

UNIVERS MADE FRANCE

NOS CHOIX CONSTRUISENT NOTRE AVENIR

QUELS SONT LES ENJEUX ?

ANALYSE

OU EN EST
LE MADE IN FRANCE ?

ÉTUDE

OU ENTREPRENDRE
EN FRANCE ?

RENCONTRE

LE LOCAL DOIT
REPRENDRE SUR
LE GLOBAL

L 16354 - 1 - F: 4,90 € - RD



Rédacteur en chef

Laurent Dollez
dollez@univers-presse.com
Tél. : 01 55 58 06 01

Direction développement,

Philippe Souchère
Tél. : 01 55 58 06 06
philippe.souchere@univers-presse.com

Secrétariat de rédaction

Sabrina Moresa
s.moresa@univers-presse.com
Tél. : 01 55 58 06 09

Direction artistique

Sabrina Moresa

Réalisation graphique

Martine Savina

Couverture : Yann Launais

Ont collaboré à la rédaction

Johanna Bensmaine
Claire Calmésane
Sabine Carantino
Mario De Castro
Céline Jappe
Pierre Lagrange
Bénédicte La Guérinel
André Jull
Stéphane Meunier
Marie-Hélène Renaudon
Agnès Richard
Augustin Tilly
Eric Tixier
Pascal Turbil
Marine Veret

Diffusion et abonnements

Françoise Dion
francoise.dion@univers-presse.com
tel : 01 55 58 06 09

Prix de vente au numéro : 4,90 €

Abonnements :

www.univers-madeinfrance.fr

Univers made in France est éditée par le groupe Jac, SARL au capital de 5 000 €

Siège social : 27, rue d'Arcueil, 92120 Montrouge. RCS Paris 509 170 148

Gérant - Directeur de la publication

Laurent Dollez

Directeur de la publication associé

Philippe Souchère

Numéro de commission paritaire

En cours

Imprimerie

Imprimé en France
La Galilote-Prénant
70 à 82, rue Auber
94400 Vitry-sur-Seine



ÉDITO



Rien ne reste figé, nos choix façonnent notre avenir. Nos actes déterminent ce que nous sommes et ce que nous allons devenir.

A l'heure où notre économie est au point mort, où le chômage ronge notre tissu social, le constat est amer : notre industrie ne représente plus que 10 % de l'emploi total contre 23 % dans les années soixante-dix. Le transfert des emplois vers le service n'a pas tenu sa promesse de compenser l'emploi industriel, laissant sur le carreau une classe moyenne pourtant source de

richesse, d'équilibre social et finalement ciment de notre société.

Regardons du côté de l'Allemagne. Elle a su préserver ses outils industriels, donner du sens à un label Made in Germany qui a conquis ses propres citoyens, elle a su exporter. Résultat : une balance commerciale excédentaire de 248 milliards d'euros qui lui assure croissance et emploi, quand la France affiche un déficit de plus de 45 milliards d'euros.

Fatalité ? Bien sûr que non !

Alors, qui détient la clef d'un renversement de situation ? La clef de la libération de toutes ces énergies créatrices qui ne demandent qu'à s'exprimer en France, créer de l'emploi et de la valeur ajoutée à nos produits ?

Tout simplement vous, moi, nous tous, consommateurs ! Vous avez le pouvoir de faire changer les choses en choisissant telle entreprise, telle enseigne, telle marque, tel produit, plutôt que d'autres. Ceux qui correspondent à vos critères éthiques et notre intérêt commun à produire et consommer en France pour relancer l'emploi, sauvegarder nos richesses traditionnelles et nouvelles.

Oui ! Ce sont bien nos choix individuels qui, mis tous ensemble, peuvent influencer sur l'offre qui nous est faite sur le marché français. Tels les petits ruisseaux, chacun de ces choix peut converger pour finir en un fleuve qui puisse à nouveau irriguer notre pays, et par-delà ses frontières, de ce savoir-vivre à la française, de cette fameuse « French touch », sous l'emblème du Made In France. Tout au long de son histoire, la France a toujours su se réinventer, se régénérer et rayonner à nouveau.

Impossible n'est pas français !

Bonne lecture.

Laurent Dollez



ENO fête ses 100 ans de tradition française



ENO en bref

- Création en 1909 par la famille Haineaux à Revin, dans les Ardennes, puis à Niort en 1916
- Reprise en 2003 par Laurent Colas et Antoine Thomas
- 100 salariés
- CA 2015 12 M € dont 30 % à l'export
- 3 catégories de produits avec les planchas, les cuisinières pour bateau et les appareils d'appoint
- Export vers plus de 25 pays



Laurent Colas

Antoine Thomas

BASÉE À NIORT, LA SOCIÉTÉ ENO EST CONNUE POUR SES FOURS ET FOYERS À GAZ MONTÉS SUR CARDAN, DESTINÉS À L'ÉQUIPEMENT NAUTIQUE. LEADER MONDIAL DANS CE DOMAINE, SA QUALITÉ DE FABRICATION EST AUSSI RECONNUE POUR SES PLANCHAS.

Univers Made In France : Parlez-nous de son histoire...

ENO : Arthur Haineaux crée en 1909 un atelier de fonderie dans les Ardennes, pour fabriquer de fourneaux. La Première Guerre mondiale oblige la famille à déménager à Niort en 1916, et la fonderie connaît une forte croissance jusqu'au début des années cinquante, produisant des cuisinières, des poêles et des pièces pour machines agricoles. Rachetée en 1978 par un groupe suédois, l'entreprise voit son activité fortement chuter jusqu'à la fin des années quatre-vingt, pour être reprise par la Financière du Louvre, puis en 2003 par nous-

mêmes. Nous parlons sur l'innovation et la diversification, en rachetant en 2006 le fabricant canadien de cuisinières pour bateau FORCE 10, et devenons le premier fabricant français de planchas en fonte émaillée.

Comment se compose la gamme de vos planchas ?

Nos planchas électriques de la gamme ELEKTRA se branchent sur une prise standard 16A, avec un modèle à un foyer radiant de 1 500 W pour 5 à 6 personnes, et un modèle à deux foyers radiants de 3 000 W. Nos planchas à gaz ont d'un à trois foyers de 2 500 W chacun.

Quelles sont les particularités de vos planchas ?

Les châssis de nos planchas sont en inox marin, comme nos appareils destinés au nautique. Les plaques de cuisson d'une épaisseur de 7 mm garantissent une diffusion de la chaleur uniforme sur l'ensemble de la surface. Leur nettoyage se fait par un simple grattage à l'aide d'une spatule et un déglacage à l'eau ou au vinaigre blanc, ou avec une boule de paille d'inox et un produit nettoyant.

Parlez-nous du Made in France par ENO...

Nous fêtons les 100 ans d'ENO depuis son installation dans le Poitou-Charentes. Le sérieux de notre fabrication nous a fait gagner en 2011 deux labels, « Entreprise du Patrimoine Vivant » et « Origine France Garantie ». Notre procédé d'émaillage se fait sur une chaîne robotisée, dans laquelle nous avons investi de plus de 800 000 €, nous ayant permis de conserver l'outil de production en France, en passant la production quotidienne de 130 à 750 planchas. Nos plaques émaillées sont garanties 10 ans. Ce 100^e anniversaire est l'occasion de la sortie d'un livre qui relate l'histoire d'ENO. Guy Brangier, qui l'a écrit, s'est basé sur des documents d'archives et des photos d'époque.

Comment voyez-vous l'avenir pour ENO ?

Nous adressons trois domaines, avec le plein air (50 %), le nautisme (40 %) et la maison (10 %). Tout en consolidant ces différents marchés, nous travaillons désormais sur l'export, après avoir ouvert en 2014 deux succursales aux États-Unis.

PL ■