



15ème législature

Question N° : 31805	De M. Damien Abad (Les Républicains - Ain)	Question écrite
Ministère interrogé > Économie, finances et relance		Ministère attributaire > Industrie
Rubrique >industrie	Tête d'analyse >Label « Made in France »	Analyse > Label « Made in France ».
Question publiée au JO le : 11/08/2020 Réponse publiée au JO le : 16/02/2021 page : 1442 Date de changement d'attribution : 18/08/2020 Date de signalement : 10/11/2020		

Texte de la question

M. Damien Abad attire l'attention de M. le ministre de l'économie, des finances et de la relance sur les éléments suivants. Avec la crise du covid-19, l'État a enfin réalisé l'enjeu central et l'urgence que représente l'affirmation de la souveraineté économique et sanitaire pour le pays. Les masques, les gels hydroalcooliques et les visières produits pendant la crise dans le cadre de l'effort national arborent fièrement le label « *Made in France* », gage de qualité, de confiance et de soutien aux savoir-faire français pour les consommateurs nationaux. De simple label lors de son lancement, le « *Made in France* » est devenu aujourd'hui un véritable avantage compétitif, surtout pour les entreprises locales qui, outre l'affichage de la fabrication française, y voient aussi la consécration d'un savoir-faire territorial. Par exemple, pour 58 % des Français, il est important que les lunettes soient *made in France*, selon une étude du ministère de l'économie. Pourtant, si l'État multiplie les incitations à la fabrication française et à la transformation vers « l'industrie du futur », les critères d'éligibilité au label *Made in France* n'ont quant à eux pas évolué. En effet, du fait du critère de « l'origine non préférentielle », le *Made in France* est validé en fonction du pays de la dernière transformation substantielle d'un produit manufacturé. En d'autres termes, seule la fabrication *stricto sensu* et les dernières transformations dans la fabrication sont prises en compte pour l'obtention du label, comme si la vie d'un produit commençait à l'usine. Or nombreuses sont les activités et les entreprises dont le processus créatif et la pré-production sont des étapes maîtresse de la valeur ajoutée de leur produit. Dans la filière lunetière par exemple, les lunettes créées en impression 3D se développent fortement du fait de nombreux atouts : une créativité accrue, une personnalisation des modèles plus aisée, une production plus maîtrisée et, surtout, des montures plus écoresponsables car 30 % moins consommatrices d'acétate et de plastique. Pour ces lunettes nouvelle génération, ce sont bien le design *Made in France* et le processus innovant de mise en production qui sont les facteurs forts de valeur ajoutée et qui attirent en premier lieu le consommateur. Pourtant, une étape clé de fabrication n'est toujours pas considérée dans l'obtention du label *Made in France* : la modélisation 3D, qui fait la jonction entre le dessin créatif et la mise en production industrielle. Les fichiers de modélisation 3D font partie de la « matière première » de la monture : sans eux, il ne peut tout simplement pas y avoir de fabrication. La modélisation 3D est aussi au cœur d'une filière historique qui innove, qui diversifie ses procédés de production, qui se numérise. Tout comme la fabrication elle-même, la réalisation des modélisations 3D, dans tous les secteurs, nécessite des compétences spécifiques, des équipements et logiciels de pointe, et peuvent aussi être la vitrine du savoir-faire français en matière d'innovation et de créativité. Parce que cette étape cruciale de création et de modélisation 3D n'est aujourd'hui pas reconnue, une grande partie des lunetiers en impression 3D et les spécialistes en modélisation 3D ne peuvent prétendre afficher le label *Made in France*, dès lors qu'une partie de la production doit être effectuée à l'étranger pour des raisons techniques. Cette non-reconnaissance de la modélisation 3D *Made in*



France est également un frein dans la traçabilité exigée par de nombreux opticiens soucieux de rassurer une clientèle très demandeuse en *Made in France*. Renforcer le *Made in France*, c'est aussi accorder toute leur place aux procédés numériques et à la fabrication innovante dans la reconnaissance d'un produit français. Le *Made in France* ne doit pas fonctionner en vase clos, indépendamment de la force d'innovation des entreprises ni des autres dispositifs d'aide et de reconnaissance de l'innovation tels que « industrie du futur », *French Tech* ou encore *Optic for Good*. La reconnaissance de l'idéation d'un produit et de la modélisation 3D française comme critères d'obtention du label *Made in France* permettrait à des milliers d'entreprises dont la conception et la modélisation sont la principale valeur ajoutée de leur produit d'arbore fièrement le label *Made in France*. Cette reconnaissance ne changerait en rien le critère d' « origine non préférentielle » fixé aujourd'hui par le code des douanes : le caractère *Made in France* d'un produit doit pouvoir être caractérisé par toutes ses étapes de confection et non seulement la production industrielle, ce qui renforcerait aussi la traçabilité des produits. Il souhaiterait connaître les mesures que compte prendre le Gouvernement pour renforcer le label *Made in France*, afin qu'il reflète réellement et entièrement le savoir-faire des entreprises et des sous-traitants spécialisés, et non plus uniquement le lieu de fabrication en usine d'un produit.

Texte de la réponse

Dès le début du quinquennat, le Président de la République a fixé un cap clair et ambitieux : réindustrialiser la France. Le Gouvernement s'est donc fortement mobilisé aux côtés des industriels pour stopper la désindustrialisation, améliorer notre attractivité pour réimplanter des usines en France et recréer des emplois dans l'industrie. Cette politique a produit très rapidement des résultats positifs. La France a créé pendant trois ans – et pour la première fois depuis 20 ans – 17 000 emplois industriels dans les territoires, alors qu'avaient été détruits 1 million d'emplois depuis 2000. La France est aussi devenue depuis 2018 le pays européen le plus attractif pour les investissements étrangers. Ces résultats le démontrent : la désindustrialisation n'est pas une fatalité mais une erreur historique. Le « made in France » n'est pas un label, au sens d'une marque collective répondant à un cahier des charges. Les entreprises sont libres d'apposer sur leurs produits différentes mentions marquant l'origine, lorsque les règles de détermination de l'origine non préférentielle des produits permettent de déterminer leur origine française. Ces règles sont définies par le droit de l'Union européenne et permettent d'établir la « nationalité » d'un produit quand des facteurs de production provenant de plusieurs pays interviennent dans son élaboration : composants, matières premières et diverses étapes de la fabrication. Un produit prend l'origine du pays où il a subi sa dernière transformation substantielle. À chaque catégorie de produit correspond une liste des transformations substantielles. Ces opérations, selon les cas, se traduisent par une transformation ou ouvraison spécifique ; un changement de la position tarifaire du produit ; un critère de valeur ajoutée (par exemple, un certain pourcentage du prix du produit en sortie d'usine) ; et, le cas échéant, la combinaison de plusieurs de ces critères. Lorsqu'une règle de valeur ajoutée est applicable, il est souvent demandé à ce qu'au moins 45% de la valeur ajoutée du produit soit réalisée dans le pays de la dernière transformation substantielle, pour que celui-ci soit originaire de ce pays. Ce prix inclut la valeur de toutes les matières mises en œuvre et comprend des frais généraux comme la recherche et développement ou la main d'œuvre supportés par le fabricant. La conception est ainsi prise en compte dans le calcul de la valeur ajoutée et, par conséquent, dans la détermination de l'origine du produit. En outre, les entreprises qui conçoivent en France peuvent afficher la mention « conçu en France » pour valoriser leurs produits en mettant l'accent sur la démarche de design et d'innovation dans laquelle elles se sont engagées en amont du processus de fabrication. Cependant, l'usage de cette mention doit pouvoir être justifié par des éléments précis et ne pas induire le consommateur en erreur. Dans tous les cas, le marquage de l'origine reste une démarche volontaire des entreprises. L'action du Gouvernement consiste à accompagner les entreprises qui souhaitent savoir si elles peuvent apposer le marquage « made in France » sur leurs produits. Les entreprises peuvent ainsi faire une demande d'« information sur le made in France » (IMF) sur le site internet de la Direction générale des douanes et droits indirects (DGDDI). L'administration s'engage à leur apporter une réponse dans un délai de 120 jours. Par ailleurs, afin de protéger les entreprises et les consommateurs contre les pratiques déloyales, la DGDDI, ainsi que la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, mènent des contrôles réguliers, afin de s'assurer que les entreprises apposant de telles mentions en remplissent bien les conditions.

