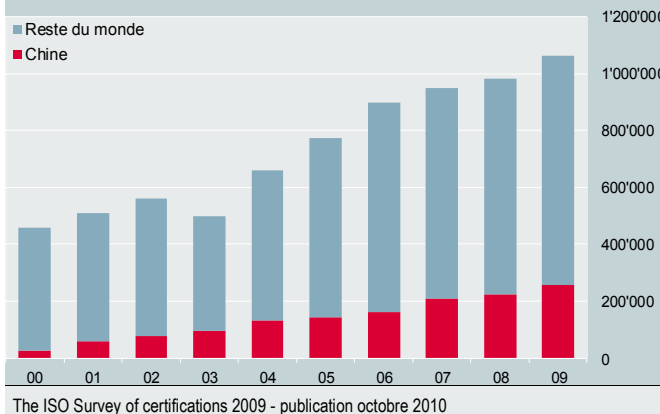
L'importante croissance économique chinoise ne cesse de faire couler de l'encre: délocalisation des industries occidentales, mainmise chinoise sur les ressources africaines, développement du premier avion furtif chinois, mise en orbite de satellites, etc.

La réputation des produits chinois est largement issue des dernières décennies lors desquelles la Chine était spécialisée dans la fabrication massive de produits à faible valeur ajoutée et à prix dérisoires. Stratégie qui fut un succès incontestable: la Chine a pris des parts de marché dans de nombreux domaines et est devenue le fournisseur incontournable de la plupart des entreprises de la planète, l'usine du monde.

Les acheteurs professionnels eux-mêmes le déclarent: c'est parce que les clients de la Chine lui imposent des prix extrêmement bas et des délais serrés que les produits sont souvent défectueux. Mais le pays est tout à fait capable de produire de la qualité. La dernière étude de l'ISO relative à la certification ISO 9001 démontre en effet que les chinois seront bientôt capables de nous concurrencer sur le marché des produits de qualité.

Pour envisager l'avenir de la production chinoise, il est intéressant de revenir sur l'histoire d'autres «made in» plus prestigieux. Dans les années 1960-1970 par exemple, les produits «made in Japan» étaient synonymes de mauvaise qualité ou de copies. Les entreprises horlogères du Jura suisse se souviennent encore des touristes d'Asie laissant traîner leurs mouchoirs dans les baignoires des machines afin de copier leur composition. Depuis, les entreprises nipponnes ont mis en place des systèmes pour manager la qualité et «made in Japan» équivalait à des produits de qualité et de surcroît chers. Quant au «proudly made in USA», il est toujours synonyme de qualité pour de nombreux produits. Mais l'effondrement de l'industrie automobile américaine nous prouve que certains produits ne sont pas à la hauteur des exigences clients. Certes, avec un PIB de 14.660 milliards de dollars la puissance américaine reste entière comparé au PIB chinois de 5745 milliards de dollars.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE CERTIFICATS ISO 9001



Selon Michael Porter, professeur de stratégie à Harvard, chaque pays mérite de se spécialiser dans la fabrication d'un produit pour lequel il possède un avantage compétitif. Il parle alors de pôle de compétence pour expliquer que, sur une zone géographique donnée et une activité spécifique, un ensemble de ressources et de compétences assure à cette zone des conditions avantageuses dans la compétition mondiale. Michael Porter prend aussi en considération la culture des personnes dites «à la porte de l'usine». Le lead italien dans le secteur de la mode par exemple, s'explique en partie par l'amour du peuple italien pour la mode et le prêt-à-porter. Et si les Allemands excellent dans l'industrie automobile ou des machines, c'est parce qu'ils ont un goût prononcé pour la mécanique. Pour qu'un pays puisse créer des produits de qualité, ses citoyens doivent donc être empreints d'un certain goût pour la fabrication de qualité. On peut donc avancer que deux facteurs essentiels doivent être réunis pour assurer la création de produits de qualité: 1) la culture qualité comme valeur fondamentale du pays, 2) la maîtrise et l'application des principes du management de la qualité.

Facteur 1, la Chine possède-t-elle une culture de la qualité? Dès lors, on peut se poser les questions suivantes: la culture qualité est-elle une valeur fondamentale en Chine? Le souci de créer un produit d'excellente qualité est-il ancré dans la culture chinoise? Il suffit de se plonger dans l'histoire du pays pour prendre la mesure des produits de haute qualité que les chinois ont été capables – ou sont capables – de produire.

Sous la dynastie Qing, de 1644 à 1912, la porcelaine et la soie de Chine atteignaient les prix de l'or en Occident. Lors de cette période, la porcelaine chinoise

était d'une qualité bien plus remarquable que celle de l'Europe, d'une apparence plus blanche et produisant un son clair et plein. La Chine surpassait la qualité occidentale. Pour preuve, en 1709, l'Allemagne copiait sa méthode.

La Chine compte – ou comptait – aussi d'autres produits ou prestations de qualité parmi lesquels le thé, la médecine traditionnelle, la cuisine ou encore les gigantesques navires de Zheng He qui auraient atteint les Amériques avant Christophe Colomb.

Et, pour un postulat un peu plus contemporain, il est nécessaire de rappeler que c'est la Chine qui fabrique aujourd'hui l'un des produits de haute technologie le plus vendus en Occident: l'iPhone.

Facteur 2, la Chine maîtrise-t-elle les principes du management de la qualité?

La norme ISO 9001, qui présente les exigences relatives au Système de Management de la Qualité (SMQ), est aujourd'hui la norme la plus adoptée dans le monde pour assurer qu'une entreprise réponde aux exigences qualité et donne satisfaction à ses clients. Avec une croissance de 8% pour les certificats ISO 9001, la norme s'impose large-

ment dans les chaînes d'approvisionnement internationales.

Pour la société **Optimiso Group SA**, ISO 9001 est plus que jamais d'actualité. Selon les dernières statistiques d'ISO, on compte en effet plus d'un million de certifications ISO 9001 dans le monde en 2009. La Chine représentant 24% de ce chiffre avec plus de 257'000 certificats délivrés.

Cependant, comme on le décèle dans nos pays, être certifié ISO 9001 ne signifie pas pour autant avoir acquis les notions du management de la qualité. On peut effectivement estimer que, pour la moitié des entreprises certifiées, ISO 9001 est davantage un outil marketing qu'un réel outil de management.

Toutefois, il reste une autre moitié d'entreprises qui ont intégré les concepts du management de la qualité. Reporté à l'échelle chinoise, on peut alors supposer que la moitié des entreprises certifiées ISO 9001, soit plus de 128.000 entreprises, maîtrisent les concepts du management de la qualité. Les deux facteurs déterminants pour être capable de réaliser des produits de qualité semblent donc être réunis sur le sol chinois.

En conclusion, la Chine, elle-même concurrencée par d'autres pays «bon marché» comme le Bangladesh, a pris conscience de l'enjeu de la qualité.

Même si de nombreuses entreprises chinoises ont encore des problèmes de qualité, dans un futur proche, elles seront amenées à fabriquer des produits d'excellente qualité et à devenir aussi compétitives que les entreprises allemandes, japonaises, américaines, suisses ou françaises. (TK)

LA CHINE EST ELLE-MÊME CONCURRENCÉE PAR D'AUTRES PAYS BON MARCHÉ COMME LE BANGLADESH. ELLE A PRIS CONSCIENCE DE L'ENJEU DE LA QUALITÉ.

Les principes fondamentaux du management de la qualité

Le management de la qualité repose sur un concept de base, la roue Deming ou PDCA, qui se décompose ainsi:

Plan. Formaliser les manières de faire au sein de l'entreprise: décrire le «qui fait quoi et comment?»

Do. Réaliser le travail comme il a été prévu de le faire: faire comme décrit.

Check. Identifier les éventuels écarts: travaille-t-on réellement comme décrit?

Act. Mettre en œuvre des projets d'amé-

lioration.

Le Système de Management de la Qualité (SMQ) permet aux entreprises de répondre aux exigences clients. Selon **Optimiso Group SA**, qui accompagne depuis plus de 15 ans des entreprises à la mise en place d'un SMQ, si le concept est en théorie simple, sa mise en œuvre pratique est un défi quotidien pour les entreprises. ■