

« Vos achats sont nos emplois. » Rabâché, le message a fini par entrer dans les têtes : « **acheter français** » permet de **préserver l'emploi en France**. Plusieurs succès d'entreprises en attestent, au moment où s'ouvre à Paris le 4^e Salon des produits Made in France*.

Oui, le Made in France fait vendre!

PAR FRÉDÉRIC NIEL

FACE AUX IMPORTATIONS, souvent chinoises, massives et bon marché, certains entrepreneurs font figure d'irréductibles Gaulois. « Nous sommes les derniers à fabriquer des costumes en France », assure Gilles Attaf, président de Smuggler, qui emploie 150 salariés et génère un chiffre d'affaires annuel de 10 millions d'euros. Jusqu'en 2000, son usine de Limoges produisait à 70 % pour des marchés publics, comme les uniformes des postiers. « Tout s'est arrêté quand le ministère du Budget, qui gère ces marchés, a passé des contrats à l'étranger pour faire des économies, raconte-t-il. C'est ce genre de calcul à court terme qui a conduit nombre d'entreprises

françaises à la faillite. » Pour survivre, sa société a racheté quatorze magasins, supprimant les intermédiaires. Il est monté en gamme, vendant des costumes à plus de 600 euros. Il a rogné ses marges pour ne pas vendre plus cher que la concurrence d'Europe de l'Est ou du Portugal. Enfin, il a décroché le label Origine France garantie (OFG), certifiant que plus de la moitié de la valeur du produit est réalisée en France. « C'est devenu un critère important pour les clients, à condition que la différence de prix ne dépasse pas



10 % », observe Gilles Attaf. « Une entreprise de sacs-poubelle a augmenté ses ventes de 10 % après avoir été labellisée OFG, et des concessionnaires Peugeot m'ont dit que cela pesait désormais beaucoup dans les décisions d'achat », confirme Yves Jégo, président de Pro-France,

qui octroie ce label. Le député centriste a fondé cette association avec son collègue socialiste Arnaud Montebourg. En 2012, celui-ci avait fait jaser en posant pour un magazine en marinière Armor Lux, un mixeur Seb dans les mains. Aujourd'hui, bien des chefs d'entreprise remercient l'ex-ministre du Redressement productif d'avoir fait comprendre aux consommateurs qu'ils peuvent « voter pour l'emploi avec leur carte bleue ».

Des enjeux écologiques et sanitaires également

« Les gens réalisent que nous sommes allés trop loin dans le sacrifice de notre industrie, martèle Yves Jégo. Ils prennent aussi conscience des enjeux écologiques et sanitaires. Or les circuits courts entre producteur et consommateur garantissent une meilleure traçabilité des produits. » Fabriquer en France plutôt qu'en Chine permet, en outre, de réagir plus vite aux commandes, note David Soulard, qui dirige l'entreprise de meubles Gautier, en Vendée, où travaillent 930 salariés. Gautier exporte un quart de sa production, dans 65 pays. « Après avoir investi 10 millions d'euros dans l'automatisation, il faut trois heures, au lieu de trois jours, pour fabriquer une pièce. Et comme nos magasins sont connectés à l'usine, nous livrons la commande en trois semaines, contre trois mois pour des meubles venant de Chine. » Pour justifier l'éventuelle différence de prix, il faut surfer sur la mode et susciter le désir avec des innovations, comme des enceintes encastrées dans le meuble. Mais aujourd'hui, David Soulard entend, lui aussi, des clients affirmer qu'ils « font attention aux étiquettes. Invoquer le "Made in France" n'est plus ringard ».

Le coût du travail augmente moins vite

Grâce au Crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (Cice) instauré en 2013, le coût du travail pour les entreprises n'a augmenté, en France, que de 1,1 % entre 2012 et 2014, deux fois moins vite que la croissance salariale moyenne dans la zone euro, et même trois fois moins que les 3,2 % des salaires allemands, selon l'Institut

national de la statistique et des études économiques (Insee). S'il reste une légère différence entre les coûts horaires français et allemands (34,60 € en France contre 31,40 € en 2014), ils sont équivalents dans l'industrie (37 €) après les augmentations arrachées par les syndicats allemands, ajoute l'Insee. Seuls le Danemark, la Suède et la Belgique ont un coût de la main-d'œuvre plus élevé.

D'autres secteurs que l'on croyait dominés par les fabricants chinois, comme le jouet, tentent une reconquête. BioViva, inventeur de jeux de société sur le thème de la nature, est la première entreprise à avoir été labellisée OFG. « Il fallait être cohérent avec les valeurs que nous voulons transmettre », explique Jean-Thierry Winstel, 45 ans, qui l'a fondée il y a vingt ans et emploie dix salariés à Montpellier. Afficher le label certifiant l'origine française lui a permis d'augmenter ses prix de 10 à 15 %, sur certains jeux, sans perdre de parts de marché. Selon lui, « des désastres sociaux, comme l'effondrement de l'immeuble Rana Plaza (au Bangladesh en 2013, tuant plus d'un millier d'ouvriers de la confection, NDLR) ou les suicides d'ouvriers dans des usines de Chine,

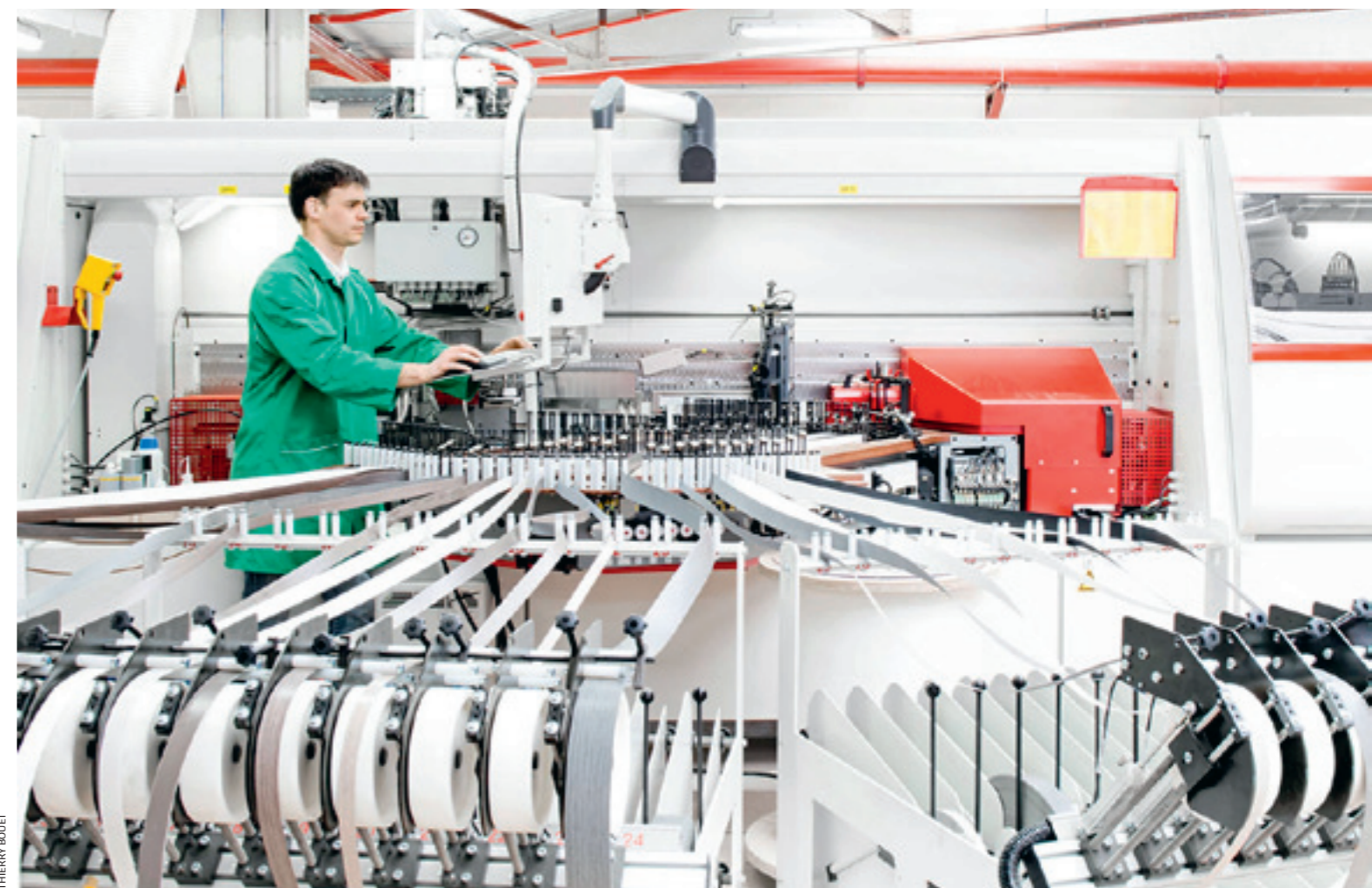
ont contribué à convaincre les clients d'acheter en France, où l'on respecte mieux les droits des ouvriers ». Pourtant, « quand la main-d'œuvre représente 80 % du coût du produit, le niveau de salaire en France est un handicap face à la concurrence », remarque Emmanuel Raynaud, patron des Petites Marie. Cette entreprise de marionnettes et peluches, fondée par ses parents, a connu son heure de gloire dans les années 1960 en créant des personnages de la télévision comme Nounours et Pollux. Après avoir délocalisé en Chine dans les années 1980, comme ses concurrents, Emmanuel Raynaud a relancé, à petite échelle, son activité à Amboise,

L'entreprise de meubles Gautier (930 salariés), installée en Vendée, a lourdement investi dans l'automatisation.

puis à Blois et Châteauroux. Pendant que des centaines d'ouvriers chinois fabriquent pour lui 250 000 peluches par an, vendues 22 euros pièce, une dizaine d'ouvrières en confectionnent 7 000 autres en France, vendues trois fois plus cher. « Le prix de la qualité française, explique-t-il. Et la condition pour être rentable. »

« Si les consommateurs réorientaient ne serait-ce que 3 % de leurs achats vers des produits français, cela aurait un impact énorme sur l'emploi », estime Yves Jégo. Certes, il en faudra plus pour réduire un chômage record. Mais quand on apprend que des Chinois ont contacté Smuggler en vue de vendre en France, on se dit que rien n'est perdu. ●

* MIF Expo, du 6 au 8 novembre, Parc des expositions, Porte de Versailles, Paris.



THIERRY BOUËT