



**LIFFOL-LE-GRAND**

**Rémi Dauphin**, directeur de MADEiN Grand Est (ex-PLAB)



**« Nos entreprises sont compétitives dans le monde entier »**

**Trente années après sa création, quelle est désormais la vocation de MADEiN ?**

« Apporter des services en matière de communication par exemple car l'ameublement, ce ne sont pas que des armoires lorraines. Ce sont aussi des pièces de design et il convient de faire connaître ce repositionnement notamment sur le marché du luxe. S'appuyant sur un savoir-faire séculaire, nos entreprises se développent différemment. La communication sur les salons permet aussi de se positionner par rapport à la concurrence nationale voire internationale. Ce sont des métiers où il faut savoir regarder ce qui se passe ailleurs et montrer que l'on fabrique des pièces très modernes dessinées par des designers de renom. »

**Où en est-on dans l'attribution de l'Indication géographique européenne ?**

« En lien avec l'Association française des Indications géographiques industrielles et artisanales (AFI-GIA), on a pu obtenir un texte européen, le 13 avril dernier. Il devrait être voté d'ici quelques mois. C'est arrivé très rapidement et l'on peut remercier le Président Macron qui a mis personnellement un coup d'accélérateur. Ce label, comparable aux IG alimentaires (qui sont au nombre de 146 dont 74 vins générant plus 4,8 M€ de chiffre d'affaires), rassure. Les manufactures semblent prêtes à reprendre le même logo que celui des produits alimentaires ! L'idée n'est pas de reprendre une législation nationale mais de créer un cadre européen. Le consommateur doit être rassuré par ce label qui se rapproche de ce qui se pratique déjà dans le domaine de l'hygiène alimentaire. On ne part pas sur un nouveau label mais sur une expérience de plus de 20 sur des IG de produits alimentaires avec des retours. »

res), rassure. Les manufactures semblent prêtes à reprendre le même logo que celui des produits alimentaires ! L'idée n'est pas de reprendre une législation nationale mais de créer un cadre européen. Le consommateur doit être rassuré par ce label qui se rapproche de ce qui se pratique déjà dans le domaine de l'hygiène alimentaire. On ne part pas sur un nouveau label mais sur une expérience de plus de 20 sur des IG de produits alimentaires avec des retours. »

**Quelles sont vos ambitions pour les années à venir ?**

« Il est bon de rappeler que le PLAB est né dans un territoire rural, il y a trente ans, avec une poignée d'entreprises. Aujourd'hui, cette initiative rurale rayonne sur dix départements et compte près de 170 adhérents. Son but est d'obtenir des marchés hors les frontières ou de répondre localement à des problématiques environnementales ou d'approvisionnement. C'est le cas par exemple de WM 88 à Châtenois qui a besoin de palettes. Notre rencontre récente avec des représentants de la province de Luxembourg en Belgique (Arlon), s'inscrit dans ce cadre avec, pourquoi pas, un futur partenariat. Nous sommes aussi un soutien aux entreprises. Et on a des entreprises compétitives dans le monde entier. »

**Propos recueillis par Olivier JORBA**

