

TABLE RONDE 1 : PRODUIRE EN FRANCE

Produire en France pour créer des emplois et vivre mieux
Contribution de Robert Rochefort

1 - Le constat

De 1980 à 2007, la France a perdu 36% de ses effectifs industriels. Cela représente 1,9 million d'emplois, soit 71 000 par an. Concomitamment, le poids de l'industrie dans le PIB en valeur est passé de 24% à 14%. Cette tendance n'a même pas cessé durant les phases de croissance, le rythme des pertes d'emploi a juste été ralenti. Les services marchands ont certes pris le relais, mais de façon insuffisante au cours de toutes ces années. Leur poids dans le PIB est passé de 45% à 56% en valeur et les effectifs occupés ont quant à eux progressé de 53%.

La crise de 2008/2009 – « crise sur la crise » pourrait-on dire - a provoqué une accélération de ces pertes d'emplois industriels. Au cours des trois années de 2009 à 2011, quelques 880 annonces de fermeture de sites industriels ont été enregistrées dont 400 en 2009.

Pourquoi la France perd-elle autant de marchés ? L'argument de coûts salariaux trop élevés n'est pas le principal. En réalité, les produits français ne sont pas les mieux adaptés aux besoins. Ils se situent trop souvent dans le milieu de gamme. Pas assez économiques pour le tout venant et de qualité insuffisante pour le très haut de gamme.

Les comparaisons entre les chiffres du commerce extérieur français et allemand sont cruelles pour nous. En 2010, face au déficit français, de 51 milliards d'euros nos voisins d'outre-Rhin enregistraient un excédent de 154,3 milliards d'euros. Les chiffres définitifs de 2011 accroîtront encore cet écart (le déficit français sera de 75 milliards).

L'Allemagne bénéficie d'une excellente compétitivité hors-prix. Celle-ci repose notamment sur l'image de marque de la production. C'est elle qui fait que le «made in Germany» est associé à un très haut niveau de qualité. Cela n'est pas indissociable d'un maillage du pays par des entreprises de taille moyenne, de grosses PME performantes et en général très convenablement capitalisées. L'insuffisance de compétitivité de l'industrie française trouve en partie son origine dans une faiblesse de l'innovation et de la recherche appliquée. Entre 1993 et 2008, les dépenses en recherche-développement ont décliné en France, de 2,4% du PIB à 2% alors qu'elles progressaient significativement en Allemagne, passant de 2,3% à 2,6% du PIB.

2 - Produire à nouveau en tenant compte des nouvelles attentes des consommateurs

- L'inverse d'une démarche protectionniste ou nationaliste

La démarche pour promouvoir à nouveau la fabrication française n'est pas protectionniste. Il ne s'agit pas de recréer la moindre barrière douanière. Ce serait suicidaire. Heureusement, la France exporte encore et beaucoup de produits industriels (ils représentent 80% des exportations). Ce n'est pas davantage un appel à caractère nationaliste. Il faut soutenir le «fabriqué en France» et pas «l'acheter français». La nationalité des marques n'a aucune importance.

- Une mobilisation qui implique le consommateur

Responsabilisation ne veut pas dire obligation. Il ne s'agit pas de contraindre, mais seulement de convaincre. Il faut qu'acheter ce qui est fabriqué en France soit une bonne affaire, certes la plupart du temps à un prix plus élevé mais porteur d'une qualité supérieure, d'une durabilité qui permette de ne pas perdre en pouvoir d'achat réel.

Chaque mois, les achats de biens de consommation représentent 36 milliards d'euros, soit plus de 400 milliards d'euros par an. Changer les comportements sur seulement 10% de ce que l'on achète, passer d'un «made in ailleurs» à un «fabriqué en France», réduisant donc de 40 milliards environ notre déficit du commerce extérieur, soit plus de la moitié (en considérant que la marge brute du commerce est compensée par les effets induits positifs).

Cela coûte-t-il plus cher ? Deux Français sur trois se disent d'accord pour payer jusqu'à 10% plus cher. Bien souvent, les produits fabriqués en France vont coûter plutôt de l'ordre de 20 à 30% plus cher. Mais les produits ne sont pas comparables. Payer plus cher peut être une bonne formule si les produits sont de meilleure qualité. Il faut convaincre les fabricants de jouer la perception du différentiel effectif de qualité.

- Encourager la qualité, allonger la durée des garanties

Pour accompagner cette démarche, il y a une mesure simple : rendre obligatoire des durées de garantie des objets un peu complexes vendus dans le commerce bien plus longues qu'aujourd'hui. Par exemple, l'électroménager.

- Des labels clairs et incitatifs

Il faut donc créer un label, évidemment facultatif, qui indique la proportion de la valeur ajoutée du produit qui provient de l'hexagone. Par exemple «Fabriqué en France à 70%».

- S'inscrire dans le retour au principe d'utilité

Comment éviter le gaspillage, compenser la stagnation du pouvoir d'achat, favoriser à nouveau la production locale ou nationale et remettre le marketing aux sources de la satisfaction des besoins ? En s'inspirant des nouvelles aspirations. Plutôt que d'entretenir la surconsommation, il faut accompagner l'évolution vers les services de mise à disposition de biens durables. Cette tendance émergente est surtout perceptible aujourd'hui dans les modes de déplacement : vélib, automobile, covoiturage, électroménager, articles de sports... Cette tendance s'exprime aussi par la revente du produit lorsqu'on n'en a plus l'usage : eBay, Fnac...

3 - Les mesures pour améliorer la création d'entreprises, la croissance des PME et la compétitivité générale.

- Un «Small Business Act» à la française reposant sur une administration dédiée aux PME pour garantir la simplification de toutes les procédures

. Favoriser la participation des PME aux marchés publics

. Faciliter l'accès des PME au financement dont elles ont besoin par coordination des acteurs publics sur le plan régional

- Faire émerger des entreprises de taille intermédiaire - il y en a deux fois moins en France qu'en Allemagne et en Angleterre - et pour cela :

. Réfléchir soit à un relèvement des seuils sociaux de 10 et 50 salariés, soit à une simplification des obligations pour les entreprises de 50 et 500 salariés.

. Réformer la fiscalité pour le détenteur de part de capital pour qu'elle n'incite plus aussi souvent à une assise des PME à des grands groupes

- Relancer la recherche et l'innovation

. Diffuser le crédit impôt recherche auprès des PME

. Soutenir les pôles de compétitivité et en créer de taille européenne.

AGENDA 2012-2020

Gouverner, c'est prévoir

- Modifier l'assiette des prélèvements sociaux pour répartir sur l'ensemble des revenus le financement de certaines branches de la protection sociale, dont celle de la famille
- Produire en France et... produire en Europe
- . Passer d'un modèle qui privilégie à outrance la concurrence vers une forme plus coopératrice qui forme des alliances (ex : Alstom et Siemens pour la filière ferroviaire à grande vitesse)