



# « LE PATRIOTISME ÉCONOMIQUE DEMANDE DE L'AUDACE »

*Depuis quelques années, le patriotisme économique gagne les esprits. Quels en sont les ressorts ? Faut-il y croire ? Les réponses de Florence Touzé, professeure d'Audencia Group et co-titulaire de la Chaire RSE.*

Propos recueillis par **MAGALI LE CLANCHE**

## À QUAND REMONTE LE PATRIOTISME ÉCONOMIQUE ?

Cette question revient par vagues, portée d'abord par les politiques. Dans les années 70 et 80, elle était notamment utilisée par Georges Marchais, puis elle est réapparue avec François Bayrou entre 2000 et 2010, comme réponse à la crise. Arnaud Montebourg, enfin, a creusé le sillon en 2014 avec un décret relatif au patriotisme économique.

## QUELLES FORMES PREND-IL ?

En termes de consommation responsable, le made in France constitue un des arguments qui parle le plus aux Français. Déculpabilisant le consommateur, ce critère rajoute plaisir et fierté à l'acte d'achat. Depuis 5 ans, le patriotisme économique est aussi une lame de fond dans le monde du développement économique et de l'entrepreneuriat. Avec un nombre accru d'entreprises s'engageant sur ce créneau. Pour leurs clients, même s'il demande un petit effort en termes de prix, le made in France représente un des critères qui motivent l'achat.

## EST-CE UNE TENDANCE DE FOND ?

Oui, on peut le penser, d'autant plus que l'essor du patriotisme économique a



© DR

croisé celui du développement durable. Tout cela a pris sens, s'est diffusé et la question du made in France s'est inscrite dans l'approche RSE. Elle constitue aujourd'hui un levier pour y contribuer.

## QUELS GAINS VISE CE PATRIOTISME ÉCONOMIQUE ?

Il s'agit de recréer de la valeur sur le territoire et davantage de sens. Nous avons pris conscience, ces dernières années, que notre consommation posait un réel problème de soutenabilité, que nous arrivions à des situations ubuesques comme ces crevettes surgelées qui, pour une question de prix, font le tour du globe avant d'arriver dans nos assiettes. Ces pratiques génèrent des impacts tant inutiles que destructeurs, qu'ils soient sociaux, environnementaux, humains... Le patriotisme économique contribue aussi à préserver les savoir-faire du pays. Malheureusement, aujourd'hui, les entreprises qui veulent fabriquer

en France n'y trouvent pas toujours les ressources ou les compétences, qui se sont perdues...

## À QUELLES CONDITIONS PEUT-IL SE DÉVELOPPER ?

Le made in France demande de l'audace et de l'engagement. La marque de vêtements 1083 l'illustre bien. En 2013, son fondateur Thomas Huriez a fait le pari de produire des jean's et baskets made in France. L'entreprise a d'abord travaillé à relocaliser toutes les étapes de fabrication, en allant chercher de nombreux fournisseurs français. Aujourd'hui, elle sauve une filature vosgienne de la fermeture.

## Y A-T-IL DES ÉCUEILS À ÉVITER ?

Le patriotisme économique sera d'autant plus vertueux s'il ne se coupe pas du monde. Car il existe des talents ailleurs et de belles initiatives éthiques à promouvoir. Je pense à la société nantaise N'Go qui a créé une marque de baskets équitables, permettant de soutenir les savoir-faire traditionnels des artisans vietnamiens et d'aider à l'éducation des enfants dans le pays. Aujourd'hui, la vraie question est de sortir de la seule logique du prix bas. De réapprendre la valeur d'un produit, en comprenant ce qu'elle recouvre de temps, de savoir-faire et d'impact.