

Le Cabinet ACDL Expertise vous informe :

**Miser sur le made in France : une bonne idée pour votre entreprise ?**



**Un véritable renouveau ! Depuis quelques années, de plus en plus d'entreprises surfent sur le made in France. Une démarche qui séduit le grand public mais aussi les acheteurs du B to B.**

Présents dans la vitrine des boutiques de l'Assemblée Nationale et de certains musées, référencés par les Galeries Lafayette et Monoprix, bientôt commercialisés par un distributeur chinois... En quelques mois, les produits du Biberon Français se sont fait une place sur le marché de la puériculture. Et, forcément, avec un nom pareil, ils sont made in France !

« *Autour de moi, on disait que ce serait compliqué de trouver des fournisseurs et que ce serait trop cher*, raconte Benjamin Banoun, qui a lancé en juin 2017 cette entreprise qui, comme d'autres start-up, a fait des couleurs nationales un signe de ralliement. [Le prix de nos produits est plus élevé que celui de beaucoup de nos concurrents mais, jusqu'en Chine, les normes françaises et européennes, parmi les plus drastiques du monde, rassurent.](#) »

#### Made in France: des donneurs d'ordre sensibilisés

Cet engouement pour les produits hexagonaux ne cesse de s'intensifier. D'après un sondage Ifop d'octobre 2016, 94 % des Français considèrent qu'acheter un produit made in France est une façon de soutenir les entreprises françaises et 72 % d'entre eux assurent privilégier un produit made in France dont ils ne connaissent pas la marque, plutôt qu'une marque connue qui ne fabrique pas en France.

« *La qualité et la durabilité des produits, l'éthique, les questions environnementale et le soutien à l'emploi sont des préoccupations de plus en plus partagées* », assure Maxime Balsat, cofondateur de la Fédération indépendante du Made in France ([FIMIF](#)).

Même chose côté B to B : selon une enquête publiée début janvier 2018 par AgileBuyer et le Conseil national des achats (CNA), 46 % des donneurs d'ordre, quel que soit le secteur, prennent en compte le made in France dans leurs critères d'attribution du business, contre 31 % en 2017. « *Dans [les achats publics](#), de plus en plus d'appels d'offres intègrent une dimension locale* », complète Maxime Balsat.

### Au plus près de ses partenaires

Autre atout du made in France, la proximité avec ses fournisseurs et sous-traitants. « *Lors du lancement d'un produit, lorsqu'il faut procéder à des ajustements, c'est beaucoup plus simple d'avoir un partenaire qui ne se trouve pas à l'autre bout de l'Europe ou du monde et que l'on peut rencontrer régulièrement. Et c'est également plus pratique au quotidien sur le plan de la logistique et des délais de livraison* », estime Benjamin Banoun.

Une situation qui peut aussi permettre aussi de bénéficier d'un éco-système stimulant, qu'il s'agisse d'un réseau de start-up ayant choisi de produire en France ou d'un pôle de compétitivité.

Par Jean-Marc Engelhard, Accroche-press' pour France Défi  
jeudi 19 juillet 2018 08h52

**Les collaborateurs du cabinet se tiennent à votre disposition pour tout renseignement complémentaire.**

Votre expert-comptable : Guillaume GAHIDE 03.27.62.18.11 / ggahide@acdl.fr