

MEMENTO ATELIER FORUM DD

L'ATELIER

Faire de la proximité une force pour son entreprise	
2E	14h15 – 16h30

LES INTERVENANTS / L'ANIMATEUR

Animateur :

- Michelle Ernewein, directrice ECO-Conseil

Intervenants :

- Thierry Geoffroy, Chargé de mission, AFNOR
- Philippe Peyrard, Directeur Général Délégué, Coopérative ATOL
- Emmanuel Sieger, Dirigeant, Storks

LA PROBLEMATIQUE DE L'ATELIER

1. Pourquoi le choix de la proximité ?
2. Qu'est-ce que le label Origine France Garantie ?
3. Le « Made in France », un accélérateur de vente ?
4. Quelles sont les leçons que vous pouvez tirer de votre expérience ? bénéfices et difficultés ?

LA SYNTHÈSE DE L'INTERVENTION

1. Le choix de la proximité découle d'une volonté de préserver le savoir-faire en France, de proposer une alternative aux consommateurs parmi des produits fabriqués en grande partie à l'étranger et enfin de développer un circuit court de production et de commercialisation. Ce circuit court de production permet de contribuer au développement durable en évitant les multiples allers-retours à travers le globe auxquels s'adonnent de nombreuses entreprises entraînées dans une logique de réduction des coûts.
Dans le cas d'ATOL, la fabrication des lunettes en Savoie permet non seulement de réduire les impacts sur l'environnement mais aussi de préserver ce savoir-faire devenant de plus en plus rare. De même, la marque Storks portée par M. SIEGER a choisi de produire en France via les quelques ateliers de textile restants.
2. Le label *Origine France Garantie* a été créé afin de valoriser les produits dont la valeur provient au minimum de 50% de France. En effet, de nos jours, de nombreuses marques utilisent de façon peu scrupuleuse l'étiquette « Made in France » afin de séduire les consommateurs. Ce label se base sur deux critères fondamentaux (critère économique et critère géographique) qui permettent selon M. Thierry GEOFFROY d'écarter 90% des « *faux Made in France* ».
3. Face à une guerre des prix faisant rage dans de nombreux secteurs, le made in France serait-il un avantage face aux concurrents ? La réponse est non. Le

prix de vente qui est bien souvent supérieur aux produits des concurrents reste à ce jour un critère de choix. Comme l'affirme M. PEYRARD, il est nécessaire de coupler l'étiquette française à un élément différentiateur : les montures de la marque ATOL se démarquent des grandes marques grâce à un système permettant facilement changer les parures de sa monture.

4. Sur le plan économique, les difficultés sont avant tout liées au prix de revient mais aussi aux pénuries d'atelier. Au niveau des bénéfices, le choix de la proximité est, pour M. SIEGER, surtout lié au fait de vouloir faire les choses différemment, permettant ainsi de renforcer le facteur humain très souvent oublié, tout en favorisant les échanges entre les entreprises françaises. Du côté de l'environnement, les impacts environnementaux sont réduits grâce à une concentration des opérations au niveau national. Enfin, la proximité a aussi un effet bénéfique sur l'aspect social puisqu'elle permet de soutenir les entreprises françaises.

POUR ALLER PLUS LOIN

Atol : <http://www.opticiens-atol.com/pages/opticiens-engages/la-qualite.php>

Storks : <http://storks.fr>

Afnor, label Origine France Garantie : <http://www.boutique-certification.afnor.org/certification/label-origine-france-garantie>

contact@ideealsace.com