

Extrait du CDURABLE.info l'essentiel du développement durable

<http://cdurable.info/Plus-de-la-moitie-du-made-in-France-est-importee.html>

Plus de la moitié du made in France est ... importée.

- Finance - Contribution Economique - Entreprises durables -



Date de mise en ligne : mardi 19 mars 2013

Copyright © CDURABLE.info l'essentiel du développement durable - Tous
droits réservés

En France, les critères de définition d'un produit made in France sont paradoxaux. Un produit peut avoir acquis plus de 50 % de sa valeur à l'étranger et être estampillé « fabriqué en France ». La création du label Origine France Garantie en 2010 témoigne d'une quête de cohérence dans la définition du made in France. Mais la question est loin d'être simple à traiter.

Jusqu'aux [États-Unis](#), on a entendu parler de la croisade du gouvernement français et de son ministre du Redressement productif pour le made in France. Si les journalistes de BusinessWeek semblent dubitatifs sur la capacité de notre gouvernement à « *prévenir ainsi la destruction continue d'emploi* » en France, il faut bien concéder que François Hollande et ses ministres ne sont pas les premiers à s'être emparés du sujet. Malgré la relative ancienneté du débat, l'intérêt du sigle made in France n'est en rien acquis. À l'heure actuelle en effet, il s'agit plus d'une coquille vide que d'une véritable garantie pour les consommateurs qui se voudraient responsables.

Le made in France, un concept vide de sens ?

Défendu par Nicolas Sarkozy lorsqu'il était chef de l'État, vanté par François Bayrou comme « *une démarche civique* » pendant la campagne présidentielle, repris par Arnaud Montebourg comme son fer de lance, le made in France est devenu en peu de temps un incontournable du débat économique. L'intérêt des politiques français pour le sujet ne faiblit pas. Et d'ailleurs, après avoir posé en marinière Armor Lux pour promouvoir l'industrie française, le ministre du Redressement productif déclarait fin octobre 2012 vouloir obtenir des enseignes de la grande distribution la création de rayons made in France. « *Comme elles l'ont fait pour le bio* », déclarait Arnaud Montebourg. Mais ces deux choses sont-elles seulement comparables ?

Qualifier un produit de « *bio* » est une tâche relativement simple : d'après la [législation](#) européenne, il suffit pour cela de contrôler que le produit a été cultivé à l'abri de toute exposition à des « *produits chimiques de synthèse* ».

<dl class='spip_document_8989 spip_documents spip_documents_left' style='float:left;'>



Le Made in France, il y croit, on l'a testé. Le Parisien Magazine

La définition du made in France est pour sa part extrêmement ambiguë, pour ne pas dire floue. La marinière Armor Lux d'Arnaud Montebourg affiche ainsi fièrement son « *made in France* », mais, le directeur de la société, Jean-Guy Le Floch ne cache pas que cet article est pour l'essentiel produit hors de France. « *Nos produits sont fabriqués à 40% en France, 45% au Maghreb [...]. S'y ajoute un complément en Bulgarie, au Maroc et en Inde pour le coton équitable* », explique-t-il en toute honnêteté dans une longue interview donnée pour Fashion Daily News.

Le Code des douanes de la Communauté européenne prévoit seulement qu'une marchandise « *est originaire du pays où a eu lieu la dernière transformation [...] ayant abouti à la fabrication d'un produit nouveau ou représentant un stade de fabrication important* » (article 24). Quant au Code des douanes françaises, il [interdit](#) l'importation de produits étrangers comportant toute mention « *de nature à faire croire qu'ils ont été fabriqués en France où qu'ils*

soient d'origine française ». Le texte stipule également qu'un produit peut être estampillé « *made in France* » ou « *fabriqué en France* » à condition d'avoir pris 45 % au moins de sa valeur ajoutée en France.

En vertu de cette définition a minima, la marinière d'Arnaud Montebourg est bel et bien made in France. Pour le consommateur-citoyen en revanche, autant dire que cette mention ne présente aucun intérêt puisqu'elle ne lui permet pas de faire la distinction entre les produits issus de l'importation, et ceux dont la réalisation a majoritairement profité au tissu économique français. Pour remédier aux paradoxes de la loi, des initiatives de labélisation ont donc vu le jour.

La labélisation comme solution ?

<dl class='spip_document_8986 spip_documents spip_documents_left' style='float:left;'>

label Origine France Garantie

En 2010, le député Yves Jégo remettait à Nicolas Sarkozy un rapport élégamment intitulé. En finir avec la mondialisation anonyme - La traçabilité au service des consommateurs et de l'emploi résumait ainsi fort bien les principaux enjeux du made in France : favoriser la production nationale en informant le consommateur et en lui permettant ainsi de privilégier les produits dont l'impact positif est le plus grand pour l'économie française. Ce rapport a débouché sur la création d'un label. Baptisé **Origine France Garantie**, il assure aux consommateurs que l'origine française du produit est une réalité économique et pas seulement administrative.

Le bureau de certification Véritas délivre ce nouveau label en s'appuyant sur un cahier des charges plus étroit, et plus cohérent. Tout article éligible doit ainsi « *prendre ses caractéristiques essentielles en France* », et acquérir 50 à 100 % de sa valeur ajoutée d'autre part. Fort de ces critères sélectifs, le label comptait, fin 2012, plus de 200 entreprises dont une écrasante majorité de PME. Même les entreprises en B to B se font certifier : elles représentent « *40 % de nos clients* » peut-on lire dans [Les Echos](#) qui rapportent les propos Jacques-Henri Semelle, le secrétaire général [l'association Pro France](#) en charge du label.



Le succès de la démarche semble évident, et pourtant.

Déjà les critiques pleuvent sur ce nouveau label. Sa légitimité a notamment [été contestée](#) en ce sens qu'elle ne tenait compte que du coût de revient du produit. Interrogé par Capital.fr, le secrétaire de l'Union française des industries de l'habillement, François-Marie Grau, expliquait ainsi : « *moins les composants achetés à l'étranger sont chers, plus la part de la valeur ajoutée française est importante* ». L'argument n'enlève rien au fait que l'impact économique positif d'un produit labélisé par Véritas est plus grand que celui simplement estampillé « *made in France* ». Mais François-Marie Grau montre que le label Origine France Garantie ne renseigne pas forcément très bien, comme le consommateur pourrait l'espérer, sur l'origine du produit. Quoi qu'il en soit, les outils qui servent à qualifier le made in France sont toujours en pleine maturation.

Face aux mauvaises pratiques et aux risques de désinformation du consommateur, la démarche de labellisation semble s'imposer aujourd'hui comme la solution la plus pertinente pour donner une consistance au concept de made in France. Il revient notamment au label Origine France Garantie d'avoir su remettre un peu d'ordre dans le critère de

définition d'un produit français, dont la consommation a un impact positif fort sur l'économie nationale. Pour autant, la valse des étiquettes n'a pas fini de faire tourner la tête aux consommateurs français. Il est encore difficile de se procurer des informations sur l'origine des composants des produits. Par ailleurs, est-il besoin de souligner l'incompréhension qu'entretient la cohabitation de plusieurs mentions comme « *made in France* » ou « *Origine France Garantie* » ? Ainsi y a-t-il fort à parier que, tant que cohabiteront ces terminologies ambiguës, les producteurs peineront à faire valoir leurs produits sur le marché, et le discours des politiques continuera de faire sourire.

BFM TV - Made in France : une fausse bonne idée ?

Post-scriptum :

