



## Soirée de l'entreprise – Mercredi 12 avril 2017

### Compte rendu : Présentation de l'association Made in Jura

Soirée à l'initiative de **M. ROCHET** Président de la communauté de commune du Val d'Amour et de **M. ROUGEAUX** vice-président en charge de l'économie et du Tourisme  
Compte rendu : Charlotte GROSS  
32 entreprises participantes

#### Merci pour la participation des intervenants :

**M. Laurent CHAUVIN** Président de l'association Made in Jura.

M. Chauvin est co-gérant de la société Chauvin, située à Bans, spécialisée en conception et construction de chalets et maisons bois.

**M. Gilles DELATRE** membre fondateur et trésorier de l'association Made in Jura

M. DELATRE est agent commerciale indépendant dans le secteur du jouet et de l'enfance, il représente en Suisse 12 marques dont 4 fabriquent ou font fabriquer dans le Jura.

**M. François DEFOUGERES** membre fondateur de l'association made in Jura

M. DEFOUGERES est à la tête de l'entreprise Diager Industrie à Poligny, spécialisée dans la fabrication d'outils coupant et leader en Europe dans la fabrication de forêts béton.

**M. Hubert CATTENOZ** membre fondateur de l'association Made in jura

M. CATTENOZ est l'un des fondateur de l'entreprise GC tables situé à Champagnole, spécialisé dans la fabrication de table. Aujourd'hui à la retraite il a réussi à transmettre son entreprise.

**Mme Marine COUTURIER** chargée de développement de l'association.

Mme Couturier a un parcours multiple, elle a travaillé à la CCI puis a été en charge du développement économique à la Communauté d'agglomération du Grand Dole avant de s'occuper des fonds européens au Pays Lédonien. Aujourd'hui, elle est la première interlocutrice des entreprises adhérentes ou qui souhaitent adhérer.





## Ouverture de la soirée

La soirée est introduite par M. Etienne ROUGEAUX, vice-président à l'économie et au tourisme, il précise que cette soirée de l'entreprise est organisée dans le cadre du projet de Gestion Prévisionnel des Emplois et des Compétences Territoriale initié par la collectivité en avril 2016. Cette soirée est la première et sera suivi par d'autres en fonction des besoins et attentes des entreprises du territoire.



M. Chauvin fait un rapide historique de l'association. Comme chacun des intervenants il expose les raisons qui font qu'il est attaché à l'association et aux valeurs qu'elle véhicule.

## Présentation de l'association

### **Le concept :**

Initié en 2003 par le Conseil Départemental du Jura et plus particulièrement M. Joël SIMON, Made in Jura s'est développé sous forme d'une marque qui a donné lieu à des événements majeurs tels que des salons, des expositions, des rencontres inter-entreprises, la réalisation d'actions de communication et la réalisation de publication d'ouvrage.

Après une « mise en sommeil » et la perte de la compétence économique par le Conseil Départemental, suite à la loi NOTRE, la partie économique du concept Made in Jura est aujourd'hui portée par une association d'entrepreneurs.

→ **Le Conseil départemental reste toujours propriétaire du volet « populaire » de la marque.** Prochainement une communication sur les deux entités, publique et privée, aura lieu.

Le Conseil départemental a permis, grâce à l'organisation du Salon made in Jura<sup>1</sup>, de « redonner vie » à cette marque. Le succès inattendu du salon et les échanges qui ont eu lieu entre les entreprises n'a fait que renforcer la nécessité de consolider et de co-construire cette association d'entrepreneurs jurassiens.

Aujourd'hui l'association évolue et se construit de jours en jours grâce à la participation et à la diversité de ses adhérents.

## **Made in Jura ?**

L'association est avant tout un regroupement d'entreprise qui souhaite **collaborer**, **s'entraider** et se **développer** grâce à leur mise en réseau.

« L'association accueille tout type d'entreprise, sans hiérarchie, il n'y a pas de notion de taille, chacun peut apporter à l'autre. »

**Faire partie de l'association c'est partager des valeurs de qualité, de convivialité et de travail, partager des savoir-faire.**

N'importe quelle entreprise engagée dans le respect de ces valeurs peut adhérer à l'association Made in Jura. En revanche, **les conditions d'utilisation du logo varient selon le type d'activité et le taux de production locale.** Ainsi, une entreprise de

<sup>1</sup> Le salon s'est tenu à Dole du 13 au 16 octobre 2016



production pourrait apposer le logo sur son produit si 50% de la valeur ajoutée de celui-ci est produit dans le Jura.

**Concrètement, le rôle de l'association c'est :**

- 1. **Gérer et fixer** les conditions de la marque commerciale Made in jura
- 2. L'association **assure le contrôle** du logo à des fins commerciales, en cas de non-respect elle applique toutes actions visant à en établir le bon usage
- ➔ Seules les entreprises adhérentes à Made in jura peuvent utiliser le logo
- ➔ Il y a une différence entre le logo emblème et le logo identification :

Logo identification	Logo emblème
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Utilisable à des fins commerciales</li> <li>✓ Réservé aux adhérents de l'association</li> <li>✓ Assujetti à une charte d'utilisation</li> <li>✓ A associer impérativement à un numéro d'adhérent</li> </ul>	Utilisable librement hors action commerciale et marquage produit

**Attention il s'agit d'une marque, d'une image de qualité et non d'un label**, ce qui signifie qu'elle ne repose pas sur un cahier des charges strict mais plutôt sur un respect des valeurs prônée et qu'il n'y a pas de contrôle réalisé par un organisme de certification et de contrôle mais plutôt un partenariat dans un cadre de confiance.

- 3. **Elle fédère** en réseau l'ensemble des adhérents et facilite leur visibilité en proposant des outils et actions de promotions tel que :
  - Des visites d'entreprise
  - La communication sur les réseaux sociaux ou dans les médias
  - Des rencontres dirigeants
  - La régulation de logo
  - La mise en place de temps de convivialité,
  - La labélisation d'excellence,
  - Des actions de valorisations jeunes entreprises,
  - La participation à de grands événements,
  - Du business,
  - Des produits dérivés (demandes fortes des adhérents notamment lors de participation à des salons professionnels),
  - Mise en place d'une newsletter pour garder le lien avec les adhérents et faire vivre le réseau.

**Les adhérents à l'association**

Aujourd'hui l'association compte **269 adhérents**.

Parmi eux, 80% sont des TPE et PME, 2 ont plus de 100 salariés.

40% des adhérents sont des entreprises de production artisanale et industrielle. Hors cela ne représente pas la totalité de la richesse du Jura qui est un territoire de production.

Les adhérents se répartissent sur l'ensemble du territoire jurassien (toutes les communautés de communes sont représentées), seulement quelques entreprises ont leur siège en dehors du Jura mais toutes ont au moins un site de production sur le territoire.



**La cotisation à l'association est annuelle**, elle varie en fonction de la date de création de l'activité et du nombre de salarié de l'entreprise.

- Immatriculation < à 1 an : gratuit
- Aucun salarié : 100 euros
- Moins de 5 salariés : 250 euros
- De 5 à 9 salariés : 500 euros
- De 10 à 19 salariés : 750 euros
- De 20 à 49 salariés : 1 000 euros
- De 50 à 99 salariés : 2 000 euros
- Plus de 100 salariés : 3 000 euros





## Questions avec la salle :

« Comment l'utilisation du logo peut-il être contrôlé ? »

- ➔ Il est difficile d'effectuer des contrôles dans chaque entreprise, la base c'est la confiance mais les membres comptent également sur l'autocontrôle entre adhérents.

**A terme** pour distinguer les entreprises qui arrivent à produire plus de 80% dans le Jura et pour des raisons d'équité entre les membres, **il est prévu de développer une marque d'excellence**. Cette dernière reste à co-construire.

« Comment la marque Made in jura est gérée par rapport aux produits agricole et agro-alimentaires, et notamment sur la question de la superposition le logo et les différentes appellations ? »

- ➔ L'association va prochainement rencontrer la DGCCRF pour comprendre comment il est possible de combiner les appellations et la marque. Aujourd'hui une seule entreprise en spécialité laitière et fromagère adhère à l'association, le déficit des entreprises agroalimentaires a d'ailleurs été remarqué au salon made in Jura.

Depuis le salon, l'association se formalise, elle n'a pas encore pu démarcher des entreprises agroalimentaires mais cela est prévu.

Il est précisé que **si une entreprise adhérente ne peut apposer le logo Made in Jura sur son produit** (parce que celui-ci n'est pas combinable avec un label/une appellation d'origine géographique ou parce qu'il ne présente pas un prix de revient jurassien supérieur à 50%), **elle peut en revanche l'utiliser librement sur ses documents administratifs et supports de communication** (site internet, flyers, factures, etc).

« L'association va-t-elle s'ouvrir aux intercommunalités ? »

- ➔ L'association va travailler avec les intercommunalités mais sans avoir clairement déterminé sous quelle forme. Les intercommunalités seront des partenaires incontournables de l'association (puisqu'elles ont la compétence économique) mais les statuts ne permettent pour le moment pas de les faire adhérer. D'autres types de collaboration sont donc à envisager.

« Comment sortir de l'association ? »

- ➔ Il suffit de ne pas renouveler son adhésion.

« Lors du salon Made in Jura, tous les exposants ne fabriquaient pas local, cela peut être un frein à l'adhésion, comment garantir le respect des valeurs de l'association ? »

- ➔ Le salon a été organisé par le Conseil départemental dans un contexte particulier avec des contraintes de temps et de remplissage. La sélection n'a donc pas été exclusive.

Il convient de préciser que le prix du stand pour les entreprises adhérentes (et donc respectueuses des valeurs de qualité et de proximité) et pour les entreprises non adhérentes n'étaient pas du tout le même et que cela a permis de limiter la venue d'entreprises qui n'étaient pas dans l'esprit Made in Jura.

Lors des futures éditions, l'association pourra se permettre d'être plus exigeante, il va y avoir une autorégulation dans le temps.

Il faut par contre noter que le mélange entre les entreprises (ne pas avoir un pôle agroalimentaire, un pôle construction,...) a été une vraie plus-value pour le salon.



« Il y a une réelle nécessité de plus communiquer sur les valeurs fondamentales de l'association »

- ➔ Comme cela a été évoqué, depuis le salon l'association se construit et il est effectivement prévu de mieux communiquer sur les valeurs de l'association.

« Comment des entreprises du BTP peuvent-elles faire partie de l'association puisqu'elles installent mais ne fabriquent pas dans le Jura »

- ➔ L'association se veut la plus large possible et tient donc à porter un réseau complètement décloisonné. Bien sûr, une entreprise du BTP ne produit pas comme une entreprise industrielle ou un artisan de bouche par exemple, elle produit un savoir-faire et non une production. Par ailleurs, ses contraintes et opportunités ne sont pas les mêmes.

L'association est souple et souhaite prendre en compte les spécificités de chaque branche d'activité. Les entreprises du BTP qui travaillent dans le Jura, portent de nombreux emplois et partagent des valeurs de proximité et de qualité. L'association doit s'adapter au contexte mondial qui veut que les entreprises d'aujourd'hui travaillent ou s'approvisionnent à des échelles plus grandes que leur seul territoire départemental.



**M. Michel ROCHET** Président de la Communauté de commune clôture la soirée en remerciant chacun d'avoir participé