



Les premières *Assises du Produire en France* se sont tenues à Reims les 10 et 11 septembre 2015, en présence de nombreux décideurs qui ont partagé leurs visions du *made in France*.

Assises de Reims

Le made in France made in Reims (1/2)

Deux décideurs politiques en première ligne

« Un devoir », « Une œuvre collective qui intéresse le pays tout entier », « Une cause nationale »... Yves Jégo, député UDI des Hauts-de-Seine, et Arnaud Montebourg, ancien ministre de l'Économie et du Redressement productif, ne ménagent pas leurs efforts à l'heure de défendre le « *Produire en France* ». Une cause qui a fait l'objet de deux jours d'assises à Reims, les 10 et 11 septembre.

Yves Jégo avait rendu un rapport parlementaire en mai 2010 à Nicolas Sarkozy sur le *made in France*. Arnaud Montebourg n'avait pas hésité à troquer sa chemise ministérielle pour une marinière à la une du *Parisien* pour faire la promotion des produits français. Des sensibilités différentes mais qui se retrouvent sur un point commun souligné par Arnaud Montebourg : « Il est utile, dans la lutte économique mondiale, parfois cruelle, de s'organiser, de s'unir pour défendre ce que nous avons coutume d'appeler le patriotisme économique, voire le patriotisme du quotidien ».

Prenant modèle sur le « *Let's bring our jobs back home* » (ramenons nos emplois à la maison) de Barack Obama, Arnaud Montebourg exhorte les entrepreneurs français à relocaliser l'outil industriel. « Vous êtes les hussards, en première ligne dans la défense de notre appareil productif », lance-t-il aux chefs d'entreprise présents aux Assises du Produire en France. De son côté, il s'engage avec Yves Jégo, au nom des décideurs politiques, à trouver les moyens de le faire. « C'est ce que font tous les jours les Japonais, les Allemands, les Espagnols, les Italiens et les Anglais », rappelle-t-il. « La France ne doit pas

avoir honte d'elle-même ; elle doit être fière de ses productions et de ses savoir-faire, de ses territoires qui savent exporter et défendre les productions. » Cela passe par un soutien aux entreprises mais aussi par une promotion auprès des Français de l'utilité de consommer bleu-blanc-rouge. C'est le sens du label *Origine France Garantie*, mis en place en 2011 et qui concerne aujourd'hui 450 entreprises et plus de 1 200 produits. « On vote avec la carte électorale tous les cinq ans, ajoute Arnaud Montebourg. Mais tous les jours, avec la carte bleue, on peut aussi voter et faire des choix dans sa vie quotidienne en questionnant sur les origines, en demandant ce qui se passe derrière l'acte productif. Derrière les marques souvent anonymes et silencieuses, il y a les origines parlantes, les histoires industrielles, les histoires d'hommes et de femmes enracinés sur les territoires. »

L'avis des chefs d'entreprise

Voilà pour les paroles. Mais qu'en est-il du côté des entrepreneurs ? « On ne peut pas innover sans produire, et on ne peut pas produire si on n'innove pas », explique Jean-Michel Bezat, journaliste au *Monde*, auteur d'*Enquête sur le made in France*. « Quand l'industrie s'en va, la R&D s'en va et délocalise, et ensuite il est difficile de la faire revenir. En France, c'est l'industrie qui finance la R&D. Donc sans industrie, pas d'innovation, même s'il y a de l'innovation dans les services », souligne le journaliste.

Arnaud Gobet, président d'*Innothéra* (groupe pharmaceutique centenaire), livre sa conception de la réussite du *made in France* : « Nous avons toujours produit en France. Produire et innover en France, c'est durable, surtout si on a des produits de haute

qualité qui ont un contenu technologique important et nécessitant une proximité certaine avec le consommateur ».

Pour Guillaume Cairou, président de Didaxis et président du Club des Entrepreneurs, innover ne suffit pas : « À l'heure où on a détruit près de 240 000 emplois en France en l'espace de trois ans, pendant que nos voisins américains en ont créé 3 millions par an sur la même période, il est impératif de susciter et de permettre la création d'entreprises en France. Or, pour créer des emplois en France, il faut produire en France plus qu'innover, car sans cet outil productif, les emplois ne peuvent être pérennisés ».

Contrairement aux idées reçues, les producteurs ne sont pas uniquement des industriels, comme le rappelle Nadine Foulon-Belkacemi, directrice d'*Orange Nord France*. « Orange n'est pas à proprement parler un producteur de produits, mais plutôt un fournisseur de services qui produit malgré tout du réseau. Sur 2014, nous avons travaillé avec un panel de 3 600 entreprises et acheté 7 milliards de produits en France pour pouvoir fournir ces services. Nous sommes donc un acteur direct de la production ». Et de l'innovation, puisque l'entreprise y consacre 2 % de son chiffre d'affaires annuel (730 millions d'euros).

Benjamin BUSSON

Article publié dans le cadre de RESO HEBDO ECO



Suite de cet article la semaine prochaine...