

Bio  
EXPRESS

Age : 35 ans

Formation : Essec et Sciences Po (Paris).

Fonctions : Fondateur d'Odyssem, agence de développement au service de l'innovation sociale. Enseignant en économie à l'Essec et Sciences Po (Paris).

Son plus : Sa curiosité

Sa devise : Impose ta chance, sers ton bonheur, et va vers ton risque. A te regarder, ils s'habitueront. (René Char)



/ Photo D. R.

## Romain Slitine : « Nous sommes tous des acteurs potentiels du changement »

**Interview.** Coauteur de « L'économie qu'on aime\* », Romain Slitine démonte les idées reçues et rend compte, à travers les expériences de chefs d'entreprise, d'une économie à taille humaine.

**Les chefs d'entreprise que vous avez rencontrés s'inscrivent-ils dans l'économie sociale et solidaire ?**

Certains profils correspondent à cette définition de l'économie, d'autres non. Ces dirigeants d'entreprise ont refusé la doxa économique qui instaure des logiques d'exclusion et de délocalisation. Le but recherché ici est le développement du territoire sur lequel l'entreprise est implantée.

**C'est-à-dire ?**

Prenons l'exemple de Romans. En 2005, des entreprises se regroupent avec l'objectif de créer de l'emploi durable sur le territoire. Ce projet né d'une idée de Pierre Juvin, ancien ouvrier de la chaussure à Romans, devenu président national de la mutuelle d'assurance Macif et

du groupe Archer (dirigé par Christophe Chevalier, NDLR) permet, avec l'aide des collectivités locales, de relancer l'industrie de la chaussure. Des anciens ouvriers sont embauchés, des jeunes trouvent un emploi. Ils innove, créent la marque « Made in Romans ». D'autres entrepreneurs prennent modèle. Des activités porteuses dans la fibre optique, dans la filière Bio sont créées dans la foulée avec cette volonté, relayée par les statuts des entreprises, de développer le territoire.

**Un modèle reproductible ailleurs ?**

Bien sûr, l'ambition du livre est de montrer que ce modèle est efficace quel que soit son ancrage territorial. C'est une économie qui privilégie la coopération à la compétition.

**Comment valoriser le territoire local dans le contexte de la mondialisation ?**

De nombreuses initiatives ont prouvé qu'il existe plusieurs raisons valables non seulement de maintenir mais aussi de relocaliser certaines activités sur le territoire. L'exemple de l'équipementier automobile MGI Coutier à Romans est à cet égard particulièrement révélateur. Dans les années 1990, l'entreprise a construit une usine en Tunisie pour y délocaliser la fabrication de pièces. Or il s'est avéré que les exigences de qualité de l'entreprise américaine, proches du « zéro défaut », n'ont pas été maintenues. Les risques liés aux pièces non conformes, aux délais de production non respectés, au manque de réactivité, réduisaient les écarts de coût de production

pourtant importants. Les pièces sont désormais produites à Romans. L'expérience de Rossignol, qui a rapatrié fin 2010 la fabrication de 60 000 paires de skis sous-traitées à Taïwan dans l'usine de Sallanches, au pied du mont Blanc est un autre exemple.

**Cela passe-t-il aussi par une revalorisation du salarié ?**

C'est la question du rôle de l'entreprise et de l'emploi. Le fait qu'une personne handicapée ou fragile ne trouve pas d'emploi ne doit pas être une fatalité. Raison pour laquelle nous avons rencontré des chefs d'entreprises qui, là encore, adoptent une démarche différente. Il ne s'agit pas d'adapter l'individu à l'activité, mais l'activité à l'individu, tout en préservant la pérennité économique de l'entreprise. Nous avons constaté que

quand on veut vraiment réussir, on y arrive.

**C'est un changement de paradigme qui demande à repenser l'économie.**

En effet, mais ça fonctionne. La relocalisation, la valorisation des travailleurs constituent des choix rationnels, en termes de coût global, d'efficacité, de qualité et de gestion des risques. En tant que source de savoir-faire et de proximité avec la demande, la relocalisation génère des richesses. Dans un contexte de mondialisation, l'ancrage dans les territoires contribue au bien commun local et national et participe à une meilleure maîtrise des énergies. L'entreprise n'a pas pour unique finalité de dégager des profits, elle peut aussi donner du sens au travail et contribuer à partager les richesses des territoires. ■

Propos recueillis par Daniel Cohen

\* L'économie qu'on aime ! Relocalisations, création d'emplois, croissance : de nouvelles solutions face à la crise. Amandine Barthélémy, Sophie Keller et Romain Slitine, éditions Rue de l'Échiquier, mai 2013, 112 p., 10 €

## LA VIE DES RÉSEAUX



**Compagnie des Dirigeants et acheteurs de France (CDAF) Rhône-Alpes – Auvergne Jacques Fayet, président du réseau et responsable des achats en professionnement professionnel**

**Le réseau**

Né en 1945 en France, la Compagnie des dirigeants et acheteurs de France (CDAF) s'était, à l'époque, donnée pour vocation d'analyser les problèmes de l'organisation des entreprises, notamment pour effectuer leurs approvisionnements aux meilleures conditions possibles. Aujourd'hui, cette association professionnelle compte 1 800 adhérents en France

dont 350 en Rhône-Alpes.

**Ses objectifs**

La CDAF vise à faire connaître le rôle stratégique des acheteurs, tout en étant force de proposition auprès des pouvoirs publics et réglementaires, en ce qui concerne le fonctionnement des marchés et encourager les chefs d'entreprise à garantir le bon positionnement de la fonction achats au sein de leur organisation

pour une compétitivité accrue. En plus d'être un lieu d'échanges de bonnes pratiques grâce aux groupes d'études et de benchmarking, le réseau se positionne en tant que référentiel métier. Il se réunit lors de matinées ou after thématiques et participe aux salons professionnels.

**Ses membres**

Ce sont des professionnels issus de la fonction achat :

directeur et responsable des achats, acheteurs famille, technique, de négoce etc. Parmi eux : Abla Julien, acheteuse au département du Rhône ; Philippe Adjadi, procurement director chez Rhénus Logistics ; Alain Bozonnat, head of procurement au sein de Merck Serono ; Philippe Blanc, responsable marché – matériels chez Arkema etc.

**Pour devenir membre**

L'adhérent, en poste ou en recherche active d'emploi devra justifier d'une expérience dans les achats et s'acquitter d'une cotisation annuelle de 200 €.

**Projets**

La CDAF organise le 12 juin à 15 heures les Trophées des Achats à l'hippodrome de Lyon – Carré de Soie. Raphaëlle Raveaud ; www.cdaf.fr grand-sud-est@cdaf.fr Tél. 04 72 37 19 59