

FFMI / Commande publique, Reconquête industrielle et Fabriqué en France

Fiche proposée le 28/01/2026 par Localtis – Banque des territoires.

Pour « la nouvelle Alliance du fabriqué en France », les acheteurs publics ne doivent pas craindre le patriotisme.

Pour soutenir la souveraineté et l'industrie française, des syndicats et des organisations patronales ont décidé de s'unir autour d'une "Alliance du fabriqué en France". Lancée le 28 janvier 2026 à l'initiative de la CPME, ce collectif propose notamment d'utiliser le levier de la commande publique pour favoriser les entreprises françaises, le tout à partir d'un réseau d'acheteurs publics centralisés et formés.

"La commande publique est un chantier inexploité alors que cela représente plus de 100 milliards d'euros !" Lors du lancement le 28 janvier 2026 de l'Alliance du fabriqué en France*, créée à l'initiative de la Confédération des petites et moyennes entreprises (CPME) autour de plusieurs organisations patronales et syndicats pour soutenir la souveraineté industrielle de la France, Arnaud Montebourg, ancien ministre du Redressement productif devenu entrepreneur, a insisté sur ce levier important pour espérer réindustrialiser la France. C'est un "moyen de soutenir l'appareil productif", estime-t-il. Les données d'Olivier Lluansi, professeur au Cnam, sont parlantes : au sein de la commande publique américaine, 20% des produits et services sont importés. Le chiffre s'établit entre 40 et 60% pour l'Europe, et il atteint même 60% en France !

Intégrer un coefficient d'avantage économique réel

Symbole de cette dépossession : à peine 20% du textile utilisé pour l'organisation des Jeux olympiques et paralympiques étaient d'origine tricolore, selon l'Union des industries textiles (UIT), membre de l'alliance. Or [une étude de KPMG](#) pour l'UIT publiée fin 2025 avait mis en exergue l'impact économique, fiscal et social d'un produit fabriqué sur le territoire. Basée sur des données comptables réelles et un échantillon représentatif de 66 entreprises, autour de trois modèles de production (le modèle importateur, le modèle mixte, le modèle de production ancrée et intégrée sur le territoire), elle fait le calcul : une entreprise textile française dont la production est localisée en France réinjecte en moyenne 84% de son chiffre d'affaires en retombées économiques et fiscales dans l'économie nationale. Soit, dans le détail, 62% de retombées économiques directes (salaires, sous-traitance, achats locaux), 15% de retombées fiscales et sociales (impôts, cotisations) et 7% de consommation indirecte soumise à la TVA. A l'inverse, une entreprise qui importe ne génère que 35% de retombées locales, et un fournisseur totalement étranger aucune ! Un produit importé peut ainsi paraître moins cher mais il est en réalité jusqu'à 1,8 fois plus coûteux pour la puissance publique, signale KPMG. Sur la base de ces résultats, l'étude propose d'intégrer dans les appels d'offres publics un indicateur correspondant au coefficient d'avantage économique réel, qui mesurerait les retombées territoriales des offres françaises, au-delà du prix affiché.

Un travail d'acculturation et de formation des acheteurs publics

C'est aussi une des pistes envisagées par la nouvelle alliance : intégrer les retombées directes et indirectes des achats publics à travers les indicateurs RSE présents dans les cahiers des charges des appels d'offres. Elle avance aussi d'autres idées d'actions très concrètes et ne nécessitant ni loi ni budget supplémentaire pour que la commande publique favorise les offres des entreprises françaises. "En Allemagne, il y a 3.000 acheteurs publics et ils sont centralisés, a fait valoir Arnaud Montebourg, en France, il y en a des dizaines de milliers, ils sont éparpillés et ne sont pas formés ! Les réformes sont d'abord culturelles et d'ordre organisationnel, avec un achat public concentré et formé". Un travail d'acculturation et de formation aussi jugé indispensable par Olivier Lluansi.

Autres pistes pour flécher davantage la commande publique vers les offres françaises : des "speed datings" avec les entreprises des territoires pour améliorer la connaissance des acheteurs publics du tissu entrepreneurial et favoriser l'accès des PME au marché public.

Verrouiller les marchés par des spécificités techniques

Il s'agit aussi, à l'image de ce que font les acheteurs publics allemands, de "verrouiller" les marchés à travers des spécificités techniques. Cela peut consister à indiquer dans le cahier des charges une spécificité que seule une entreprise française peut offrir. Un moyen de s'assurer de réserver le marché à un acteur français, sans enfreindre la légalité. Olivier Lluansi estime que la question de la responsabilité pénale des acheteurs publics peut freiner les choses. "Il y a en conséquence beaucoup de frilosité", a-t-il relevé.

La formation est un autre sujet phare de l'alliance. "60.000 postes sont vacants, est-ce qu'on forme les bonnes personnes aux bons endroits ?", a ainsi questionné Olivier Lluansi, préconisant la généralisation des procédures de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) au niveau territorial.

Pour être sûr de marquer les esprits et de développer la part du Fabriqué en France, l'alliance cherche dès maintenant à étendre ses partenariats. Le Mouvement des entreprises de taille intermédiaire (METI) devrait bientôt faire partie des membres.

* Les autres membres sont le Salon du Made in France, Origine France Garantie, la CFTC, le Réseau Excellence EPV, l'UIT, la CFE-CGC