

LE TEMPS

Loisirs Samedi 2 octobre 2010

Les skis Rossignol quittent l'Asie pour produire à nouveau en France

Par Christian Lecomte

Proche du dépôt de bilan en 2008, le groupe affiche un résultat net positif cette année

C'est de nouveau l'embellie chez Rossignol, le leader mondial du ski aux 850 000 paires produites, sur un marché de trois millions. Alors qu'elle accusait en octobre 2008 une perte de 56 millions d'euros (74 millions de francs) et se voyait contrainte de dégraisser ses effectifs (réduction de 30% sur les 1300 employés dans le monde), la firme basée en Isère, qui fête son centenaire, connaît un retournement spectaculaire. Elle affiche un résultat net positif dès cette année avec un bénéfice de 84 millions de francs de francs en deux ans, pour un chiffre d'affaires de 265 millions.

Très bonne nouvelle également pour les salariés français qui, l'an passé, ont dû faire face à de longues périodes de chômage technique: Rossignol relocalise en effet la production de 60 000 paires de skis junior à Sallanches, au pied du Mont-Blanc (60 km de Genève), siège de la seule usine de skis en France (200 salariés) où sont actuellement réalisées 200 000 paires de skis par an sous les marques Rossignol et Dynastar.

Montés depuis 2007 chez un sous-traitant taïwanais, ces skis vont pérenniser 20 emplois «équivalent temps plein». Une chaîne de production avait déjà été relocalisée au début de l'année depuis la Pologne vers Nevers (département de la Nièvre) où sont produites les fixations des marques du groupe, permettant la sauvegarde de 10 emplois.

Selon Bruno Cercley, arrivé en novembre 2008 à la tête de Rossignol, «le pari est que nous pouvons demeurer compétitifs en restant en France». Il justifie son choix de relocalisation «par le coût de la matière première qui représente 70 à 80% du coût du produit et qui est plutôt européenne, alors que la main-d'œuvre ne représente que 20% du coût du produit».

Victime tout comme ses concurrents du développement massif de la location, Rossignol a lancé un plan de relance destiné à s'adapter au plus vite à la nouvelle taille du marché qui a été quasiment réduit de moitié en sept années, passant de 7 millions de paires en 2002 à 3,5 aujourd'hui. Mimmo Salerno, qui dirige le complexe de Sallanches, explique: «Nos relocalisations ne sont pas liées à une éventuelle reprise du marché même si celui-ci se porte mieux, il s'agit avant tout pour nous d'être au plus près des carnets de commandes et de notre clientèle avant tout européenne et nord-américaine».

Le Coq Sportif aussi

Avec le concours du spécialiste mondial du redressement d'entreprise, le cabinet Alvarez & Marsal, Rossignol a repositionné ses marques, simplifié son offre (200 modèles au lieu de 400) et réduit ses coûts industriels.

Serait-ce la mondialisation à l'envers après le rapatriement à la fois de Rossignol, mais aussi du Coq Sportif qui vient de se réinstaller dans son berceau historique de Romilly (département de l'Aube)? Le groupe textile avait fait partie de la première vague de délocalisations en quittant le territoire français, il y a 22 ans de cela. Le phénomène reste marginal mais pourrait prendre de l'ampleur. Il est acquis que le retour au pays est fondé sur une nouvelle réalité économique. Hausse des salaires dans les pays émergents, fortes augmentations des coûts de transport, problèmes de qualité, retards de livraison... autant d'ombres désormais au tableau des délocalisations qui atténuent voire réduisent les bénéfices.

Par ailleurs, le gouvernement français, confronté à un chômage endémique, a choisi le remède de la prime: une enveloppe de 200 millions d'euros sur trois ans a été ouverte, partagée entre les entreprises de moins de 5000 salariés qui ramèneraient leurs activités dans l'Hexagone. Le souhait de revenir à la qualité et au label France plutôt que promouvoir le «Made in China» entre également en ligne de compte.

Ainsi Rossignol, qui qualifie sa main-d'œuvre française de «hautement qualifiée», va concentrer sur Sallanches le quart de son effort d'investissement et mise sur l'innovation et le haut de gamme (certaines paires de skis ne coûteront pas moins de 1200 francs). La création d'un Race Center, laboratoire visant à améliorer le service et la préparation des skis de compétition destinés aux clubs, est à l'étude ainsi qu'un showroom dédié aux professionnels. La firme, qui avait été vendue fin 2008 par l'américain Quiksilver à la société Chartreuse et Mont-Blanc, consortium à capitaux australiens et américains, souhaite tourner la page avec l'ancienne direction «adepte du tout fabriquer ailleurs». «Ce processus de relocalisation est une première étape», confirme Mathieu Collet, porte-parole du groupe.

LE TEMPS © 2009 Le Temps SA