

LE POINT, le 14/07/2018

## Le made in France, un eldorado bleu-blanc-rouge ?

### **Consommer un peu plus hexagonal permettrait de relocaliser 150 000 emplois, et de générer plus de 11 milliards d'euros de chiffre d'affaires.**

Cocorico ! Il n'y a pas que la mondialisation et la sous-traitance au bout du monde dans la vie des entrepreneurs. Tendances de fond allant crescendo, le made in [France](#) fait son grand retour, entre nouveaux créateurs, petits et grands, et entreprises décidant, tel Le Coq sportif récemment, de relocaliser tout ou une partie de leur production en France.

#### Plus de neuf Français sur dix convaincus

La récente rue du made in France, en plein [Paris](#), et le salon MIF constituent autant de signes de ce dynamisme retrouvé de la « marque » France. Il faut dire que les Français sont prêts à consommer local. Pour 93 % des Français, acheter un produit made in France constitue une manière de participer au maintien de l'emploi en France. Ils sont même 74 % à accepter de payer plus cher pour un produit fabriqué en France, selon le sondage Ifop « Les Français et le made in France » réalisé en 2017 pour Pro France.

#### [Lire l'article : Une rue de Paris pour le made in France](#)

Et qui dit consommer plus, dit générer du chiffre d'affaires, et donc des emplois locaux. Ce sont environ 150 000 emplois qui pourraient ainsi être créés si les ménages français changeaient légèrement leurs habitudes de consommation de manière à relocaliser en France 10 % des biens importés, selon une étude du Conseil d'orientation pour l'emploi (COE) publiée en juin 2018. Toutefois, si trois Français sur quatre se disent prêts à payer plus cher pour consommer du « made in France », « dans la pratique, les importations de biens par les ménages ont plutôt tendance à augmenter », constate le COE. L'organisme de réflexion auprès du Premier ministre, a étudié les « effets » que pourraient avoir sur l'emploi une relocalisation en France de « 10 % de la consommation de biens actuellement importés par les ménages » : 11,2 milliards d'euros de recettes supplémentaires, soit « environ 33 euros par ménage et par mois ».

#### Un effet Coupe du monde ?

À partir de ce constat, le COE a ébauché deux scénarios : les produits français étant « plus chers » en moyenne, soit les ménages consommeraient ces produits en plus faible quantité, soit ils consommeraient autant qu'avant mais en réduisant d'autres dépenses. Dans le premier scénario, où les ménages « consomment moins au total, mais plus de produits français », l'étude évalue le « potentiel de créations nettes d'emplois à environ 150 000 emplois ». Dans le second scénario, deux phénomènes sont à l'œuvre. Pour consommer autant qu'avant, les ménages doivent allouer 2,4 milliards d'euros supplémentaires aux biens concernés, qu'ils ne peuvent donc pas dépenser à autre chose. Le COE émet l'hypothèse que cet arbitrage se ferait au détriment des « services ». Ainsi, 190 000 emplois seraient créés par la relocalisation, mais 35 000 emplois seraient détruits dans les services, soit un « solde net » de 155 000 créations.

Bilan : « Quel que soit le comportement du consommateur [...] l'effet sur l'emploi serait positif et de l'ordre de 150 000 emplois », selon le COE, qui ajoute qu'il « est permis de considérer que ces créations nettes d'emploi auraient un effet d'entraînement sur l'ensemble de l'économie ». Un chiffre à ne pas prendre à la légère au vu du niveau toujours élevé du chômage dans l'Hexagone... Ajoutez à cela une fierté retrouvée pour le bleu-blanc-rouge après le parcours en Coupe du monde de l'équipe de France et le « fabriqué en France » comme « origine France garantie » pourraient bien s'inviter de plus en plus dans le quotidien des consommateurs français.

Par [Judikael Hirel](#), avec AFP

