



France, d'abord ?

Pour conjurer la crainte de la désindustrialisation ou la peur des délocalisations, des voies s'élèvent pour promouvoir le "Made in France". Du label "Origine France Garantie", aux actions individuelles de certaines marques, tour de France du "fait France" qui s'inscrit dans la tendance de la "consommation engagée".

44 % en 2005, 64 % en 2010. Le pourcentage des Français "prêts à payer plus cher les produits industriels fabriqués en France plutôt qu'hors d'Europe", progressent, selon une enquête du Crédoc réalisée en septembre 2010¹.

Tns Sofres, pour sa part, publie en avril de la même année une enquête sur le "fabriqué en France" d'où il ressort que 95 % des Français jugent important que les entreprises indiquent si leurs produits ont été ou non fabriqués sur le territoire national. Si la fabrication française apparaît comme un gage de qualité et de

respect de normes sociales et environnementales pour près de neuf Français sur dix, produire et acheter en France est aussi un moyen de soutenir la croissance et l'emploi (88 %). Un sondage, mené par Kelkoo en novembre, toujours de la même année, révèle que 67 % des Français estiment qu'il est important que les produits qu'ils achètent soient fabriqués en France. Ce chiffre est nettement supérieur pour certaines catégories de produits :

1 - Consommation et modes de vie - n° 239 mai 2011. A lire également le cahier de recherche du Crédoc : "le consommateur va-t-il changer durablement de comportement avec la crise ?", n° 268, décembre 2009.

Coca-Cola Entreprise avance que 95 % de ses produits vendus en France sont issus de ses cinq sites de production (...) et à partir de 90 % de matières premières qui proviennent de fournisseurs français.



plus de neuf consommateurs sur dix (94 %) disent ainsi attacher de l'importance à l'origine française de leurs aliments. Par ailleurs, pour 91 % des consommateurs, la France est le pays de fabrication dans lequel ils ont le plus confiance, devant l'Allemagne (60 %) et les Etats-Unis (15 %). Le Baromètre 2011 de la Marque France publié par l'agence W&Cie (enquête Viavoice) fait apparaître que, de manière quasiment unanime (94 % des personnes interrogées), les Français souhaitent la création d'un label de type "Origine France". Et, dernièrement, l'enquête "Les Français, le *made in France* et le fait main" réalisée en septembre dernier par OpinionWay, fait apparaître que, à la question "quand vous avez le choix, donnez-vous la priorité aux produits Français ?", 91 % des Français répondent "oui", soit "oui, plutôt" (56 %) ou "oui, tout à fait" (35 %). C'est un "acte citoyen" pour 88 % d'entre eux.

Préférence nationale

Sursaut patriotique ? Retour aux racines ? Quête de proximité et d'authenticité face à une mondialisation déshumanisée ou "chinoisée" (made in China) ? Des champignons de Paris viendraient de Chine ! Choix d'une consommation "engagée", "solidaire", "responsable" ? Le citoyen et le consommateur ne feraient-ils plus qu'un, convaincus que la défense des emplois en France passe aussi par leur mode de consommation ?² Persuadés que la France ne peut continuer à se désindustrialiser puisqu'ils sont 73 % à regretter le déclin de l'industrie française. Réflexe pavlovien : et si on créait une marque France ? "Je voudrais vous faire une suggestion : pourquoi ne pas ressusciter la marque France, "fabriqué en France" ?... Moi, je souhaite voir ce qui est fabriqué en France et ce qui ne l'est pas. Je pense





"La traçabilité de l'origine est aujourd'hui au cœur des enjeux d'une transparence souhaitée par un nombre croissant de consommateurs et d'entreprises..."

que c'est très important pour un certain nombre de nos compatriotes", suggère le Président de la République, Nicolas Sarkozy, lors de son discours de clôture des Etats Généraux de l'Industrie, le 4 mars 2010. Deux mois plus tard, Yves Jégo remet un rapport consacré à la problématique du marquage de l'origine : *En finir avec la mondialisation anonyme : la traçabilité au service des consommateurs et de l'emploi*. (www.profrance.org). "La traçabilité de l'origine est aujourd'hui au cœur des enjeux d'une transparence souhaitée par un nombre croissant de consommateurs et d'entreprises. Au-delà du prix ou de la marque, facteurs décisifs du geste d'achat, d'autres considérations, éthiques, sociales ou écologiques ne cessent de prendre de l'importance", souligne le rapport. De surcroît, l'extension de l'obligation du marquage d'origine, alors limitée à quelques familles de produits agro-alimentaires, dont les fruits et légumes et la viande bovine, est

alors au cœur de nombreux débats au sein des institutions européennes. Parallèlement, la Suisse et l'Italie engagent la réforme des conditions d'usage de leurs "Made in" respectifs pour en limiter les détournements.

Marque transversale

L'heure n'est donc plus à "la France qui tombe"³ mais à la France qui bombe... le torse. Sans pour autant franchir la ligne jaune, celle du national-protectionnisme !⁴ Après dix-huit mois de travaux pour la promotion du "Made in France", le label "Origine France Garantie", marque collective déposée à l'INPI, sort de ses limbes, le 19 mai 2011. Elle répond à deux préoccupations : "permettre au consommateur qui souhaite connaître l'origine d'un produit d'avoir une information claire et transparente, et éventuellement d'arbitrer sur ce critère ; permettre aux entreprises qui souhaitent valoriser le maintien, le développement ou le retour d'activités productives en France de le faire de manière efficace, sur le marché intérieur comme sur les marchés d'export."⁵ Aucune labelli-

2 - Sites : 100pour100-madeinfrance.fr ; Acheter-français.org (40 marques référencées) ; madine-france.com, premier annuaire de la fabrication française ; Achetons-français.net, le label de la consommation enracinée.

3 - La France qui tombe, Nicolas Baverez, Perrin, 2003.

4 - Le parti populiste italien de la Ligue du Nord lance une grande campagne pour bannir les restaurants étrangers des centres-villes historiques.

5 - En 1970, le PCF lançait la campagne "achetez français et produire français" ; En 1993, en pleine crise, les chambres de commerce et d'industrie avaient lancé une campagne de communication qui fit florès : "nos emplettes sont nos emplois" ; plus récemment, en 2008, le parti radical lance une pétition sur internet "mon pouvoir d'achat, c'est notre pouvoir d'emploi", www.petitionmadeinfrance.fr. Et en 2009, la filière lunetière rappelle, dans une campagne : "Regardez bien, dans ces lunettes, il y a des emplois, une région et même toute la France".

sation transversale et certifiée de l'origine n'existait à l'époque en France. L'agriculture biologique a le label AB, tandis que l'éco-label européen apparaît sur des produits et pour des services répondant à certains critères environnementaux. Seules existaient des labellisations infra-nationales, essentiellement sur les produits agro-alimentaires (AOC, IGP, Ingrédient Géographiquement Protégé...). Exceptés certains rares produits - miel, huile d'olive, fruits et légumes -, les mentions de type "Made in France", "Fabriqué en France" ou "Origine France" n'ont, à l'époque, aucun caractère d'obligation. En outre, les faiblesses ne manquent pas : appréciations différentes en fonction des administrations, rareté des contrôles et donc, multiples détournements ou usages peu scrupuleux de mentions qui peuvent induire le consommateur en erreur. Aussi, beaucoup d'entreprises jugent sans valeur la mention "Made in France". Il revient à Bureau Veritas Certification, choisi par l'association d'entreprises Pro France⁶ de mettre en place le référentiel et la gestion technique et opérationnelle du label. Deux critères cumulatifs doivent être respectés : au moins 50 % de la valeur du produit ont été acquis sur le territoire national, c'est-à-dire correspondent à des activités de production en France ; le(s) lieu(x) où le produit a pris ses caractéristiques essentielles (lieu de fabrication, d'ouvroison... pour des produits industriels, d'élevage, de culture... pour des produits agricoles) est situé en France⁷.

Brasseries Kronenbourg est le premier brasseur français à s'associer au lancement du label qui figurera sur la marque 1664 en janvier 2012 et sur Kronenbourg en mars. L'obtention de ce label est la reconnaissance que les matières premières utilisées (eau, malt, sirop de céréales) sont presque exclusivement françaises.

La marque France...

France Telecom, France Loisirs, France Champignon, France Inter, Air France, le XV de France, France Galop, Refjets de France, France Musique, France Culture, France 5, France 2, France 3, France 4, France 24, France 8, France Bleu, France Farine, France Agricole, France Soir, France Dimanche, France Télévision, UbiFrance, Douce France, Belle France, France rurale, France football, Gites de France, Stade de France, le Tour de France, EDF, GDF, SNCF, Miss France, Dames de France, paquebot France, Française des jeux..., Météo France, Mobilier de France, France Montagnes, Maison Française, certains partis politiques (PPF, RPF, UDF, PCF...)...



Outre la fabrication, la brasserie d'Obernai effectue la mise en bouteille et le conditionnement. Un savoir-faire alsacien est ainsi reconnu et valorisé. Partenaire du Club France de l'association mais non labellisé, Coca-Cola Entreprise avance que 95 % de ses produits vendus en France sont issus de ses cinq sites de production (Grigny, Clamart, Dunkerque, Castanet-Tolosan ou les Pennes Mirabeau) et à partir de 90 % de matières premières qui proviennent de fournisseurs français. Le groupe emploie également 2.700 collaborateurs sur ses différents sites. Pour preuve de sa présence historique en France, la marque publie le livre "une passion française" et son ancrage local dans différentes régions françaises s'exprime à travers une campagne de communication mettant en scène, en décembre 2009, des salariés français de ses usines, avec la mention "Made in... Avec fierté", clin d'œil au "Made in USA", déclinée selon le lieu des usines en "Made in Ile de France", "Made in Castanet-Tolosan" (près de Toulouse), "Made in Provence", ou "Made in Dunkerque". Egalement partenaire de l'association, Rossignol, ancré dans les Alpes, au pied du Mont-Blanc, depuis plus d'un siècle, fait le choix, en 2010, de relocaliser en Savoie la production de 60 000 paires de skis depuis la Chine. Une relocalisation qui a permis de créer quarante nouveaux emplois !

Les manières de prouver une fabrication d'origine française peuvent varier selon les marques. Régilait, par exemple, seul fabricant français de lait concentré sucré, entend se démarquer de la concurrence en indiquant sur son tube de 330 gr, en face avant, "fabriqué en France" et en apposant les couleurs bleu,

blanc, rouge, petit clin d'œil aux couleurs de la France. Vico rappelle en face arrière de ses packagings de chips, l'origine française de leur production. Sur son site, Mousline précise bien que "Pour faire cette purée, nous sélectionnons rigoureusement la qualité et l'origine française de nos pommes de terre. Installés au cœur de la Picardie, à Rosières en Santerre depuis 1963, nous garantissons le suivi de nos pommes de terre⁸ depuis le champ de culture jusqu'à cette purée. Nous travaillons avec des agriculteurs locaux, qui sont dans un rayon de 25km autour du lieu de production". Et, sur son nouveau packaging, un drapeau "qualité pomme de terre française" entoure un village... français ! Sur le ton de l'humour, Renault précise pour sa Mégane : "qualité version française". En écho, sous la forme d'une parodie en version allemande, aux constructeurs allemands, Volkswagen et Passat et leur slogan "Das Auto" et Opel Corsa qui met en avant le "Made in Germany" et son "Deutsche Qualität"⁹. Toyota, pour sa part, dont une usine est implantée à Valenciennes dans le

nord de la France, signe, pour sa nouvelle Yaris, "la Toyota made in France". Secteur particulièrement touché par les délocalisations, la chaussure sort le drapeau français : dans toutes leurs communications, Paraboot rappelle "Fabrication française", Heschung martèle "chaussures françaises fabriquées en Alsace depuis 1934". Un cran en dessous, les Paysan Breton, Produits de Bretagne, Breizh ou Corsica Cola, Beurre de Charente-Poitou..., soulignent leur origine et leur identité régionale... Pendant que, dans le même temps, en Chine, on observe une profusion de produits "made in Thaïlande", "made in India" ! Quand certains industriels français n'hésitent pas à relocaliser en France après avoir commencé la fabrication en Chine. Ainsi de Qooq, première tablette informatique fabriquée à... Montceau-les-Mines. Du bon usage des avantages comparatifs ! ■

6 - Pro France souhaite également être à l'initiative d'un réseau européen des "marques-pays".

7 - **Les partenaires** : Atol, Brasseries Kronenbourg, Charvet, Coca-Cola Entreprise, Rossignol, Seb, Senoble, Suez-Environnement. **Les labellisés** : Fagor Brandt, Atol les opticiens, les chaussures Ferrand, les couches-culottes Hamac, Brasseries Kronenbourg.

8 - Parmi les trois variétés de pommes de terre utilisées par Mousline, figure l'Astérix ! Plus français...

9 - Etiquette apposée sur les produits importés allemands en Angleterre à partir de 1887 pour inciter les consommateurs britanniques à acheter les produits anglais. L'expression est, aujourd'hui, synonyme de solidité.

Toyota, dont une usine est implantée à Valenciennes dans le nord de la France, signe, pour sa nouvelle Yaris, "la Toyota made in France".



NOTRE-DAME EST ENCORE DEBOUT,
LA TOUR EIFFEL AUSSI... VOTRE TOYOTA YARIS MADE IN FRANCE*
DEVRAIT VOUS FAIRE QUELQUES ANNÉES.

Outre son design élégant et son système Toyota Touch & GoTM réunissant dans un même écran tactile système audio, navigation, téléphone et caméra de recul, la nouvelle Toyota Yaris fabriquée à Valenciennes bénéficie du savoir-faire et de la qualité des produits Made in France[®]. Consommations L/100 km (Normes CEE) : cycle urbain/extraurbain/mixte de 4,9/3,9/5,9 à 6,0/4,7/5,4. Emissions de CO₂ (Normes CEE) : cycle mixte de 103 à 124 g/km (9 à 10). (1) Toyota Touch en série sur Dynamic, Style et Lounge. Touch & Go en option sur Dynamic, Style et Lounge. *Fabriquée en France.



TOYOTA TOUCH & GO

CAMÉRA DE REÇUL

CD/RADIO MP3

SYSTÈME BLUETOOTH[®]

GPS

NOUVELLE TOYOTA YARIS

LA TOYOTA MADE IN FRANCE[®]

toyota.fr

Today
Tomorrow
Toyota

Marcher est une valeur sûre.

"Fabrication Française"

www.paraboot.com