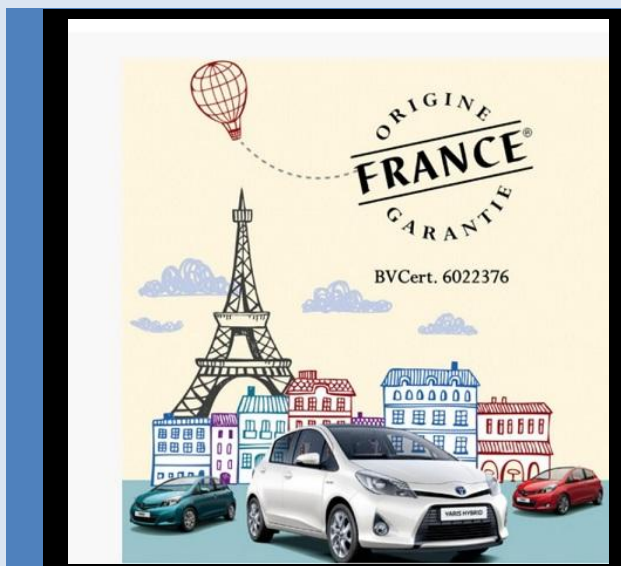


En japonais, cocorico se dit Toyota...

*(La mondialisation inversée concernera-t-elle la cuisine
« Origine France Garantie » ?)*

Dans notre édito [Quand Toyota fait l'éloge du made in France](#), publié il y a quasiment un an jour pour jour, nous avons salué la posture marketing du constructeur automobile japonais qui mettait en avant la qualité made in France de ses modèles Yaris produites à Onnaing, près de Valenciennes dans le Nord. La nouvelle diffusée la semaine dernière par les médias audiovisuels et écrits montre que, validée dans une démarche concrète de production, la stratégie d'image a des effets aussi surprenants que louables, démontrant une inversion des dogmes de la mondialisation.

En effet, la Toyota Yaris vient en effet de recevoir le label « Origine France Garantie ». Créé en 2010 par l'association Pro France, cette distinction, qui a pour vocation à devenir une référence dans l'esprit des consommateurs, est attribué aux produits qui en font la demande, après un audit effectué par le spécialiste Bureau Veritas selon deux critères. D'abord, le produit doit être conçu essentiellement en France, ce qui est le cas de la Yaris. Ensuite, l'organisme certificateur vérifie si au minimum 50 % l'origine des pièces et des composants sont réalisés dans l'Hexagone. Avec 54,4 % du prix de revient unitaire de la gamme Yaris made in France, Toyota est ainsi devenu le premier constructeur automobile à obtenir le label.



Ce qui pourrait n'être qu'une appellation de grimage marketing de plus est en réalité une grande première. Son effet dépasse le seul constructeur japonais pour poser question à l'ensemble de l'automobile, voire à tous les secteurs industriels, au moment où le sujet épineux de la désindustrialisation agite la classe politique française et la divise quant aux solutions impérieuses à appliquer. La démondialisation a déjà connu quelques timides mais réelles expressions concrètes que sont les relocalisations dans les régions européennes, voire françaises, de productions confiées jusqu'alors aux ateliers chinois, pour cause de dénonciation de contrats léonins et/ou de qualité médiocre du produit fini. Ainsi en est-il de l'entreprise charentaise Lippi pour ses portillons sans surcoût, à lire en cliquant sur le lien suivant <http://www.sudouest.fr/2012/02/06/quand-le-made-in-france-devient-possible-625926-1013.php>.

Mais ce qui vient d'être décerné à Toyota est sans doute la première illustration d'une

mondialisation inversée, concept différent et qui vient rajouter au flou de la vision économique à terme toujours plus raccourci. Cela mérite quelques explications : depuis 2001, Toyota utilise la mention made in France pour la Yaris, mais il travaille sur ce nouveau label, plus restrictif, depuis son lancement, estimant qu'il s'agit d'un avantage concurrentiel réel par rapport à des marques françaises qui ne pourraient pas l'obtenir pour l'ensemble de leurs gammes. Un comble ! pensera-t-on, oubliant que la mondialisation a brouillé les logiques de raisonnement, et qu'elle est défendue par ces mêmes constructeurs français, dont le plus national d'entre eux (Renault, dans lequel l'Etat est actionnaire) a annoncé début 2012 la construction d'une usine pour ses Dacia à Tanger au Maroc, où seront créés 6 000 emplois.

Etonnant, triste ou irritant paradoxe que celui rappelé par un intervenant lors du journal de France 2, le 31 août : « *il n'est pas exclu que les constructeurs français ne présentent pas de dossier pour obtenir le même label (que Toyota), de crainte que leur taux de pièces et d'opérations conçues en France soit inférieur au 50 % requis !* ». A contrario, la qualité française soutient le dynamisme commercial de la Yaris en Europe. Sur les sept premiers mois de l'année 2012, 137 000 véhicules ont ainsi été produits dans l'usine de Valenciennes, contre 149 800 sur l'ensemble de l'année 2011. De plus, l'essentiel de la production sortie des chaînes d'Onnaing est exporté, les ventes françaises représentant moins de 10 % du total, justifiant cette dénomination de mondialisation inversée qui conduit à produire dans des pays plus proches de leur marché, dotés d'une main d'œuvre certes plus chère mais aussi plus qualifiée que dans les régions éloignées de dumping. Ceci avec l'approbation des consommateurs visés : le label « Origine France Garantie » est un gage de qualité supplémentaire pour 88 % des Français sondés par la TNS Sofres. Comme l'a signalé Christophe Bourroux dans sa chronique du 31 août sur RTL, « *C'est un bon coup sur le capot pour nos constructeurs. Se faire doubler par une marque japonaise, qui devient plus française que nos Renault, Peugeot-Citroën, c'est un comble ! D'autant qu'on peut imaginer que toutes les provenances soient indiquées: une Fiat 500 polonaise, une Clio turque, une Logan roumaine, une Dacia Logy marocaine ou une Twingo slovène...* ».

Reste à savoir si le même phénomène pourrait jouer dans le domaine de la cuisine. En réalité, c'est déjà le cas, puisque la marque américaine et leader mondiale Whirlpool a obtenu le précieux label. Sera-t-elle suivie par des fabricants de meubles de cuisine allemands, italiens ou espagnols, désireux de bénéficier du savoir-faire hexagonal qui n'a rien à leur envier, de trajets logistiques raccourcis (encore que cet avantage varie selon les régions d'implantation) et d'une certification officielle, utile en temps de crise favorisant les réflexes de patriotisme consommériste ? Les fabricants français seront eux aussi, bien sûr, les premiers à en profiter (on pense notamment à Mobalpa et à Pyram en raison de leur ancrage respectif en pays de Savoie et Auvergne), la production dans ce secteur étant peu délocalisée. La question de l'obtention se pose en revanche pour les marques françaises dans le giron de groupes étrangers ou qui pourraient le devenir...

✓ Jérôme Alberola

PS : Mauvais coup du hasard : ce matin même, vendredi 7 septembre, le groupe PSA Peugeot Citroën, dont la capitalisation boursière de PSA a chuté de plus de 70% depuis le début 2011 (de 43 % depuis janvier dernier), a été évincé du Cac 40 et rejoint le Next-20, considéré comme son anti-chambre. La décision est particulièrement symbolique pour PSA, la valeur étant présente dans le CAC 40 depuis la création de l'indice en 1987. Il sera remplacé par le groupe belge de chimie Solvay.