

**CONCOURS EXTERNE POUR LE RECRUTEMENT D'INSPECTEURS DES DOUANES
ET DROITS INDIRECTS**

SESSION 2022

ÉPREUVE ÉCRITE D'ADMISSIBILITÉ N°1

(DURÉE : 4 HEURES – COEFFICIENT 6)

**Rédaction d'une note de synthèse à partir d'un dossier relatif aux
questions économiques, financières et sociales**

À partir des documents suivants, vous rédigerez une note d'environ
4 pages consacrée aux enjeux des relocalisations.

AVERTISSEMENTS IMPORTANTS

L'usage de tout matériel autre que le matériel usuel d'écriture et de tout document autre que le support fourni est **interdit**.

Toute fraude ou tentative de fraude constatée par la commission de surveillance entraînera l'**exclusion du concours**.

Toute mention d'un lieu géographique ou présence d'**éléments permettant d'identifier le candidat** sera considérée comme une **rupture d'anonymat** et entraînera l'**exclusion**.

Veillez à bien indiquer sur votre copie le nombre d'intercalaires utilisés (la copie double n'est pas décomptée).

Il vous est interdit de quitter définitivement la salle d'examen **avant le terme de la deuxième heure**.

Le présent document comporte **29 pages** numérotées.

Liste des documents

- Document 1 :** **Pas de relocalisations sans allègements fiscaux et réglementaires**
Nicolas Marques, Institut Molinari.org, 13 avril 2020
- Document 2 :** **Relocalisation et Made in France : utopie ou réalité économique ?**
Anne Taffin, maddyness.com, 12 août 2020
- Document 3 :** **Relocalisation, souveraineté, réindustrialisation, résilience : ne confondons pas tout !**
Thierry Weil, La Fabrique de l'Industrie.fr, 18 septembre 2020
- Document 4 :** **Arrêter d'acheter chinois ? Tentant mais...coûteux !**
Claire Bader, Capital.fr, 18 septembre 2020
- Document 5 :** **Industrie : l'emploi ne devrait pas trop profiter des relocalisations !**
Capital.fr, 22 septembre 2020
- Document 6 :** **Ces entreprises qui ont relocalisé leur production en France**
Marques de France.fr, 25 septembre 2020
- Document 7 :** **Relocalisation : le défi se joue aussi dans l'industrie pharmaceutique**
Perspectives industrie.fr, 13 novembre 2020
- Document 8 :** **La France, championne des délocalisations selon France Stratégie**
Grégoire Normand, La tribune.fr, 20 novembre 2020
- Document 9 :** **Le « made in France » et ses obstacles**
Léonard Naraych, LVSL.fr, 7 décembre 2020
- Document 10 :** **Made in France : un enjeu de relance économique porté par les consommateurs**
La French Fab.fr, 14 janvier 2021

Document 1

Pas de relocalisations sans allègements fiscaux et réglementaires

Nicolas Marques, Institut Molinari.org, 13 avril 2020

Les insuffisances françaises face à la crise du Covid19 donnent lieu à une attaque en bonne et due forme de la mondialisation. On assiste à une multiplication des discours visant à retrouver notre souveraineté, notamment dans le domaine sanitaire. Mais l'enjeu pour la France est, avant tout, de corriger ses faiblesses internes. Extraits d'un entretien publié dans Atlantico le 13 avril 2020.

Atlantico : *Quel est le poids de la fiscalité française dans la délocalisation de certaines productions, pourtant essentielles notamment en temps de crise sanitaire ? Comment réunir les conditions fiscales pour un retour de ces productions en France ?*

Nicolas Marques : La fiscalité française pousse aux délocalisations et aux importations. Nous avons la triple spécificité d'avoir des charges sociales, des impôts sur les sociétés et des impôts de production très élevés. Ces fiscalités expliquent la persistance d'un chômage anormal en France. Avec plus de 8 % de chômage, soit 1,5 points de plus que la moyenne européenne, nous avons 500 000 chômeurs en trop par rapport à nos voisins. Pour résorber ce chômage et préserver, voire reconstituer, des capacités de production, nous aurions besoin d'une fiscalité plus clémente.

Le grand public commence à comprendre qu'augmenter les charges sociales conduit les entreprises à des comportements malthusiens de la part des employeurs. Mais il est moins réceptif à l'intérêt pour la collectivité de baisser la fiscalité sur les entreprises. Pourtant, d'un point de vue économique, cette fiscalité pénalise, au-delà des actionnaires, les consommateurs, les salariés et les chômeurs. Elle renchérit les prix de vente, incite à la modération salariale et aux délocalisations.

Si l'on veut relocaliser, la priorité est de réduire massivement les impôts de production. La France est la championne en la matière, avec 109 milliards d'impôts de production en 2018. C'est autant que 23 pays de l'Union européenne, Allemagne comprise. Ces impôts sont particulièrement nocifs. Ils sont calculés en amont du résultat, par exemple sur le chiffre d'affaires, la masse salariale ou la valeur ajoutée. Ils pénalisent les activités en fonction de critères arbitraires, indépendants de leur rentabilité. Cela incite les entreprises à délocaliser les productions à faible valeur ajoutée, ce qui explique pourquoi l'essentiel de la fabrication de masques et matériels de protection se fait à l'étranger.

Les impôts de production français sont aussi particulièrement excessifs dans le domaine du médicament. Ils représentent de l'ordre de 8 % du chiffre d'affaires ce qui, là encore, surenchérit les coûts de production. La France est le pays d'Europe dans lequel l'excédent brut d'exploitation de l'industrie pharmaceutique est le plus faible, avec à peine 9 % du chiffre d'affaires, contre 22 % dans l'Union européenne en 2017. Conséquence, les groupes pharmaceutiques sont incités à investir moins et à délocaliser. C'est ce qui explique pourquoi 60 % de la poudre de paracétamol, nécessaire à la fabrication du Doliprane, provient de Chine.

Atlantico : *L'administration française, et notamment les normes imposées aux entreprises, a-t-elle eu un impact dans la délocalisation de ces productions ?*

Nicolas Marques : Nos réglementations sont, en effet, une source de rigidités. Elles complexifient l'action des entreprises dans tout une série de domaines, des investissements à la gestion du personnel. Selon la Banque mondiale, la France est seulement 32^{ème} en matière de facilité à conduire une activité économique, ce qui nous place entre la Chine et la Turquie, après une

grande partie de voisins européens. La surréglementation française se surajoute à la tendance réglementaire européenne. Dans beaucoup de domaines nous sur-transcrivons les directives, ce qui contribue à renforcer notre carcan réglementaire.

A cela s'ajoute un interventionnisme capitalistique intéressé ou moralisateur. La loi « Florange » et les droits de vote double, l'obligation de domiciliation fiscale en France des patrons des grandes entreprises, les interférences publiques en matière de dividendes exaspèrent et poussent les entreprises à s'expatrier. Ce n'est pas un hasard si Airbus et STMicroelectronics sont de nationalité néerlandaise et si le futur groupe Fiat Chrysler-PSA devrait les rejoindre. Nos voisins néerlandais sont 25^{ème} dans l'indice de liberté économique Fraser, là où la France est seulement 50^{ème} sur 162. Ajoutons que ce mouvement touche les entreprises de toute taille, nombre de dirigeants de PME ont fait le choix de migrer en Belgique ou Suisse pour se mettre, au moins à titre personnel, à l'abri de la bureaucratie française.

Atlantico : *En somme, l'impression générale est que les systèmes fiscaux et administratifs de la puissance publique française sont trop "lourds", faut-il aller vers une simplification globale pour espérer retrouver une autonomie dans certains secteurs clés ?*

Nicolas Marques : Il faudrait aller vers des simplifications globales. La fiscalité et la surréglementation française étouffent l'économie, en poussant les entreprises et les individus à s'exiler. Cette inflation fiscale et réglementaire pénalise toute la société, bien au-delà de la production de biens et services marchands.

On en pâtit même dans la lutte contre le coronavirus, entravée par des normes tatillonnes, contradictoires et contreproductives. Alors que nous manquons de masques, l'Etat s'est arrogé le droit de réquisitionner les stocks, productions et importations à venir. Etant lui-même prisonnier de règles d'achat public inadaptées, il n'a pas réussi à se procurer en direct les matériels de protections qui manquent. Notre surréglementation se retourne aussi contre nous lorsqu'il s'agit de déployer une politique massive de tests. Jusqu'au 7 mars, la quasi-totalité des laboratoires privés de biologie médicales privés n'avait pas le droit de faire des tests de dépistage pour des raisons normatives. De même, il a fallu attendre le 5 avril pour que les laboratoires vétérinaires publics soient autorisés à intervenir, alors qu'ils disposent de capacités de test massives et connaissent de longue date les coronavirus.

Malheureusement, l'expérience montre que nous ne sommes pas les plus efficaces lorsqu'il s'agit d'alléger les contraintes administratives. En dépit des efforts déployés par l'actuel gouvernement, la France est 41^{ème} et dernière dans l'Indice de flexibilité de l'emploi publié par le Lithuanian Free Market Institute, avec la méthodologie de la Banque mondiale.

De même, la remise à plat et la réduction des impôts de production se fait attendre. Ce sujet est sur la table depuis des années, mais on reste au stade des effets d'annonce. Dans le plan d'urgence gouvernemental, il n'y a aucun gel d'impôt de production. Pourtant, la lente agonie de l'économie française risque de s'accélérer dramatiquement avec la pandémie et le confinement. Une partie significative de l'économie est à l'arrêt, chose que l'on ne constate pas en Allemagne. Si les impôts de production ne sont pas massivement réduits, les discours sur l'intérêt de relocaliser les productions resteront des vœux pieux.

Document 2

Relocalisation et Made in France : utopie ou réalité économique ?

Anne Taffin, maddyness.com, 12 août 2020

Pénurie de matériel et dépendance pharmaceutique... La crise du Covid-19 n'aura pas que des incidences sanitaires. En pointant du doigt les méfaits de la mondialisation, le Covid-19 remet sur le devant de la scène le sempiternel débat du Made In France.

La crise du Covid-19 a remis en haut de la pile un dossier sur lequel de nombreux politiques et économistes se sont déjà cassés les dents, celui de la relocalisation. La pénurie de masques, de blouses, de respirateurs mais aussi de certains médicaments témoigne d'un réel problème de dépendance concernant certains biens stratégiques. « *Les difficultés d'approvisionnement peuvent poser un problème stratégique [...] On ne peut pas dépendre à 95 % de la fourniture de batteries électriques venues de Chine ou d'Asie* », expliquait Bruno Le Maire le 21 mars 2020.

Les secteurs industriels et électroniques font également entendre leurs voix sur le sujet. Un aimant qui manque, une pièce qui reste bloquée à l'autre bout du monde et toute une chaîne de montage est mise à l'arrêt. Le Covid-19 permettra-t-il ce sursaut tant attendu du Made In France ? Ou cette vague de nationalisme viendra-t-elle s'échouer sur le mur des contraintes économiques qui la freine depuis tant d'années ?

Des indicateurs au vert côté consommateurs

Le 10 avril dernier, un collectif d'associations lançait une consultation citoyenne sur « *comment inventer ensemble le monde de demain* ». En à peine 10 jours, 294 propositions de relocalisation étaient postées. Parmi les principaux secteurs concernés arrivent en tête la santé (médicaments, matériel), l'énergie, le textile et le secteur agricole. L'objectif est clairement établi : la France doit retrouver une autonomie de production et une indépendance sur des produits vitaux. Ce mouvement, renforcé par la crise, n'est pas nouveau.

D'après le sondage réalisé par Cetelem et Harris Interactive, 52% des Français·e·s consomment plus de produits locaux et 44% plus de produits Made In France qu'il y a trois ans. Les poulets lavés à l'eau de javel made in USA et les étiquettes made in Bangladesh des vêtements à bas prix ne font plus autant recette dans l'Hexagone. Les citoyens et citoyennes sont « *sensibles à la notion d'image de marque et une bonne campagne de dénigrement sur internet peut facilement réorienter les préférences d'achat* », estime Catherine Mercier Suissa, enseignante-chercheuse à iaeLyon School of Management – Université Jean Moulin, spécialiste des questions de relocalisation/délocalisation. Mais leurs bonnes intentions se traduisent-elles vraiment dans les faits? « *Les consommateurs finaux n'ont pas toujours les moyens d'acheter du Made In France* », tout de même plus cher que sa copie à petit prix. Pour maître Foucault, avocat en droit des douanes, « *la crise va apporter de nombreux problèmes économiques et financiers* ». Les Français·e·s risquent alors de vouloir sécuriser leurs économies, et de dire au revoir au made in France avant même qu'il ne se réinstalle ?

La pénurie remplacera t-elle l'éthique dans le B2B ?

Dans le marché du B2B, l'éthique n'a pas la même place que pour les clients. « *Quand une entreprise boycotte un fournisseur, c'est parce que le produit est de mauvaise qualité, aucunement pour une raison d'éthique* », explique Catherine Mercier Suissa. Selon une étude réalisée par AgileBuyer et le Conseil national des achats, « *le Made In France (ou l'achat local) est considéré par une majorité d'acheteurs (53%) comme un critère d'attribution du business* ». Mais en creusant un peu l'étude, on s'aperçoit que cette intention dépend réellement des secteurs et du consommateur final. Dans l'hôtellerie et la restauration, ce chiffre atteint les 78%, le savoir-faire

français étant un argument de vente. Dans le secteur automobile, où la production est industrialisée, il tombe à 32%. Qui s'intéresse à la provenance de son pot d'échappement ?

Malgré ces résultats, les pénuries et les difficultés d'approvisionnement et de supply chain pointées par le Covid-19 semblent aussi faire bouger le secteur du B2B. Eric Brunotte, président du syndicat national des entreprises de sous-traitance électronique, alerte sur l'importance des composants électroniques dans l'économie française et appelle à un investissement massif du gouvernement pour faciliter l'approvisionnement "Made In France". Parmi les affiliés du syndicat, 53% des fabricants d'électronique ont indiqué vouloir se fournir davantage dans le pays pour pallier d'éventuelles pénuries en cas de crise.

Du côté pharmaceutique aussi on tire la sonnette d'alarme. Actuellement, "80% des principes actifs sont fabriqués en Asie ou en Inde", souligne David Simonnet, directeur d'Axintis, un leader de la chimie fine en France. Or ces principes constituent la base de tout médicament. Suite à une politique de réduction des coûts et de dépollution, une grande vague de délocalisation du secteur s'est opérée dans les années 90 en Europe. La France et ses consommateurs sont-ils prêts à réintroduire un produit loin d'être écologique sur leur territoire ? Les esprits risquent d'être divisés sur la question.

Relocaliser et privilégier le Made in France, oui mais comment ?

Face à ces envies de relocalisation soudaines, la Caisse des dépôts (CDC) par la voix de son directeur, Eric Lombard, a affirmé qu'il fallait réfléchir "*à notre organisation industrielle et publique en termes d'indépendance nationale et de gestion des grands risques*". Le besoin de réimplanter des filières de fabrication sur le sol français était alors clairement avoué et légitimé par la crise. Pour mettre au point ce plan stratégique, Eric Lombard compte bien s'appuyer sur Bpifrance. Cette institution va "*jouer, aux côtés du secteur bancaire français, un rôle important pour financer tous ces développements*" a-t-il affirmé avant d'appeler plus largement l'ensemble des acteurs publics et privés de la place financière à prendre part à cet effort.

Devant cette annonce, Catherine Mercier Suissa s'interroge sur les procédés mis en place. "*Les réductions d'impôts ou les abattements fiscaux seraient discriminants par rapport à d'autres entreprises qui ont toujours joué le jeu de la production française et des taxes qui l'accompagnent*", souligne-t-elle. Qui plus est, la question financière n'est pas toujours la priorité pour les entreprises qui reviennent sur notre sol. La marque de ski Rossignol, par exemple, n'a pas demandé les avantages fiscaux liés à sa relocalisation en France quand elle s'est réinstallée.

Pas sûr non plus que les entrepreneurs du Made In France apprécient ce type de mesure. Selon un sondage réalisé par Tudigo pour le salon du MIF, 75% des acteurs du secteur estiment que leurs coûts de production sont trop élevés, 44% critiquent la fiscalité et 40% l'imbroglio réglementaire français. Eux aussi attendront sans doute un geste du gouvernement. De leur côté, les petits commerces, particulièrement touchés par la crise, attendent aussi leur part. Si le Made In France est protégé, pourquoi pas le "served in France" aussi ? La note finale risque alors d'être bien salée.

Made in Europe ou collections capsules : quelles solutions ?

L'intérêt de la relocalisation vient surtout de la taille du marché auquel on s'adresse. "*Les entreprises relocalisent surtout lorsqu'elles ont une grosse partie de leur marché dans leur pays d'origine et qu'elles doivent réimporter leur production de l'étranger*", explique la spécialiste de la délocalisation. Dans le cadre de l'industrie pharmaceutique ou même de l'électronique, le "*seul marché français ne serait pas suffisant*" pour faire face aux coûts engendrés par un développement de ces filières. Il faudrait davantage envisager une "*solution à l'échelle européenne avec une répartition des industries entre les différents pays de l'Union*". Le marché serait alors suffisant par rapport au coût de fabrication et d'exploitation et le risque de pénurie clairement diminuée. Le vote d'une enveloppe d'aide de 500 milliards d'euros et la coopération

sanitaire entre certains pays de l'Union dont la France et l'Allemagne, par exemple, sont cependant de bon augure.

Dans tous les cas, le Made In France ne deviendra ni une habitude de consommation, ni un mode de production complet d'ici demain. *“Les indémodables comme les maillots de bain noirs continueront à être produits en grande quantité à l'étranger car les coûts seront intéressants tandis que des collections capsules seront réalisées dans les usines françaises”* et sans doute un peu moins abordables. Ce mouvement est déjà porté par la hausse des salaires chinois, qui rend de moins en moins rentable cette fabrication lointaine. Mais attention à ne pas voir dans le Made In France la révolution du plein emploi. *“La relocalisation s'accompagne souvent d'une grande robotisation des process”*, explique Catherine Mercier Suissa et la création d'emplois n'est pas toujours au rendez-vous.

Le plan du gouvernement se met en place

Finalement, le choix du gouvernement semble s'être tourné vers une aide financière aux entreprises qui souhaitent s'installer en France. Dans son plan de relance, présenté le 3 septembre dernier, l'exécutif a indiqué mettre 600 millions d'euros sur la table pour faciliter le développement de projets industriels et l'ouverture de nouvelles usines en France. En parallèle, Bruno Le Maire a lancé un appel à projets doté d'une enveloppe de 100 millions d'euros dédiée au financement de secteurs stratégiques.

Le gouvernement vient d'annoncer la première salve de pépites retenues pour bénéficier d'un premier coup de pouce financier qui atteindra les 140 millions d'euros au total cette année. Les 31 entreprises implantées sur tout le territoire, travaillent dans quatre domaines : l'agroalimentaire, la santé, la fourniture des intrants existentiels à l'industrie et l'électronique. Restons cependant prudents sur ce que cache le terme de « relocalisation ». InnovaFeed vient d'annoncer la mise en opération de son usine de Nesle (Hauts-de-France), mais peut-on vraiment parler de relocalisation quand il s'agit simplement d'une création ? Même si dans certains cas, cette aide pourrait davantage être un accélérateur de projet, elle reste néanmoins la bienvenue pour les entrepreneurs.

Document 3

Relocalisation, souveraineté, réindustrialisation, résilience : ne confondons pas tout !

Thierry Weil, La Fabrique de l'Industrie.fr, 18 septembre 2020

Le plan France Relance présenté début septembre par le gouvernement prévoit de consacrer un milliard d'euros aux relocalisations. On attend de celles-ci qu'elles renforcent notre souveraineté, créent des emplois, permettent de réindustrialiser le pays, le rendent plus résilient... Or, ces notions (souveraineté, réindustrialisation, résilience, relocalisation) recouvrent des sens assez différents.

[...]

Penser attractivité plutôt que relocalisation

La délocalisation est un concept mal défini. Au sens strict, elle correspond au transfert d'une unité de production française dans un pays étranger, souvent pour profiter de coûts inférieurs. Mais certains considèrent comme une délocalisation le fait d'ouvrir à l'étranger une unité de production qui aurait pu être localisée en France, parfois pour être plus proche du marché, parfois pour satisfaire une exigence de valeur ajoutée locale imposée par un client ou son État (ce n'est pas pour optimiser ses coûts de production qu'Airbus a ouvert des usines aux États-Unis et en Chine), ou le fait de faire appel à un sous-traitant étranger alors qu'on trouve des sous-traitants nationaux. L'ordre de grandeur est, selon les définitions et les périodes, de 4 000 à 27 000 emplois perdus, à mettre au regard des quelque 250 000 emplois créés et détruits chaque année dans l'industrie, avec un solde qui redevient positif entre 2017 et 2019 après une longue période de déclin.

Le concept de relocalisation est tout aussi mal défini. Par ailleurs, les décisions de localisation des entreprises étrangères ont le même impact que celles des entreprises nationales.

Pour cette raison, et malgré son succès chez certains politiques, communicants, ou consultants, il semble plus pertinent de réfléchir aux *facteurs de localisation* d'une unité de production (de biens ou de services), que le décideur soit une entreprise nationale ou étrangère. Ces facteurs incluent la facilité d'accès, à des coûts intéressants, à divers intrants, au marché, aux infrastructures, à une main-d'œuvre qualifiée, motivée et efficace, à diverses compétences complémentaires.

Plutôt que de s'enliser dans des débats sur ce qu'est une délocalisation, il nous semble préférable de se concentrer sur ce qui rend notre territoire attractif pour l'industrie, mais aussi sur ce qui rend les métiers de l'industrie et les territoires où sont localisées les usines attractifs pour les Français.

Les capacités de résilience

La résilience face à une crise telle que celle que nous venons de vivre repose sur plusieurs capacités :

- **Disposer de certains produits** là où ils sont nécessaires (produits de santé, alimentation, etc.) : ce qui repose sur des capacités logistiques d'acheminement, sur des stocks (pour les besoins immédiats excédant les flux disponibles) et des flux (d'importation ou de production locale).
- Des **infrastructures** essentielles (notamment énergie, télécom et transports, distribution d'eau, santé, assainissement, sécurité, etc.)

- Des **options d'accès** à des flux (d'importations ou de production locale), qui demandent parfois un temps de mise en œuvre conditionnant les stocks de sécurité
- Des **compétences** (de soin, de production, etc.) adaptées aux besoins et des infrastructures de production opérationnelles répondant immédiatement aux besoins ou reconfigurables pour y répondre rapidement
- Des **institutions robustes**, qui font que ceux dont on a besoin se mobilisent de manière volontaire et confiante et peuvent le faire dans de bonnes conditions (prise en compte de leur sécurité et de leurs besoins).

Réindustrialiser plutôt que relocaliser

Savoir produire ou pouvoir acheter ce dont on a besoin est nécessaire à notre résilience, mais au-delà de cette fonction, l'industrie est aussi un facteur essentiel de cohésion sociale et territoriale. Cohésion sociale, car l'industrie offre des salaires de tous niveaux (et en moyenne supérieurs à ceux des services). Il est possible d'y progresser, d'y faire carrière en améliorant ses qualifications et en prenant plus de responsabilités, tandis que les emplois des services sont plus souvent polarisés entre des travaux très qualifiés confortablement payés d'une part, et d'autre part des postes ne demandant pas beaucoup de formation, payés au SMIC, même s'ils sont souvent exigeants, et présentant peu de perspectives d'évolution.

Cohésion territoriale, car l'industrie est souvent située dans des villes moyennes ou à leur périphérie, tandis que les services haut de gamme tendent à se concentrer dans les métropoles.

Nous avons donc un impérieux besoin de disposer d'une industrie forte, mais il ne s'agit pas de conserver ou de vouloir faire revenir sur notre territoire une industrie polluante qui offrirait des emplois pénibles et peu qualifiés.

Il nous faut construire et attirer une industrie sobre en ressources, respectueuse des femmes et des hommes qu'elle emploie ainsi que des territoires dans lesquels elle est implantée, pouvant défendre ses parts de marché dans une économie ouverte et globalisée.

Cette industrie offre des emplois attractifs et des possibilités de développement personnel. Elle contribue à l'économie, moins par les emplois directs qu'elle offre que par la richesse qu'elle crée et par tous les emplois indirects qu'elle induit. Elle consolide notre souveraineté et favorise notre résilience.

Document 4

Arrêter d'acheter chinois ? Tentant mais...coûteux !

Claire Bader, Capital.fr, 18 septembre 2020

Relocaliser nos productions industrielles pour ne plus dépendre du géant asiatique : depuis la crise du Covid, l'idée trotte dans toutes les têtes. Mais sommes-nous prêts à payer pour cela ? Analyses croisées avec trois experts.

Capital : La crise du Covid a relancé l'idée d'un retour nécessaire au made in France, quitte à en passer par des mesures protectionnistes... Un tel mouvement s'accompagnerait-il inmanquablement d'une hausse des prix ?

Isabelle Méjéan, économiste, professeur à Polytechnique : Pas forcément d'une hausse pour chaque produit – on peut, semble-t-il, fabriquer du paracétamol localement sans surcoût net par exemple –, mais globalement oui. En fait, deux effets joueraient : non seulement le coût de production serait plus élevé en France car la main-d'œuvre peu qualifiée y est quatre fois plus chère qu'en Chine, mais la concurrence moins forte ferait décoller les étiquettes. L'exemple récent le plus frappant est celui de la guerre commerciale sino-américaine. Pour défendre l'industrie nationale, Donald Trump a voulu taxer des produits (machines à laver...) ou des matériaux (acier...) venus de Chine : de nombreux travaux montrent que ce sont les consommateurs qui font les frais d'une telle stratégie.

D'une part, les produits importés, taxés, sont plus chers et, d'autre part, les entreprises américaines ajustent leurs prix, soit pour gonfler leurs marges soit pour compenser les surcoûts liés aux matières importées. Inversement, il a été observé qu'une hausse de 1% des importations chinoises aux Etats-Unis conduisait à une baisse des prix de 1,91%. Il ne s'agit pas là d'idéologie, ce sont des constats : quand les échanges internationaux sont entravés, le client le paie...

Mais des relocalisations pourraient avoir un effet positif sur l'emploi, donc sur le pouvoir d'achat, non ?

Cela dépend des secteurs. Les filières qui ont été lourdement délocalisées vers l'Asie demandent beaucoup de travail. Compte-tenu du coût de la main-d'œuvre en France, si demain la production était rapatriée, elle serait probablement très automatisée : les entreprises auraient tout intérêt à investir dans des machines, même onéreuses, cela resterait plus rentable que de multiplier les postes. Pendant la crise, le gouvernement a plutôt mis en avant une question de souveraineté pour justifier des relocalisations. Quand il s'agit de rapatrier des productions de toute façon assurées en Europe (le gros de nos importations), on peut se demander en quoi cela renforce vraiment notre souveraineté...

Mais, surtout, si la véritable ambition, parfaitement louable lorsque le chômage s'apprête à augmenter, est de créer de l'emploi, il vaut mieux le dire et mener une véritable politique industrielle en ce sens. Plutôt que de subventionner pour relocaliser, on pourrait imaginer que l'Etat investisse dans des secteurs dont on sait qu'ils seront très porteurs demain mais qui peinent à se développer encore car la demande pêche. Le plastique recyclable, par exemple. L'Etat peut soutenir l'innovation pour aider au développement de filières qui vont aider à la transition écologique mais aussi offrir un avantage compétitif à notre industrie pour l'avenir.

La crise a été marquée par des pénuries de masques, de gants... Produire localement est-il le meilleur moyen de garantir notre sécurité ?

Nous n'avons pas manqué de masques à cause de la mondialisation mais en raison d'un déséquilibre entre l'offre et la demande : cette dernière a explosé alors que les fournisseurs ne pouvaient accroître la cadence du jour au lendemain. Même si les fabricants avaient été français, ils auraient rencontré la même incapacité à suivre l'augmentation de la demande mondiale... Éventuellement, pour sécuriser les approvisionnements nationaux, on aurait pu imposer des

restrictions aux exports, mais cela ne va quand même pas de soi dans une économie de marché et une union douanière... La crise a surtout révélé les risques liés à l'organisation des productions au niveau mondial, à la fois très efficace et très sensible aux chocs : la chaîne de valeur est fragmentée, avec un intervenant spécialisé à chaque étape. Quand un problème de productivité survient à un point de la chaîne, cela a des répercussions sur son ensemble.

Avant même que le Covid n'arrive en Europe, la production de biens électroniques a ainsi été perturbée car le fournisseur de composants était en Chine, déjà affectée par l'épidémie. Bien sûr, cette hyperspécialisation de chaque maillon a un intérêt : chaque intervenant massifie ses volumes et produit à moindre coût. Pour plus de sécurité, une entreprise pourrait donc vouloir diversifier ses fournisseurs à chaque étape, mais cela lui reviendrait plus cher... et aurait donc un effet sur le prix payé par le consommateur.

Vous avez calculé pour nous les surcoûts, à produit équivalent, d'une fabrication française plutôt que chinoise. A quoi sont dus ces écarts ?

Jean-Baptiste Guillaume, associé chez IAC Partners : Ils sont surtout liés à un coût élevé de la main-d'œuvre en France. Plus une production intègre un travail manuel, plus le différentiel est fort, comme pour un smartphone. Parfois, les coûts de transport réduisent ce fossé. Prenez les lave-linge. Comme vous pouvez caser peu d'unités sur un conteneur, les expédier en France revient cher : plus de 17 euros par pièce contre 20 centimes pour un jean. Pour certains produits, le shampoing par exemple, la France est même plus compétitive, car la production est automatisée : quand vous intégrez les frais de transport et de douane, fabriquer localement s'avère plus rentable ! Mais ce n'est pas si fréquent...

Vous notez une volonté de vos clients industriels de relocaliser. Est-ce possible dans tous les secteurs ?

Il est difficile d'imaginer que des filières comme le textile ou l'électronique soient reconstituées dans le pays : nous n'avons même plus les compétences ni les outils, ce sont des industries gourmandes en main-d'œuvre ou qui demanderaient des investissements démesurés. En revanche, il y a beaucoup d'articles pour lesquels on peut imaginer une production en France, mais adaptée de manière à rester compétitive. Il faut jouer sur deux leviers. Le coût matière, d'abord : il s'agit de réduire la quantité de matière nécessaire à chaque pièce, tout en en garantissant la fonction. Et le coût lié à la main-d'œuvre ensuite : le processus de production doit être repensé, automatisé ou simplifié, pour qu'il demande moins de travail. Pour pouvoir fabriquer un mixeur en France à coût raisonnable, il faut ainsi réduire le nombre de pièces à assembler : quelques vis en moins, c'est plusieurs secondes gagnées sur des milliers d'articles...

Mais ça revient alors à une sorte de simple assemblage, est-ce vraiment du made in France ?

Un produit ne sera jamais 100% français. Il intégrera toujours des matières importées – on n'a jamais eu de curare sur notre sol –, ou des composants et des pièces préfabriquées à l'étranger pour maintenir la compétitivité. Même dans ces conditions, il demeure souvent un surcoût à répercuter sur le consommateur, mais plus acceptable.

Ce surcoût est-il au moins la marque d'une meilleure qualité ?

Pas toujours. On trouve en Chine des usines qui travaillent aussi bien que les nôtres. L'intérêt est plutôt de favoriser l'emploi local. Il y a aussi une question de choix. Aujourd'hui, le consommateur veut pouvoir commander un mixeur de n'importe quelle couleur et être livré en quelques jours. Ce n'est possible que si l'industriel dispose d'une usine locale où il réalise au moins l'assemblage final, sinon il devra gérer des stocks énormes avec toutes les couleurs du monde en entrepôt ! Une production locale favorise aussi de nouveaux systèmes comme la location ou la réparation de biens... dans une logique plus durable.

La crise a-t-elle renforcé notre volonté de consommer français ?

Guénaelle Gault, directrice générale de l'Obsoco (Observatoire société et consommation) : Absolument. Cette crise sanitaire, et maintenant économique, accentue des mutations engagées plus tôt, notamment l'aspiration à consommer local. Avant le Covid, on notait déjà une critique grandissante de la mondialisation, d'une production très éloignée, des risques associés... Mais la question des masques a cristallisé ce sentiment un peu vague. 84% des personnes interrogées s'accordent sur le fait que la localisation lointaine des productions industrielles a rendu difficile la gestion de la crise sanitaire. Près de 90% pensent que la France gagnerait à relocaliser une partie de sa production industrielle et agroalimentaire... Et plus de la moitié des sondés sont prêts à payer plus cher pour du made in France (en moyenne 10% plus cher quand il s'agit d'alimentaire et 11% pour du non alimentaire).

Mais ces belles déclarations se traduisent-elles en achats concrets ?

Les comportements réels sont à l'intersection des aspirations et des contraintes. La crise a renforcé les inégalités en termes de consommation, notamment de produits locaux. Il y a deux catégories de Français qui se dégagent. Les ménages aisés, qui ont plutôt bien vécu le confinement, ont pu épargner et ressortent avec une envie encore plus forte de consommer moins mais mieux... et la possibilité de le faire ! Puis il y a ces 37% de concitoyens qui disent avoir perdu de l'argent avec la crise. Ce sont déjà les plus modestes, pour qui acheter tel ou tel bien reste au cœur de leur construction identitaire. Eux veulent consommer autant qu'avant, différemment avec davantage de local et de made in France, mais ne le peuvent plus, pris dans des tensions extrêmes de pouvoir d'achat...

Ce n'est pas la recherche de qualité qui pousse à consommer français...

Elle existe, mais l'aspiration au made in France est plus encore guidée par des problématiques de solidarité économique ! En achetant des produits alimentaires locaux, les sondés déclarent d'abord vouloir soutenir l'économie et les petits producteurs ; suit l'impact environnemental et seulement après les questions du goût et de la santé. Quand il s'agit de biens comme les médicaments ou les vêtements, là aussi, les consommateurs veulent soutenir l'emploi, préserver l'environnement, assurer la plus grande indépendance du pays... La recherche d'une meilleure qualité vient ensuite.

Fabriquer en France reviendrait souvent plus cher : Lave-linge + 23% , Cadre bois + 47% , Smartphone + 55%, Tee-shirt + 52%, Télévision + 32%, Stylo + 141%, Jean + 87%, Chaise-longue + 10%, Parfum + 3% (Les estimations ont été réalisées par IAC Partners).

Document 5

Industrie : l'emploi ne devrait pas trop profiter des relocalisations !

Capital.fr, 22 septembre 2020

Même si la France affiche sa volonté de relocaliser pour réindustrialiser le pays, ce ne sera possible que dans les secteurs robotisables et cela ne créera pas d'emplois massivement, selon les économistes.

Doper le made in France via la relocalisation devrait soutenir notre industrie... mais même si "la France a de vraies capacités d'avoir des relocalisations industrielles", comme le déclarait dernièrement le ministre de l'Économie Bruno Le Maire à l'occasion de la tenue d'un Conseil national de l'industrie, il ne faut pas s'attendre à ce que cela change réellement la donne sur le front de l'emploi, selon les économistes. Depuis la crise financière de 2008, la question du "made in France" revient régulièrement sur la table. Car "la France a été le pays européen qui a le plus délocalisé" avec un million d'emplois industriels perdus entre 2000 et 2016, a rappelé le 12 septembre lors des Rencontres économiques d'Aix-en-Provence la ministre déléguée à l'Industrie Agnès Pannier-Runacher.

Une désindustrialisation généralement mise sur le compte d'un coût du travail trop élevé, de la difficulté à licencier, d'une fiscalité trop lourde ou d'une trop grande complexité administrative. Avec la crise actuelle, les annonces de fermetures de sites ou de réduction d'effectifs dans l'industrie vont se multiplier, soit en conséquence directe de l'épidémie de coronavirus comme à Airbus, soit par manque de compétitivité comme pour Bridgestone à Béthune (Pas-de-Calais). Aussi le gouvernement a-t-il prévu dans son plan de relance des aides à la modernisation et à la localisation, mais celles-ci devront être "soutenables économiquement" pour ne pas financer des projets à perte, affirme la ministre.

Toutefois, "la réindustrialisation n'est pas une solution à la crise" immédiate, même si elle "peut être une solution à des problèmes plus fondamentaux de l'économie française", tempère Vincent Vicard, spécialiste de la compétitivité française au Centre d'études prospectives et d'informations internationales (Cepii). Il relève que "dans tous les pays riches, l'industrie est un secteur en diminution en termes d'emplois parce qu'il a des gains de productivité plus élevés que le reste de l'économie, notamment du fait de l'automatisation qui est importante".

Pour El Mouhoub Mouhoud, professeur d'économie à Paris-Dauphine, il n'est pas toujours nécessaire de distribuer des aides publiques. "Il y a des secteurs qui sont candidats naturels à la relocalisation ou à la non-délocalisation, indépendamment des aides de l'État, et pour lesquels ce n'est pas la peine de gaspiller de l'argent public en direction des entreprises", selon lui. Il s'agit des secteurs "pour lesquels il n'y a pas d'obstacle technique à la robotisation des chaînes d'assemblage et de montage", par exemple l'automobile, la mécanique, y compris le bois, l'ameublement", détaille l'économiste.

Au contraire, des industries intenses en main d'œuvre et dont les tâches ne sont pas robotisables ne reviendront pas en France. "On va recréer des emplois, mais pas ceux qu'on a perdus en délocalisant", résume M. Mouhoud, auteur d'un livre intitulé "Mondialisation et délocalisation des entreprises" (éd. La Découverte). Il existe "des secteurs sur lesquels on avait un savoir-faire qu'on a plus du tout parce que les technologies ont évolué" comme celui des écrans pour téléviseurs, relève pour sa part Paul-Adrien Hyppolite, auteur d'un récent fascicule intitulé "Relocaliser la production après la pandémie ?".

Dans l'électronique notamment, "les parts de marché ont été gagnées par des géants asiatiques. Faire produire par un producteur français ou européen ne serait pas du tout envisageable", argue-t-il, mais "on pourrait envisager d'attirer en Europe des producteurs asiatiques qui sont en pointe sur ces technologies" comme le font les Américains avec une usine du géant taiwanais de la sous-traitance Foxconn dans le Wisconsin. Pour M. Mouhoud, ce qui fait sens en matière d'aides

publiques, c'est "la politique d'investissement dans l'innovation, d'aide à la recherche, parce que ça aide aussi ces entreprises à devenir plus efficaces si on diffuse les aides vers les territoires et les travailleurs qualifiés pour les former davantage".

Dans l'industrie, les coûts du travail ne sont pas déterminants et "ne permettent absolument pas d'expliquer la différence entre la France et l'Allemagne" même si on intègre le poids de la fiscalité, estime pour sa part M. Vicard, pour lequel entrent davantage en considération des questions d'organisation comme le choix de nombreux grands groupes français de produire à l'étranger plutôt qu'en France. Des études outre-Rhin montrent que le fait que la moitié des membres des conseils de surveillance sont des représentants du personnel dans les grands groupes allemands "a tendance à réduire l'externalisation, à réduire les délocalisations", selon cet économiste.

En France, les aides pour réduire le coût du travail ont jusqu'ici été inefficaces. Une étude que vient de publier France Stratégie, une agence qui conseille le gouvernement, montre que le Crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE), a coûté en 2016 quelque 18 milliards pour créer seulement 100.000 emplois, soit 180.000 euros par poste. Et le CICE a eu "un impact sur les exportations et l'investissement nul", toujours selon M. Vicard.

Document 6

Ces entreprises qui ont relocalisé leur production en France

Marques de France.fr, 25 septembre 2020

Après le tsunami de délocalisations d'entreprises à l'étranger dès les années 80, on observe une vaguelette de relocalisations en France depuis les années 2000.

Les délocalisations des années 80

Dès les prémices de la mondialisation, facilitant les échanges et les transports, les premières délocalisations suivent. L'objectif ? Aller chercher une main d'œuvre à bas coût.

Cependant en France, dans les années 60, on procède déjà à la décentralisation. Les industriels délaissent la région parisienne pour sa périphérie, afin de trouver une main d'œuvre plus compétitive et un loyer plus attractif. De plus, pour encourager la dynamisation des territoires plus ruraux et contre balancer le monopole industriel de la région parisienne, des aides financières sont octroyées aux entreprises qui acceptent de déménager en Province.

Le premier glas de la délocalisation vers les pays asiatiques sonnera avec les téléviseurs Thomson. Nous sommes en 1987. Trois ans plus tard, il n'y aura plus de trace de l'activité Thomson en France : 800 emplois supprimés. Suivront de multitudes délocalisations.

Encore aujourd'hui, au mois de juillet, on apprendait qu'Haier, société chinoise et propriétaire de la marque Rosières, stoppait la production française des fours à Lunery, dans le Cher, pour la délocaliser de l'autre côté de la Méditerranée, en Tunisie. Puis en septembre, ce sont les marques Zodiac à Ayguesvives (Haute-Garonne) et Bridgestone à Béthune (Pas-de-Calais) qui, réciproquement, part en Tunisie pour la première et ferme définitivement ses portes pour la seconde. Enfin des fermetures sont mêmes annoncées pour 2022 ! L'allemand Daimler-Benz va fermer son usine Smart en Moselle, à Hambach, pour une relocalisation vers la Chine en 2022. Avant elles, il y en avait eu tellement d'autres... dont le très médiatique départ de Whirlpool (marque américaine) pour la Pologne, fermant le dernier site de production de sèche-linges français en 2018.

Toutefois, depuis une petite dizaine d'année, la délocalisation n'est plus systématique vers les pays asiatiques. Nos voisins européens sont privilégiés. C'est le cas par exemple de Renault, qui a préféré la Roumanie pour installer ses usines Dacia. D'après La Tribune : "63% des petites et moyennes entreprises (PME) de plus de 50 salariés, qui ont délocalisé leur activité, ont privilégié l'Union européenne".

Le retour en France

Bien qu'elles ne rétablissent pas l'équilibre dans la balance, certaines entreprises cherchent quand même à rapatrier leur production sur le sol hexagonal.

On ne va pas se mentir, ce n'est pas simplement une question de patriotisme économique, mais plutôt un calcul de coûts qui penche dorénavant en faveur de la France (également biberonnées par des aides de l'État qui s'est rendu compte, pendant la crise de la Covid 19, de notre fragilité industrielle).

Les raisons d'un rapatriement ?

- Une meilleure réactivité pour répondre rapidement aux demandes des clients et raccourcir les délais de livraisons ;
- Une flexibilité qui permet de moduler le rythme de production selon les demandes ;

- Une qualité, grâce à une automatisation des lignes de production et à une main d'oeuvre qualifiée ;
- Une fiabilité, parfaitement résumé par Frédéric Granotier, fondateur de Lucibel, spécialiste des éclairages professionnels LED, lors de son interview pour le magazine Capital : "Copies de brevets revendus aux concurrents, vols de matériel, chantage des fournisseurs aux rétrocommissions... Frédéric passait la moitié de son temps à gérer les problèmes de son usine à Shenzhen, alors, en 2014, il a rapatrié toute sa production en Normandie".
- Un coût du transport qui s'alourdit ;
- Des salaires qui augmentent dans les pays asiatiques et diminuent l'écart avec l'automatisation des usines françaises.
- Pour l'image ! De nombreuses marques sentent le vent tourner et veulent adopter une image plus responsable, pour continuer à plaire aux consommateurs et éviter d'être boycottées !

Rapatrier la production en France a également de nombreux inconvénients, dont les deux principaux sont :

- la montée en gamme pour absorber les coûts de la main d'oeuvre, qui se traduit par une recherche de l'innovation (voir les exemples cités ci-après) !
- la robotisation massive pour amortir les coûts et être compétitif, au détriment d'embauches. Par exemple, quand la fonderie Loiselet est revenue à Dreux, 12 ans après l'avoir quittée pour la Chine, 84 salariés ont été embauchés pour remplacer les 600 ouvriers chinois.

Et puis, il y a des fausses joies, des déceptions. Comme la fonderie Loiselet justement, où 3 ans après son retour en France, elle est placée en redressement judiciaire, à cause d'investissements massifs qui ont plombé la trésorerie. En 2015, elle sera reprise par des investisseurs algériens qui maintiendront l'ensemble des salariés.

Il y a également des exceptions, comme l'allemand Vorwerk qui, depuis sa première version en 1971, fabrique ses Thermomix en France. Une fidélité digne de l'amitié franco-allemande. Plus sérieusement, la rentabilité est assurée par la main d'oeuvre qualifiée et la position haut de gamme de leur robot cuiseur.

Avec le plan de relance du gouvernement, présenté le 25 août 2020 et qui prévoit de consacrer un milliard d'euros à la relocalisation des activités industrielles en France, la tendance devrait se confirmer. En effet la crise de la COVID 19 a permis de prendre pleinement conscience de notre dépendance aux importations, notamment avec la pénurie de masques.

Atol

L'opticien Atol fût l'un des premiers à rapatrier sa production dans le Jura en 2005, après deux années basé en Chine.

Le made in China aura eu raison de la qualité des produits. Les problèmes récurrents à chaque livraison ont poussé Atol à revaloriser le savoir-faire jurassien de la lunetterie. Atol réussit alors à mobiliser lunetiers et sous-traitants de la *Plastic Valley* à Oyonnax, pour produire ses montures.

Les coûts de revient sont multipliés par trois, le retour sur investissement est difficile. Atol n'a d'autre choix que de repenser sa production et d'innover avec les branches interchangeable. Cette montée en gamme leur permet d'incorporer le surcoût inhérent au made in France.

Le Coq Sportif

Après 20 d'expatriation, Le Coq Sportif a réinvesti, en 2019, ses locaux historiques de Troyes, à Romilly (attention seule une petite partie de ses articles est fabriquée en France, notamment des chaussures / baskets).

Pour la marque, c'est principalement une affaire de positionnement. Arborant fièrement l'emblème français sur ses articles, il devenait inconcevable de n'avoir plus aucune production made in France. Avec des comptes financiers assainis, la marque parie sur l'innovation et l'envie de consommer de manière plus responsable pour développer leurs nouveaux produits, comme des chaussures bio à base de déchets de céréales qui sont en phase de R&D.

Rossignol

Les skis Rossignol continuent de sortir de l'usine de Sallanches, en Haute-Savoie.

Outre les skis haut de gamme, les skis junior initialement produits à Taiwan ont été rapatriés en France.

La raison de leur retour : économique. Le coût des produits, l'agilité de la production et la proximité des marchés rendent l'hexagone attractif pour le Groupe. D'autant plus que la matière première qui représente plus de 70% du coût de leur produit provient d'Europe. Il devenait trop onéreux de l'envoyer en Asie, pour être transformée, avant de revenir en Europe.

Mise à jour du 28 septembre 2020 : le groupe a indiqué, mardi 22 septembre 2020, la suppression de 61 postes à l'usine de Sallanches et 24 postes au siège basé en Isère, à Saint-Jean-de-Moirans. La principale raison invoquée, outre la concurrence, est la baisse des achats de skis au profit de la location.

Salomon

L'annécien Salomon, qui a toujours son siège et son centre de R&D au cœur de la Haute-Savoie, a noué cette année un partenariat avec l'entreprise locale de production textile Chamatex pour construire une nouvelle usine ultra moderne : l'Advanced Shoe Factory 4.0 (ASF 4.0), avec l'objectif de fabriquer des chaussures de sport.

L'objectif de l'usine est de produire 500 000 paires par an d'ici 2025. La moitié de ces chaussures seront des modèles Salomon. L'autre moitié seront des modèles conçus par d'autres partenaires de Chamatex, spécialisés dans le footwear. Les chaussures Salomon créées au sein d'ASF 4.0 seront distribuées à travers l'Europe.

Document 7

Relocalisation : le défi se joue aussi dans l'industrie pharmaceutique

Perspectives industrie.fr, 13 novembre 2020

La crise sanitaire mondiale due au coronavirus met à jour les tensions qui pèsent sur tous les secteurs de notre industrie. Nous l'évoquions en avril dernier, repenser nos chaînes d'approvisionnement devient une priorité pour maintenir un tissu industriel dynamique sur notre territoire. Et la pandémie met l'accent sur les difficultés d'un secteur encore assez peu connu du grand public et pourtant indispensable au quotidien de bon nombre de français : l'industrie pharmaceutique. Menace de pénurie ou difficultés d'approvisionnement pour des médicaments de première nécessité, incertitude sur la disponibilité à court ou moyen termes d'un vaccin. Comment transformer la production de médicaments sur notre territoire pour éviter de telles situations? Notre dépendance aux marchés étrangers est-elle réversible et notre indépendance possible économiquement ? Nous vous proposons des pistes de réponses dans cet article.

La production pharmaceutique française et européenne dépendante de l'étranger

La chaîne de production d'un médicament est composée de plusieurs étapes. Comme pour de nombreux produits industrialisés, certaines parties du processus de fabrication sont aujourd'hui réalisées à l'étranger. C'est le cas de la production des principes actifs (API pour Active Pharmaceutical Ingredient). Le principe actif d'un médicament est la substance (chimique ou biologique) qui provoque les effets thérapeutiques. Pour obtenir le produit fini (la pilule que l'on ingurgite ou le vaccin qu'on inocule par exemple), il est nécessaire de l'associer à des excipients. Il y a encore 30 ans, 80 % des principes actifs des médicaments autorisés en UE étaient produits en Europe. Aujourd'hui, ce chiffre s'est totalement inversé : 80 % des API utilisés en Europe proviennent de l'étranger, majoritairement de la Chine et de l'Inde.

Comme pour la majorité des secteurs industriels, la production de médicaments a subi les effets de la mondialisation. Les étapes de production à faible valeur ajoutée se sont vues progressivement délocalisées vers des pays émergents. Ainsi, en une dizaine d'années, la France qui était le premier fabricant de médicaments européen (en valeur de production) a chuté à la quatrième place, malgré 271 sites industriels pharmaceutiques sur son territoire. Les industriels européens sont allés s'installer où les coûts de production et salariaux étaient le plus bas. Un grand nombre de médicaments ont vu la fin de leur brevet arriver, actant leur passage sous forme de générique (forme bien moins chère). De plus, les politiques sociales tirent les prix vers le bas, incitant à produire à bas coûts. Enfin, les réglementations environnementales quasi inexistantes des pays émergents, comme la taille des marchés, ont fini de convaincre les industriels de la pharmacie. " Produire en Inde ou en Chine c'est avoir accès à des centaines de millions de consommateurs ", précise Marie Coris, chercheuse au GREThA, laboratoire de l'Université de Bordeaux, relié au CNRS, pour Les Échos. Elle ajoute : " *On a été très content d'aller polluer loin de chez nous*". Les chiffres sont frappants : " *sur les 206 traitements autorisés entre 2012 et 2016 par l'Agence européenne des médicaments (EMA), 16 sont usinés en France, contre 65 en Allemagne, 57 au Royaume-Uni et tout le reste en Asie*" (source : Capital.fr). Les laboratoires chinois sont même montés en gamme et seraient d'ores et déjà en position de leadership dans les thérapies cellulaires.

Une dépendance qui va jusqu'à nous exposer à des risques de pénuries sur certaines molécules. Face à la première vague de contamination au coronavirus en France, en mars dernier, les services de santé ont été débordés et ont manqué de certains médicaments. En réanimation, on a dû trouver des alternatives à certains produits comme " *les curares, utilisés pour relâcher les muscles avant l'intubation, le propofol, un anesthésique et le midazolam, un hypnotique*". Une situation exacerbée par la pandémie mais malheureusement existante depuis plusieurs années. En 2008, 44 médicaments présentaient des difficultés d'approvisionnement pour l'ANSM (Agence Nationale de Sécurité des Médicaments et des produits de santé). Ils étaient 868 en 2018 et

jusqu'à 1200 en 2019. Le Monde rapporte qu'un Français sur quatre a déjà été confronté à des difficultés pour acheter un médicament courant.

L'industrie apparaît encore une fois comme la base de nos modes de vie et indispensable à notre santé. Peut-on alors se passer de filières de production fortes dans ce domaine ? Comme le précise Vincent Touraille, président du Sicos Biochimie, le syndicat de l'industrie chimique organique de synthèse et de la biochimie, pour Challenges.fr : *“dans bien des cas, quand il y a une rupture d'approvisionnement sur un principe, c'est qu'un des intermédiaires, cinq ou six étapes avant la fabrication de ce principe actif, se trouve en rupture”*. En rupture... Ou avec une production à l'arrêt, comme cela a été le cas pendant plusieurs semaines suite à l'écllosion de la pandémie en Chine. David Simmonet, PDG d'Axyntis (leader de la chimie fine en France) et administrateur de Polepharma (premier cluster pharmaceutique en Europe) déclare à ce sujet : *“Cette tension sur certains médicaments n'a pu être palliée que grâce aux stocks”*.

Faut-il alors envisager une relocalisation totale de notre industrie pharmaceutique ?

Le défi de la relocalisation de l'industrie pharmaceutique

Pour l'ensemble des spécialistes, la réponse est unanime : *“il est illusoire de penser que tout peut être relocalisé en Europe, et encore plus en France”*. Les préconisations des professionnels du secteur sont, dans un premier temps, de sécuriser une partie de la production de principes actifs et d'intermédiaires stratégiques à l'échelle européenne. Vincent Touraille, cité plus haut, préconise de *« récupérer 150 à 250 principes actifs sur l'Europe »*. Un défi financier, mais pas seulement... Il est important de raisonner en termes d'économies d'échelles. Imaginer une relocalisation totalement française n'aurait que peu de sens au vu de l'ampleur de la tâche. Marie Coris, précise ainsi : *“Ça n'a pas de sens que de vouloir produire en France tous les médicaments majeurs dont elle a besoin, ne serait-ce que parce que le marché est trop petit”*. Mais à l'échelle européenne, des solutions sont possibles. Cette dernière préconise donc l'installation d'une véritable politique industrielle européenne, sans concurrence entre les pays membres.

Rapatrifier la production de toute ou partie de nos médicaments en France ou en Europe suppose également le retour d'une industrie polluante. Un “non-sujet” pour Philippe Luscan, vice-président exécutif de Sanofi, en charge des affaires industrielles globales, interrogé par L'Usine Nouvelle. Pour lui, *“il ne peut plus y avoir de politique industrielle durable sans intégrer des critères de développement durable”, et “cela devrait être valable pour toute la planète”*. Autrement dit, délocaliser une production polluante est une solution à court terme. Il s'agit ici de réaliser un pari sur l'avenir en repensant nos industries avec les contraintes de production respectueuses de l'environnement et de notre santé. Marie Coris souligne à ce titre : *“Ce qui est un peu paradoxal c'est que les normes environnementales en vigueur en France sont drastiques mais que lorsqu'il s'agit d'importer, on est déjà beaucoup moins regardant”*.

Une autre question soulevée sera donc l'arbitrage entre les productions relocalisées et celles maintenues à l'étranger. Certains estiment qu'il faudra miser sur les produits innovants comme la bioproduction. Mais l'enjeu devrait plutôt être de relocaliser les substances nécessaires et utilisées en nombre sur notre territoire. A ce titre, on peut citer l'exemple de Segens, un leader du secteur français. L'industriel qui a réalisé 1,1 milliard d'euros de CA en 2019 est engagé dans les discussions avec l'État concernant la relocalisation totale de la production de paracétamol en France. Le groupe Sequens possède une usine chinoise qui produit la molécule, utilisée pour produire le médicament le plus vendu en France. A réfléchir, quand on sait l'investissement financier colossal qui serait nécessaire pour développer les biotechnologies par exemple. Hichem Jouaber, spécialiste de l'industrie pharmaceutique déclare ainsi : *“La construction d'une usine de biotech coûte entre 1 et 1,5 milliard d'euros. En France, seul Sanofi pourrait faire un tel investissement seul”*. Sans s'aventurer dans des technologies innovantes, les sites de production pharmaceutiques coûtent cher. Isabelle Fréret, représentante CFE-CGC de la branche industrie pharmaceutique estime que le coût d'une ligne de production peut atteindre des dizaines de

millions d'euros.

Prise de conscience des acteurs gouvernementaux et industriels

Face à ces constats, des mesures ont été prises. En août dernier, Emmanuel Macron avait justement choisi l'inauguration d'un nouveau site de production de Seqens, dans les Hauts-de-Seine, pour présenter les investissements sur la relocation prévus au plan de relance annoncé suite à la crise sanitaire. Il annonçait alors que 15 milliards d'euros seraient destinés à l'innovation et aux relocalisations. Plus précisément, le chef de l'État annonçait « un milliard d'euros d'aides directes construites avec les industriels pour permettre, sur des sujets très précis, d'apporter l'aide de l'État pour relocaliser ». Concernant l'industrie pharmaceutique, le plan d'action était clair. Présenté comme un « secteur stratégique », le gouvernement s'engageait à simplifier les procédures et réglementations en vigueur. Par exemple, « une réforme des autorisations temporaires d'utilisation au 1er janvier » a été annoncée. Le site de production visité au moment de ces annonces illustre parfaitement les engagements pris. Le leader Seqens a investi 30 millions d'euros sur un de ses sites centenaires pour améliorer ses performances et le rendre plus polyvalent. L'unité de production de Villeneuve-la-Garenne produit une quinzaine de principes actifs, utilisés à l'international, dont des anti-cancéreux. L'usine est un exemple en matière de savoir-faire industriel pharmaceutique français. L'innovation et la relocalisation de la production des médicaments les plus utilisés (même sans innovation) devront être menées dans le même temps.

Le plan d'action pour la relocalisation des industries de santé en France, présenté sur le site du gouvernement depuis juin, comprend trois grands axes, dont deux concernent directement l'industrie pharmaceutique – le troisième étant consacré à la recherche. L'objectif est assumé : *« La reconquête de la souveraineté industrielle et sanitaire »*. Un appel à manifestation d'intérêt doté de 120 millions est ainsi lancé, pour augmenter rapidement les capacités de production des médicaments nécessaires à la prise en charge de la Covid-19. Ce sont au total 200 millions d'euros qui seront mis en jeu pour le développement et la relocalisation des industries de santé (pour 2020, des fonds plus importants encore étant annoncés pour 2021). C'est la notion de résilience de nos industries de santé qui est mise en avant et qu'il s'agira de mettre en œuvre dans les mois à venir pour mettre en œuvre ce plan d'action. Le ministre des Solidarités et de la Santé, Olivier Véran, est cité ainsi : *« Le « jour d'après » doit être celui d'une indépendance et d'une autonomie retrouvées dans la production des biens essentiels. Nul ne peut concevoir que la France soit un jour dans l'incapacité de permettre à chacun d'accéder à des soins, à des traitements et à des médicaments. »* Des propos appuyés par ceux de Agnès Pannier-Runacher, secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie et des Finances, reprenant les mots du chef de l'État : *« Nous ne gagnerons pas la bataille économique ni la bataille sociale et sanitaire si nous ne gagnons pas la bataille industrielle »*.

Certains professionnels de l'industrie pharmaceutique avaient pris des mesures en amont. Le groupement Polepharma est le premier cluster pharmaceutique en Europe et publiait dans son numéro de Pharmaceutiques de mai 2020, un article intitulé : *« Les projets de relocalisation de l'industrie pharmaceutique s'accélèrent – Les voies exigeantes de la relocalisation »*. Les efforts réalisés par le secteur lorsque la crise a touché la France y sont soulignés et les possibilités sur le long terme détaillées. Par exemple, David Simonnet déclare : *« Dans les années à venir, nous pouvons augmenter de 50 % nos capacités de production »*. Le document se clôture par un *« pacte de relocalisation »* de la chimie pharmaceutique, proposant *« dix mesures concrètes [...] pour recréer un tissu industriel performant et gagner en indépendance vis-à-vis de l'Asie »*.

Si les industriels soulignent la nécessité du soutien des pouvoirs publics, l'industrie pharmaceutique française et européenne est prête à investir et à adapter sa production et ses approvisionnements en conséquence.

Le point de vue d'un médecin généraliste

Nous avons sollicité Anne Petiot, médecin généraliste et rédactrice web médicale, afin d'avoir le regard d'un professionnel de santé sur le sujet. Elle nous apporte sa participation et étaye ses propos de chiffres éclairants.

En 20 ans, l'Europe a délaissé 80 % de la fabrication de ses médicaments. Ou plutôt 80 % de leurs principes actifs – appelés API – qui correspondent à la molécule produisant l'effet recherché. L'ANSM (Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé) a dénombré pour la seule année 2019 plus de 1000 médicaments en rupture transitoire.

Au quotidien,

- auprès des soignants : la perte de temps est importante, et le pharmacien vérifie auprès de tous ses fournisseurs l'absence du produit. En cas de rupture avérée, il téléphone au médecin prescripteur pour lui demander un médicament de remplacement.
- auprès des soignés : à la perte de temps (ordonnance présentée en soirée ou en début de week-end ...) vient s'ajouter l'inquiétude : un produit de remplacement sera toujours différent.

Toutefois, notre dépendance sanitaire varie selon différents critères :

- le prix des médicaments

Les ruptures d'approvisionnement concernent jusqu'à aujourd'hui, les médicaments peu chers, dont les brevets d'exploitation sont passés dans le domaine public, tels que le paracétamol ou la miansérine, etc.

- le type de médicaments, qu'ils soient issus de la chimie ou de la bioproduction

Les médicaments issus de cultures d'organismes vivants, à savoir les vaccins, les insulines, ou encore produits dérivés du sang, sont produits sur différents sites en France. Mais pour les produits plus récents, comme les anticorps monoclonaux ou les thérapies géniques ou cellulaires; la France dépend des USA, de la Suisse et de l'Allemagne.

- les prises en charge des patients concernés

Si l'on croise les données de patients chroniques de l'Assurance Maladie (SNDS) avec celles du G5 Santé qui regroupe les 8 plus gros laboratoires pharmaceutiques français, on constate que :

- 80 % des patients coronariens reçoivent un médicament conçu et distribué par l'un de ces 8 laboratoires ;
- 79 % des patients douloureux reçoivent un traitement antalgique de ce même regroupement pharmaceutique ;
- 75 % des patients soignés pour une maladie de l'hémostase reçoivent des produits dérivés du plasma issu de ce regroupement pharmaceutique ;
- 67 % des patients nécessitant un traitement anti-thrombotique prennent ce médicament conçu et distribué par un de ces laboratoires.

Document 8

La France, championne des délocalisations selon France Stratégie

Grégoire Normand, La tribune.fr, 20 novembre 2020

Les grandes entreprises françaises sont devenues des championnes de la délocalisation à partir des années 2000, au détriment de l'emploi industriel, selon un rapport de France Stratégie remis jeudi à l'Assemblée nationale.

Ce rapport de 600 pages intitulé "Les politiques industrielles en France, évolutions et comparaisons internationales" revient sur les raisons du déclin de l'industrie française, la France étant devenue, avec le Royaume-Uni, l'économie la plus désindustrialisée du G7.

Depuis 1980, l'industrie française a perdu la moitié de ses effectifs et ne représente plus aujourd'hui que 10,3% du total des emplois. La part de l'industrie dans le PIB s'établissait à 13,4% en 2018, contre 25,5% en Allemagne, 19,7% en Italie ou 16,1% en Espagne. *"La France connaît une désindustrialisation très marquée. Il n'y a que le Royaume-Uni qui ait connu un tel phénomène. La France est devenue remarquablement désindustrialisée. Les décennies 90 et 2000 ont été marquées par un accroissement des échanges et un libéralisme triomphant. La politique industrielle était un peu tabou. Depuis, le contexte a changé. Le fractionnement des chaînes de valeur a pu entraîner des risques pour certaines industries"* a expliqué le commissaire général de l'organisme rattaché à Matignon Gilles de Margerie lors d'un point presse.

Fiscalité élevée sur la production selon France Stratégie

Les raisons de ce déclin tiennent principalement, selon le rapport, à une *"fiscalité particulièrement élevée sur les facteurs de production"*. Ce à quoi le gouvernement veut remédier en baissant les impôts de production à hauteur de 20 milliards d'euros dans le cadre du plan de relance.

"Une inflexion importante", a commenté Gilles de Margerie, le commissaire général de France Stratégie, lors d'une conférence de presse, *"qui s'inscrit dans la continuité du CICE (Crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi, NDLR), du Pacte de responsabilité et de l'allègement global des prélèvements obligatoires qui pèsent sur le secteur industriel"*.

Cette fiscalité élevée, couplée à une dérive du coût du travail "indirect" - c'est-à-dire les coûts salariaux dans les secteurs qui fournissent des composants ou des services à l'industrie - a entraîné une dégradation de la compétitivité de l'industrie française.

Elle aurait pu faire le choix, comme l'Allemagne, d'une montée en gamme de ses produits, mais elle a plutôt opté pour une délocalisation des sites de production, avance le rapport.

Les grandes entreprises, championnes des délocalisations

En effet, le tissu industriel français était composé plus qu'ailleurs de grandes entreprises, *"celles-ci ont tiré plus fortement avantage de leur capacité à produire dans des pays à faibles coûts pour compenser la dérive des coûts en France par rapport à leurs concurrents. Les grandes entreprises françaises sont donc devenues les championnes de la délocalisation, ce qui leur a permis de maintenir leur compétitivité au niveau mondial, mais au détriment de l'emploi industriel en France"*, explique le rapport.

Ainsi, l'emploi des filiales industrielles à l'étranger des groupes français représente 62% de l'emploi industriel en France, contre 52% au Royaume-Uni, 38% en Allemagne, 26% en Italie et 10% en Espagne.

L'exemple du secteur automobile illustre ce paradoxe d'un "pays qui compte de grands constructeurs mondiaux" comme Renault ou PSA, "mais une industrie qui s'est beaucoup affaiblie" par rapport à sa voisine allemande, a souligné Gilles de Margerie.

Document 9

Le « made in France » et ses obstacles

Léonard Naraych, LVSL.fr, 7 décembre 2020

Le made in France est à la mode. Aux côtés du protectionnisme économique et des relocalisations industrielles, il signe son grand retour médiatique en pleine crise économique et sanitaire. Il est invoqué comme un mantra aux allures de prophétie autoréalisatrice. Suffirait-il de ressasser cette formule magique pour voir l'industrie française renaître de ses cendres ? En réalité, une poignée d'entreprises et de militants porte à bout de bras le made in France. Sur le plan culturel, leur bilan est considérable et le made in France a bel et bien gagné les coeurs ; sur le plan économique, il est négligeable. En cause, – outre un pouvoir d'achat trop faible – une information insuffisamment transparente pour le consommateur. Les institutions de l'Union européenne font office de verrou ; plusieurs dispositifs européens entravent en effet l'affichage de l'origine des produits. Il convient donc de considérer les réformes nécessaires et les obstacles réglementaires à faire sauter.

Jean 1083 et slip français portés avec élégance. Boîte à histoire Lunii et blanc bonnet sur les oreilles. La carte française pour tous à Noël... Les produits fabriqués en France sont en retour de *hype*, au point que la matinale de France Inter les chronique. Derrière les filtres Instagram, les usines françaises ont du talent. Elles plaisent aux dandys métropolitains et autres consommateurs du bon goût. Face à une crise économique d'une violence inégalée, le *made in France* passe la sur-multipliée du « click and collect ». La filière tente de survivre face à la déferlante. Le secteur peut s'appuyer sur les 89% des Français souhaitant que la production des industriels français soit relocalisée, même si cela augmente le prix final pour le consommateur¹. Le *made in France* a gagné dans les têtes.

Plus rien ne s'oppose au *made in France*, vraiment ?

Les Français ont raison. Acheter français, c'est donner un travail à son voisin et à son cousin. En 2018, le conseil d'orientation pour l'emploi estimait que si les français achetaient seulement 10% de produits français parmi les biens consommés, 150.000 emplois nets seraient créés. Plus de 11Md€ de chiffres d'affaires seraient également générés.

84% des Français pensent favoriser le respect de l'environnement en achetant des produits français². Et pour cause, 60 % des émissions de l'empreinte carbone en 2011 provenaient de la chaîne amont de produits dont la dernière transformation a lieu en France³. Le *made in France* permet de mieux maîtriser les émissions de cette empreinte carbone amont, en grande partie générées par les transports internationaux.

Le marketing du *made in France* tourne à plein, surfant sur l'envie de produits français. Mais dans les faits, le désir de consommation peine à se traduire en acte d'achat. La bataille, gagnée dans les têtes, n'a pas encore conquis les portefeuilles. En 2015, l'INSEE estimait que le *made in France* représentait 36% des biens manufacturés consommés dans le pays et cette part tombait à 15% sans les produits agro-alimentaires.

Cette difficulté à traduire la volonté des Français en actes d'achat s'explique par la faiblesse de l'offre. En effet, créé en 2010, le label Origine France Garantie a été élaboré avec sérieux pour distinguer les produits réellement fabriqués sur le territoire national. Après près d'une décennie d'existence et malgré l'énergie déployée par ses promoteurs de l'association ProFrance, seuls 600

1 Sondage Odoxa-Comfluence pour les Echos-Radio Classique, réalisé en avril 2020.

2 Sondage IFOP pour ProFrance « les Français et le *made in France* », réalisé en septembre 2017.

3 Rapport du Haut Conseil pour le climat, « maîtriser l'empreinte carbone de la France », publié en octobre 2020.

entreprises se sont engagées dans le label. Le *made in France* peine à sortir du segment de niche et des métropoles heureuses.

On pourrait arguer que les labels, logos et autres certifications des produits fabriqués en France constituent un maquis difficilement déchiffrable pour le consommateur. C'est sans doute vrai, même s'il existe des labels clairs, exigeants et facilement reconnaissables, comme Origine France Garantie justement. Cette raison n'est pas suffisante. Il existe des causes davantage structurelles à cette timide expansion du *made in France*.

Le *catenaccio* juridique européen du *made in France*

La traçabilité de l'origine des produits consommés en France fait l'objet d'un cadenas juridique puissant. L'Union européenne est un obstacle à l'affichage de l'origine des produits. Un arrêt de la Cour de justice des Communautés européennes (CJCE) du 25 avril 1985 a jugé que les réglementations nationales prévoyant l'obligation de mentionner l'origine d'un produit constituaient une mesure équivalente à une restriction quantitative aux échanges, incompatible avec l'article 30 du traité de Rome. Cet arrêt traitait d'une affaire au Royaume-Uni. Cependant, mécaniquement, la France qui disposait depuis 1979 d'une mesure imposant l'obligation de marquage de l'origine des produits textiles et d'habillement a dû abroger celle-ci en 1986.

L'imposition de l'origine des produits n'est aujourd'hui possible, en vertu du droit européen, que sur certaines denrées alimentaires périssables (légumes, fruits, œufs, viande bovine, ...) dans l'optique de la préservation de la sécurité sanitaire.

L'origine des produits manufacturés importés n'est donc pas connue du consommateur, mais uniquement de l'administration .

Cette connaissance administrative permet d'appliquer au produit importé les droits douaniers et les mesures de politique commerciale, en vertu des règles d'origine préférentielle (pays disposant d'un accord douanier avec l'UE) ou non préférentielle (ne disposant pas d'accord). Pourquoi la traçabilité des produits connue de l'administration ne pourrait-elle pas l'être du consommateur ?

Modifier le droit européen en la matière – et le rejeter si cela s'avérait impossible – conduirait donc à favoriser les relocalisations industrielles. Le *made in France* n'aura d'avantage concurrentiel que lorsque le consommateur sera en mesure de connaître l'origine de son produit. Il est ainsi probable qu'il privilégiera un produit qui maximise la production d'emplois locaux et minimise l'impact environnemental.

Le Yuka du *made in France* ?

Pour bien comprendre le levier que constitue l'information du consommateur, prenons le cas de l'éducation nutritionnelle. Celle-ci a été largement accélérée par les applications d'évaluation des aliments, à l'instar de Yuka qui a séduit 20 millions de consommateurs dans le monde. Muni de son smartphone et de cette application, chaque français a désormais la possibilité de faire ses courses, en pleine conscience de l'impact sur sa santé des produits choisis. La collecte patiente de données relatives aux compositions nutritionnelles a permis de créer ces applications. Yuka a en effet longtemps utilisé une base de données ouverte, l'Open Food Facts, qui répertoriait la composition des aliments. Ce répertoire de données s'est construit grâce à l'obligation de mentionner la composition des produits sur les emballages alimentaires.

Or, le lancement d'une application d'évaluation globale du *made in France* n'est aujourd'hui pas possible. À l'exception de l'agroalimentaire, nous ne connaissons pas l'origine des produits manufacturés. Nicolas Chabanne, fondateur de C'est qui l'patron?! a récemment annoncé le lancement de « l'appli des consos ». Ce dispositif permet l'évaluation des produits agro-alimentaires à l'aune de plusieurs critères, dont l'origine. Pour tous les autres produits français, la censure de la traçabilité interdit la création d'une telle application.

Seules les marques volontaires mentionnent leurs origines françaises sur leurs emballages. Le *made in France* devient ainsi un *supplément d'âme* marketing, pas un critère de choix pour le

consommateur. Le consommateur ne peut connaître la part de « fabriqué en France » qui rentre dans la composition de ses achats. Seule une évaluation fine et personnalisée de l'origine, à travers une application dédiée, permettrait pourtant de massifier l'éducation des consommateurs au *made in France*. Cet outil constituerait un atout décisif pour emporter cette bataille culturelle, celle de l'entrée du *made in France* dans l'âge de la maturité.

Porter le combat pour et par la transition écologique

Soutenir la production nationale, au-delà des slogans, impose donc de rouvrir le dossier de la traçabilité. Le contexte environnemental rend impérieuse la prise en compte des obstacles à celle-ci. Si la sécurité sanitaire du consommateur justifie l'imposition de la traçabilité des produits alimentaires, le péril écologique la légitimerait à plus forte raison sur d'autres produits. En effet, dans de nombreux secteurs – pas dans tous –, le *made in France* permet de réduire substantiellement la part du transport international et donc les émissions de CO2 attenantes.

La relocalisation industrielle porte en son sein une sécurité environnementale et donc sanitaire supplémentaire pour le consommateur. La France pourrait dès lors imposer légalement la traçabilité des produits manufacturés. En cas de contestation juridique, la France plaiderait devant les instances européennes, notamment la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), la sécurité environnementale et donc sanitaire du consommateur inhérente à cette mesure, comme les règlements européens le permettent sur les denrées périssables. En cas d'échec, le rétablissement de la suprématie du droit national sur le droit européen s'imposerait.

Dans de telles circonstances, il y a fort à parier qu'une réorientation de la consommation se produirait, à la faveur des produits nationaux. Un cercle vertueux de création d'emplois locaux, doublé d'une décarbonation de l'économie, pourrait s'enclencher. La création d'applications numériques dédiées permettrait de l'accroître encore.

Document 10

Made in France : un enjeu de relance économique porté par les consommateurs

La French Fab.fr, 14 janvier 2021

Pour les industriels comme pour les consommateurs, la Covid-19 a boosté l'enjeu du Made in France. De l'agilité et la souveraineté recherchées par les premiers, au passage à l'acte d'achat responsable des seconds... La clé du nouvel équilibre économique et industriel se trouverait-elle dans le combo « produire et acheter français » ?

Moins de dépendance, plus d'écologie, plus d'emplois : le cercle vertueux de la production 100 % française a trouvé sa place dans le plan France Relance comme dans les consciences. Celle des consommateurs d'abord, qui d'après une étude Opinion Way sont 64 % à avoir augmenté leurs achats de produits hexagonaux depuis le début de l'épidémie ; celles des industriels, ensuite, dont les acteurs de certains secteurs tels que l'automobile ou l'aéronautique ont souffert du confinement et de l'ouverture altérée des frontières. Aujourd'hui plus que jamais, chez l'ensemble des acteurs, le Made in France est d'actualité.

Les consommateurs passent à l'action

Pour Fabienne Delahaye, Présidente du salon Made in France, le terme « Fabriqué en France » se marie avec « honnêteté » lorsque « *les étapes essentielles de fabrication du produit ont été réalisées sur le territoire* ». « *A l'impossible nul n'est tenu* » : toutes les industries ne peuvent pas se fournir sur le sol français, et « *avec la mondialisation, le 100% Made In France est compliqué* ». En cela, il faut éduquer les consommateurs à l'achat responsable, sans pour autant leur mentir. « *Le plus important en réalité, c'est la transparence* ». Un constat en phase avec les résultats de l'étude réalisée par Opinion Way pour l'agence Insight suite au deuxième confinement, qui indique, malgré l'engouement des Français pour le Made in bleu-blanc-rouge, une perte de confiance des consommateurs en les labels et certifications tels que « Fabriqué en France », « Origine France » ou encore « Made in France ». « *Le flou entretenu sur la définition des différents labels n'a fait que s'exacerber. Il rend complexe la compréhension du sujet, alors que les Français veulent soutenir la production industrielle française* », explique Eric Bonnet, directeur associé de l'agence commanditaire de l'étude.

Soutenir la production industrielle française en temps de crise semble néanmoins être la volonté des consommateurs, qui sont 61% à déclarer acheter « le plus souvent possible » des produits fabriqués en France, quitte à y mettre un budget plus élevé. Toujours d'après l'étude, 80% des déclarants ont placé les raisons économiques et leur volonté de soutenir les entreprises françaises au-dessus du reste. Une solidarité liée à la crise de la Covid-19, qui a, selon Clotilde Boutrolle Venturini, associée et directrice artistique des Toiles de Mayenne, « *fait passer les Français à l'acte d'achat* ». « *Ça fait des années que le Made in France a le vent en poupe, sans qu'on ait pu réellement constater un passage à l'acte. Le confinement a aidé les Français à transformer leur prise de conscience déjà bien installée en action concrète* ». Après le soutien aux entrepreneurs français, c'est le besoin de préserver l'environnement qui a été cité pour 41% des interrogés. Ces deux principales raisons viennent remplacer la volonté de consommer des produits frais et de qualité, qui était il y a 5 ans la première à motiver les consommateurs de l'Hexagone. Un changement de paradigme qui, sur le long terme, pourrait tendre à des évolutions de stratégie côté industriels.

Made in France et relocalisation : deux enjeux pour la relance économique

« *Si un jour, la majorité des consommateurs dit « si vous ne fabriquez pas en France, je n'achète plus », il est certain qu'il y aura un impact sur le business et, a fortiori, sur le modèle économique des entreprises* », imagine Fabienne Delahaye. « Imagine » seulement car en l'état, l'enjeu du Made in France pour les industriels est semé d'embûches. Si le changement de comportement de

la cible BtoC peut, a minima, faire bouger les lignes, *« il faudrait également que le comportement des directions des achats change, qu'elles ne se focalisent pas sur le meilleur prix à l'instant T, mais sur le meilleur investissement sur le long terme »*, précise la directrice du salon du Made in France. L'idée du cercle vertueux impliquant des investissements locaux plus élevés, une production 100% française, la création d'emplois sur le territoire et l'augmentation du pouvoir d'achat des consommateurs reste aujourd'hui une utopie pour beaucoup. Elle l'est notamment pour les grands groupes, happés par la mondialisation, mais aussi pour certaines filières industrielles, qui voient leurs produits intermédiaires disséminés partout dans le monde, créant des disparités entre les différents secteurs. *« Et si on part du principe que les mêmes causes produisent les mêmes effets, les raisons pour lesquelles les entreprises ont délocalisé existent encore. »*.

Certaines entreprises sont néanmoins parvenues à tirer leur épingle du jeu en misant sur la confection locale pour afficher leur tampon Made in France. Le Slip Français, Saint-James, Armor Lux ou Petit Bateau, sont, pour exemple, les premières marques citées par les consommateurs interrogés pour l'étude Opinion Way. Mais à côté de ces réussites notoires surfent de petites sociétés qui, au-delà de jouer la carte du fabriqué en France, n'hésitent pas à miser sur celle du Made in Local. C'est le cas de la société Toiles de Mayenne, qui depuis sa reprise par Jérôme Couasnon en 2018, a décidé d'accentuer la communication sur ses moyens de production, et de viser le 100% produit et confectionné en France (près de 92% aujourd'hui). Derrière la démarche, se cache un ADN bicentenaire, mais aussi un ensemble d'atouts logistiques et humains. *« On croit en l'économie locale et vertueuse et en l'économie écologique. Tous nos matériaux font moins de kilomètres et produisent moins de CO2. Ils font vivre des entreprises voisines et les emplois qui vont avec. Les sommes circulent localement via les salariés qui deviennent ensuite consommateurs. »*, résume Clotilde Boutrolle Venturini. Et pour toutes les entreprises industrielles françaises œuvrant de façon locale, l'agilité et la communication entre les différents acteurs se trouvent naturellement facilitées par la réduction de la distance. Le fameux cercle vertueux existe, à son échelle, et séduit les marchés étrangers lorsqu'il fait briller les savoir-faire français.

Savoir-faire français et innovation, moteur du rayonnement de l'industrie française à l'international

Toiles de Mayenne sont labellisées Entreprises du Patrimoine Vivant. Une distinction qui, si elle ne parle pas forcément aux consommateurs, atteste d'un savoir-faire artisanal et industriel d'excellence auprès des professionnels français et étrangers. Les compétences traditionnelles Made in France ont leur rôle à jouer dans le rayonnement de l'industrie française, et *a fortiori*, dans la force de son potentiel d'export. *« Aujourd'hui, je considère qu'on ne peut pas faire du haut de gamme en sous-traitant un peu partout »*. Pour Jérôme Couasnon, le Made in France a certes des enjeux économiques locaux et nationaux, mais il est également gage de qualité. Et avec le « retour » du fabriqué en France, c'est aussi l'enjeu de la préservation de ces savoir-faire qui est questionné. Ici encore, il est question de cercle vertueux. Et si les compétences artisanales propres à l'Hexagone font la richesse de sa réputation, sa belle attractivité industrielle tient aussi dans sa capacité à mêler ces savoir-faire et l'innovation. D'après les chiffres du baromètre annuel EY, la France s'est classée pour la première fois en tête des pays d'accueil des investissements étrangers en Europe en 2019. Une position qui tient à de multiples critères clés (infrastructures de transport et de communication, coût du travail, qualité de vie, éducation et capital humain...), dont celui de la recherche et de l'innovation, pour lequel la France n'est pas en reste.

Selon le baromètre Business France réalisé par Kantar Public, pour 69 % des dirigeants étrangers interrogés, l'innovation et la R&D sont des atouts majeurs de l'attractivité de la France par rapport aux autres pays européens. Il existerait donc, aussi, une capacité d'innovation Made in France, qui ne cesse de croître avec l'ambition des différents acteurs de bâtir l'Industrie du Futur. A l'instar des savoir-faire, maintenir cette tendance sur le territoire français est un

objectif. « *L'innovation naît souvent d'une problématique industrielle à laquelle on voulait trouver une solution. Si l'on délocalise, on délocalise avec elle les aptitudes françaises en termes de R&D* », résume Fabienne Delahaye. Une logique bien perçue par le groupe textile Chamatex, qui s'est récemment lancé dans un projet de grande ampleur : produire des chaussures de sport 100% françaises, alors même que le marché est aujourd'hui largement monopolisé par le continent asiatique. Pour mener à bien sa mission, Gilles Réguillon, CEO, a décidé de construire une usine 4.0 et de miser, entre autres, sur l'automatisation et la force de ses équipes R&D. Innover pour fabriquer en France, fabriquer en France pour innover.

Parce que ces initiatives doivent se multiplier et qu'il convient aujourd'hui de répondre aux enjeux de souveraineté et de décarbonation mis en lumière par la crise sanitaire, le Gouvernement a consacré une partie des 100 milliards d'euros débloqués dans le cadre de France Relance à la relocalisation. Aujourd'hui, 680 millions d'euros ont déjà été alloués aux projets de relocalisation d'entreprises françaises, toutes œuvrant dans des domaines d'avenir ou liées aux questions d'indépendance : la santé, l'agroalimentaire, l'électronique, les matières premières et la 5G.