

# Tribune

# GRANDE CONSO

à retrouver sur [www.olivierdauvers.fr](http://www.olivierdauvers.fr)

VOUS ÊTES **11086**  
CADRES DE LA GRANDE CONSO  
À RECEVOIR "TGC"

N° 117 OCTOBRE 2012  
TGC - Editions DAUVERS  
21, rue de la Poterie - 35200 RENNES  
02.99.50.18.90 - [olivier@olivierdauvers.fr](mailto:olivier@olivierdauvers.fr)

LE BLOGNOTES DU 22 OCTOBRE

## Cher Arnaud...

**LES FAITS.** En posant à la une du *Parisien Magazine* vendredi sur le thème du *made in France*, Arnaud Montebourg a frappé les esprits. Et même surpris par une mise en scène de prime abord ridicule.

Cher Arnaud... Nous ne nous connaissons certes pas personnellement<sup>(1)</sup>. Mais votre ardeur depuis quelques mois à «être» l'actualité fait de vous un «personnage» pour moi familier. Vous me pardonnerez dès lors cette triviale apostrophe ! Cher Arnaud donc. Autant vous l'avouer sans davantage de prévenance, votre sortie dans *Le Parisien Magazine* m'a immédiatement paru ridicule. D'abord, il y a cette pose en marinière Armor Lux, blender Moulinex dans les bras et montre Michel Herbelin ostensiblement arrimée à votre poignet. Avez-vous une seconde songé à l'ouvrier français dont vous vous revendiquez le défenseur acharné ? A 790 euros la montre, le consommateur *made in France* lui apparaîtra comme un luxe bien inaccessible ! Et entre la marinière bretonne et la chemise bangladaise, il n'a – hélas – pas le loisir d'hésiter. Ensuite, il y a la réalité même du *made in France*. Visiblement contestable pour ladite montre selon les bons connaisseurs de l'horlogerie. Assemblée dans l'Hexagone, c'est un fait. Mais produite – au sens de ses composants – en France ? Vos conseillers auraient été bien inspirés de le vérifier... Enfin, dernier volet du ridicule apparent de votre démarche, cette proposition de contraindre les grandes



surfaces à créer des rayons de produits français. Après tout, il existe bien des rayons bio, diététique, ethnique, etc. Pourquoi pas... français ? Fallait y penser ! Et surtout n'être guère au fait de la réalité de la consommation : l'alimentaire est très majoritairement *made in France*. Quant au non-alimentaire, vous proposez donc de substituer à la traditionnelle organisation par familles de produits un merchandising<sup>(2)</sup> par origine. Utopique et, réfléchissez-y, bien trop alambiqué pour le chaland.

### Donner une valeur sociale aux produits

Cher Arnaud, passé l'effacement premier de la mise en scène et de la proposition, je vous sais néanmoins gré d'avoir posé en termes simples l'enjeu : «Connecter le cerveau du citoyen et du consommateur». Peut-être auriez-vous pu rajouter que le produire en France ne peut être que la conséquence de l'achat français. Ce qui impose de donner une valeur sociale aux produits. Sous-entendu



une valeur positive pour les produits français. Et, par conséquence, négative pour les autres. Nauséabond patriotisme pour les âmes trop bien pensantes ? Peut-être. Mais l'heure est-elle aux attermoissements idéologiques ? A l'évidence non.

### Ministre

### du patriotisme consommériste ?

Après François Bayrou il y a près d'un an, vous voilà donc, cher Arnaud, l'incarnation du patriotisme consommériste. Une nuance de taille néanmoins : vous êtes en responsabilité, donc en capacité, que dis-je ?, dans l'obligation de quitter illico la posture pour l'action. Oubliez les rayons français ! Mais cherchez et cherchez encore comment doper la valeur sociale des produits français. Je n'ambitionne rien cher Arnaud (et surtout pas la Zoé de fonction qui vous sied à ravir) mais voici une piste pour creuser vraiment profondément le sillon que vous n'avez encore que tracé. Profitez donc des opérations commerciales dédiées aux jouets pour inciter chaudement

les enseignes à identifier clairement l'origine des jouets qu'elles installent sur leurs gondoles<sup>(3)</sup>. Au besoin, que votre Ministère imprime dans l'urgence les étiquettes d'identification ! L'objectif avoué ? Ne plus cacher l'origine asiatique que les consommateurs ne sauraient seuls voir. Bien sûr, les tendances de marché ne s'inverseront pas dans l'instant (9 jouets sur 10, excusez du peu...). Bien sûr, les jouets ne sont qu'une infime part de la consommation. Mais dois-je vous rappeler la force et l'utilité des symboles lorsqu'il s'agit de frapper les esprits ? Non ! Je vous sais fort au fait des (bonnes) techniques de comm'... En parallèle, préparez-vous à bousculer les conservatismes bruxellois. Qu'il s'agisse de l'identification obligatoire de l'origine des produits (au-delà des fruits et légumes par exemple) ou des distorsions dans les coûts de production entre pays de l'UE. Vous dites aimer l'action politique cher Arnaud ? Agissez !

**Olivier Dauvers**

(1) pour remédier à la situation et, surtout, pour que j'éclaire votre lanterne sur la réalité commerciale, n'hésitez pas...

(2) j'en profiterai alors pour vous expliquer le sens de ce terme en apparence barbare.

(3) votre temps est précieux ! Voici même ci-dessous ce qu'il conviendrait de faire.

