

Appel pour un « MADE IN FRANCE » d'avenir



Appel pour un « MADE IN FRANCE » d'avenir

Cet Appel pour un « Made in France » d'avenir est lancé par le réseau Entrepreneurs d'avenir avec le soutien de Generali et la participation active des fondateurs de A Little Market, de Séance Publique et du journal L'Entreprise. Il est le résultat de deux groupes de travail qui ont réuni en février 2012 des personnalités de tous horizons : dirigeants d'entreprises, responsables publics, experts, syndicalistes et journalistes¹.

Nous souhaitons que cet Appel s'enrichisse de la contribution d'autres acteurs économiques, politiques et sociaux et qu'il aboutisse à définir un horizon de réflexion et d'actions pour notre pays.

Un Appel pour changer de paradigme

Face aux pays dont le coût du travail et la législation sociale sont incomparablement inférieurs à ceux de la France, la compétitivité ne peut se résumer au coût salarial. Nous plaçons le dialogue et la cohésion sociale dans l'entreprise comme des facteurs clés de progrès et de compétitivité. Il faut par ailleurs actionner d'autres leviers essentiels de compétitivité hors prix : innovation, qualité, savoir-faire, attrait pour la marque France. L'objectif est de minimiser l'importance du prix de revient par rapport à la chaîne de valeur du produit fabriqué localement et qui devient le vrai critère de différenciation.

Une stratégie de reterritorialisation de l'offre est d'autant plus pertinente qu'elle répond à un attrait croissant des consommateurs pour la proximité, la transparence et la traçabilité des produits. On assiste en effet à un mouvement « d'enracinement dynamique » de la consommation sur lequel nous voulons nous appuyer.

Le soutien et le développement de la production en France, dès lors qu'ils sont affichés comme des objectifs nationaux prioritaires, doivent s'inscrire dans une évolution culturelle qui nous fasse passer d'une société de la consommation à une économie de la production. Le « Made in France » implique donc un réel changement de paradigme devant se traduire, au-delà de mesures sectorielles, dans tous les aspects de la vie économique (innovation, politique industrielle, fiscalité, formation...). Il doit prioritairement intégrer des dimensions sociétales et environnementales enrichissant ainsi la valeur ajoutée des entreprises du territoire national et européen.

Comment faire pour que la France soit une Terre d'innovation, une Terre de talents, de compétitivité et une Terre de référence, quatre axes pour un Made in France d'avenir ?

Nous appelons de nos vœux un « Grenelle ou sommet du produire local, durable et responsable ».

¹ Liste des contributeurs à l'Appel en fin de texte.

1. France : Terre d'innovation

Pour favoriser l'émergence de nouveaux projets, produits et services, nous appelons à soutenir l'innovation dans toutes ses dimensions

« Made in France » ne signifie pas seulement « produit en France » mais aussi « pensé, inventé et développé en France ».

L'innovation est un gage de localisation de la production en France en permettant de rapprocher la R&D et le savoir-faire industriel.

Le soutien à l'innovation doit être total et destiné prioritairement aux PME et PMI, dans une approche ouverte qui ne cantonne pas l'innovation à la recherche scientifique et à la haute technologie.

L'aide à l'innovation doit aussi recouvrir l'amorçage, le développement, la mise sur le marché, l'usage et le progrès social et environnemental.

L'enjeu est donc de développer les innovations et de maîtriser les procédés de fabrication afférents afin d'éviter la délocalisation et la perte des savoir-faire productifs.

Revisitons le crédit d'impôt recherche

- Un CIR qui bénéficie avant tout aux PME, PMI et ETI plutôt qu'aux grands groupes déjà suffisamment structurés pour capter des financements, y compris européens.
- Un CIR dégressif selon la taille de l'entreprise. Un CIR indexé sur le chiffre d'affaires de l'entreprise.
- Un CIR conditionné à la fabrication en France des produits issus de la recherche.
- Un CIR qui concerne toutes les innovations (scientifiques, technologiques, d'usage, sociales.
- Un CIR particulier pour l'industrie. Pourquoi pas un crédit d'impôt industriel ?

Cultivons et diffusons la recherche et l'innovation

Nous souhaitons souligner ici l'importance de la coopération entre entrepreneurs, chercheurs et le soutien au dépôt de brevet des PME-PMI.

- Envoyer pendant plusieurs mois les futurs jeunes diplômés (écoles et universités) dans les laboratoires de recherches.
- Renforcer les liens entre les centres de recherche des universités et les entreprises afin de favoriser l'exploitation des brevets.
- Inventer le dépôt de brevet par l'Etat et/ou les collectivités territoriales pour le compte des PME.

2. France : Terre de talents

Pour que notre compétitivité soit celle de nos talents, nous appelons à placer le capital humain au cœur de notre économie

Notre compétitivité passe par l'implication des salariés et une cohésion sociale forte.

- Faire des salariés des ambassadeurs du « Made in France ».
- Associer les salariés et les syndicats au processus d'innovation et aux choix stratégiques de production.

Nous appelons à miser sur les métiers industriels, artisanaux et sur la diversité des compétences

Le système d'éducation et de formation français est trop déconnecté des besoins réels des entreprises et ne valorise pas assez les métiers techniques et industriels.

Les PMI sont de fait peu attractives, pour les ingénieurs comme pour les ouvriers qualifiés, et risquent de souffrir d'une paupérisation de leurs compétences.

- Construire une communication positive autour des succès du « Made in France », de la richesse des métiers techniques, industriels, artisanaux et des savoir-faire français.
- Mettre en place un plan de relance et de valorisation des filières de formation initiale, technique ou d'ingénieurs, en partenariat avec les entreprises industrielles.
- Mettre ponctuellement à disposition des PME et PMI des compétences (en innovation, marketing, export...) pour les aider à passer des caps et à se développer, dans une logique de solidarité territoriale.
- Orienter les jeunes non plus par défaut mais pour leur talent, vers les métiers techniques et industriels.
- Miser davantage sur l'apprentissage, qui permet aux PME d'identifier des talents et de sécuriser des recrutements. Inventer un contrat d'apprentissage du collège à l'enseignement supérieur et tout au long de la vie. Il n'y a pas d'âge pour l'apprentissage.

3. France : Terre de compétitivité

Nous appelons à une politique industrielle basée sur la coopération et la solidarité interentreprises, la territorialité et le développement de filières

La référence au « Made in France » doit être offensive pour gagner des parts de marché et créer des emplois. Il faut pour cela des choix politiques clairs qui visent l'industrie et la logique productive, en opposition à la logique consumériste et du low cost qui a prévalu jusqu'alors. Il s'agit de donner à la « Marque France » une réalité d'excellence industrielle qui fait aujourd'hui défaut, surtout à l'international.

- Favoriser une démarche cohérente et solidaire entre les PME-PMI et les grands groupes, dans une logique de construction et de consolidation de filières industrielles. Cette solidarité doit se faire sur la R&D, l'exportation, les délais de paiement, la présence dans les salons internationaux, le développement durable.
- Faire le bilan objectif des pôles de compétitivité pour les réorienter si nécessaire au service du Made in France d'avenir.
- Repenser la politique et la gouvernance industrielle en y intégrant et associant les territoires.
- Inventer une gouvernance industrielle territoriale en rapprochant les acteurs locaux et en rationalisant leurs moyens (financement, formation, accompagnement).

Nous appelons à favoriser l'origine France dans la commande publique

La commande publique en France est encadrée par les contraintes européennes, basée sur le moins-disant financier, qui ne valorise aucunement la production française et peu le développement durable.

Nous sommes convaincus de la nécessité d'introduire dans les marchés publics des clauses de production locale et de progrès social et environnemental.

- Introduire dans les appels d'offres publics des critères de production locale et de développement durable et passer ainsi du moins disant au mieux disant.

Nous appelons une politique fiscale et sociale favorable à l'emploi industriel

Notre législation du travail et notre fiscalité doivent s'adapter par la négociation avec les partenaires sociaux pour alléger le coût du travail industriel et encourager l'emploi. La TVA sociale, trop générale ne répond pas à cet objectif. Notre politique fiscale et sociale doit être imaginative et incitative à la création d'emplois industriels.

Nous appelons à une fiscalité différenciée favorable aux produits et services réalisés dans de bonnes conditions sociales et environnementales

Nous pensons que la fiscalité peut favoriser les produits à des conditions sociales et environnementales optimales et tracées. Cette fiscalité pourrait s'appuyer sur l'analyse du cycle de vie des produits locaux et importés ainsi que sur les conditions sociales de production. Elle profiterait presque *de facto* aux produits fabriqués en France et en Europe. Cela entraînerait une concurrence positive et une dynamique de développement durable.

- Appliquer une TVA réduite aux produits dont l'externalité négative environnementale et sociale est inférieure à un certain seuil et prouvée.
- Renforcer les dispositifs d'incitation à la relocalisation de productions.
- Favoriser les réorganisations ou rationalisations industrielles génératrices d'emploi et de compétitivité nationale.

Nous appelons à développer l'artisanat et les circuits courts de production et de distribution

L'artisanat et les productions locales sont des gisements de créativité et d'emploi à encourager.

- Promouvoir l'artisanat et les métiers de l'artisanat.
- Mettre à disposition des artisans des locaux publics ou privés disponibles pour leur permettre de présenter et vendre leurs produits.
- Favoriser les circuits courts de distribution.

4. France : Terre de référence

Nous appelons à un organisme public territorialisé souple et moderne pour soutenir l'industrie et concentrant les pouvoirs d'information, de soutien et de promotion de l'industrie

L'industrie doit avoir une adresse dans chaque région, son agence publique de développement.

Nous appelons à inscrire le « produire local » dans le Développement durable grâce à une labellisation reconnue « Made in France » et à un éco-socio-rating des produits et services.

Nous pensons que le Label Origine France Garantie, de création récente, doit être développé et qu'une labellisation portant plus largement sur le respect de critères sociaux et environnementaux doit être généralisée. Les labels de type écoconception ont l'avantage de ne pas distinguer les pays de production mais la qualité. L'optimisation du poids écologique d'un produit permet généralement d'en optimiser le poids économique, donc le prix de revient.

La stratégie « Made in France » doit s'inscrire dans une logique de développement durable, idéalement à l'échelle européenne. Ainsi naîtra un modèle européen fondé sur la réciprocité et non sur le protectionnisme.

- Capitaliser sur le label Origine France Garantie en l'améliorant et le développant.
- Développer un label ou un système de traçabilité sociale et environnementale associé au label Origine France Garantie pour orienter l'acheteur.
- Encourager le système de surcoût non margé pour les filières industrielles privilégiant le développement durable (exemple : label Altext).

Nous appelons à développer La marque France

Il existe un lien symbolique entre toute marque et sa supposée origine territoriale. Les industriels doivent avoir intérêt à ancrer leur production sur le territoire français et bénéficier, localement ou à l'étranger, de l'imaginaire France.

- Développer une stratégie de luxe dans tous les secteurs, faisant de notre pays un élément de non-comparabilité.
- Travailler sur l'imaginaire de la marque France, notamment sur les savoir-faire français, à l'image du luxe et de la gastronomie.

Les participants à cette production collective

Adrien de Tricornot - Journaliste et co-auteur de <i>L'Inévitable protectionnisme</i>
Capucine Fandre - Présidente de Séance Publique
Christian Blanckaert - Président de Petit Bateau
Christian Houel - Président de Pillivuyt
Delphine Verron - Gérante de Labo Electrofrance
Didier Havette - Accompagnateur CDC entreprises
Eric Bascle - Directeur Groupe Industrie et Stratégie de Devanlay
Eric Boël - Directeur Général des Tissages de Charlieu, fondateur d'Altertex
François Garreau - Responsable développement durable de Generali
François Kermoal - Directeur de la rédaction de L'Entreprise
Georges Fontaines - Président du Conseil de Surveillance de Techné
Gervais Johanet - Directeur adjoint de HEC Entrepreneurs
Gilles Attaf - Président de Smuggler
Gilles Moutel - Directeur Général de Sofi Ouest
Guy Babolat - Président Directeur Général de la Scop Bourgeois
Isabelle Martin - Secrétaire confédérale de la CFDT
Jacques Huybrechts - Directeur associé de CHK, fondateur d'Entrepreneurs d'avenir
Jean-Noël Kapferer - Professeur à HEC Paris spécialiste des marques
Michel Maffesoli - Sociologue
Nicolas Cohen - Co-fondateur de Incubart
Nicolas d'Audiffret - Co-fondateur de Incubart
Olivier Babeau - Professeur Paris 8 et Dauphine
Patrick Pierron - Secrétaire national CFDT en charge de la question du travail
Philippe Joffard - Président Directeur Général du Groupe Lafuma
Romain Ferrari - Président Directeur Général du Groupe Ferrari
Romain Millet - Directeur Général de Le Chameau
Sandrine Murcia - Présidente de Silicon Sentier
Vincent Gruau - Président Directeur Général de Majencia
Yves Jégo - Ancien Ministre et Député Maire de Montereau-Fault-Yonne

ENTREPRENEURS D'AVENIR

Ce réseau, soutenu depuis 2009 par Generali, offre aux dirigeants d'entreprise un cadre de réflexion, d'action et de progression ainsi qu'une plateforme de liens et d'échanges pour communiquer sur leurs bonnes pratiques en matière de responsabilité sociétale. Les dirigeants conscients de la nécessité d'entreprendre autrement ont toute leur place au sein du réseau.

Plus d'information sur www.entrepreneursdavenir.com

Suivez nous sur les réseaux sociaux

<http://twitter.com/EntrepreneurAv>

<http://on.fb.me/gTqrlp>