



PROMOTION DES OBJETS & TEXTILES MÉDIAS FRANÇAIS ?

Notre métier génère 1,6 milliard d'euros de chiffre d'affaires et emploie 13 000 personnes en France. L'objet promotionnel représente un tremplin pour le Made in France en étant un accélérateur de mutation pour l'industrie.

**Le « Made in France »
gagne aussi en popularité
dans les choix
de consommation
des Français :**

*Sondages Appinio 28/09/2023 - 06/10/2023

62%

des Français considèrent l'origine du pays de fabrication comme un critère important ou déterminant pour leurs achats.

72%

des Français affirment que les enjeux environnementaux les incitent à regarder davantage l'origine du pays de fabrication des produits qu'ils achètent.

Les arguments en faveur d'une production « Made in France » :

Choisir d'apposer sa marque sur un produit fabriqué en France est un levier important de valorisation et de perception positive de celle-ci. Il y a de nombreux arguments à faire valoir auprès de vos clients annonceurs :

- » **Soutien à l'économie française** : le « Made in France » contribue au maintien et à la création d'emplois sur notre territoire, ainsi qu'à la redynamisation de notre industrie.
- » **Valorisation du savoir-faire et patrimoine français** : les objets issus du savoir-faire traditionnel permettent une connexion avec les territoires, leur histoire et leur culture.
- » **Valorisation de la préservation des savoir-faire locaux** : notamment avec le Label EPV et les formations professionnelles mises en place par les industriels.
- » **Droit du travail** : les lois françaises et notre système de protection sociale assurent des conditions de travail décentes, sans avoir besoin de certifications additionnelles pour s'en assurer.
- » **Environnement** : en réduisant les distances des produits à transporter, on diminue automatiquement leur empreinte carbone globale. De plus, le mix énergétique français étant peu émetteur de carbone, le « Made in France » réduit encore plus la trace carbone de chaque produit.
- » **Réduction des stocks et gaspillage** : le « Made in France » permet de fabriquer à la demande juste la quantité nécessaire, même pour des produits personnalisés. Cela limite le gaspillage, tout en respectant des délais contraints.
- » **Réactivité et délais de fabrication** : des objets sur-mesure peuvent être fabriqués dans des délais courts, répondant ainsi à des demandes spécifiques.
- » **Transparence et traçabilité** : une production locale permet un meilleur contrôle des pratiques dans les filières de fabrication.
- » **Communication authentique et transparente** : raconter l'histoire d'un atelier, mettre en avant les producteurs, permet d'humaniser le processus de fabrication.



ARGUMENTS CONTRE LES IDÉES REÇUES

SOUVENT ENTENDU

POUR RÉTABLIR LA VÉRITÉ

« le Made in France est cher »

→ Mettre l'accent sur la valeur ajoutée locale, l'impact économique positif sur la préservation des savoir-faire et surtout sur l'histoire humaine de l'atelier.

« le Made in France produit peu et pas assez vite »

→ Mettre en avant la flexibilité pour des commandes adaptées, des options personnalisées et une production sur-mesure.
Le « Made in France » permet de produire de petites quantités adaptées à des besoins spécifiques sans stockage à outrance.
Enfin, certains industriels ont des capacités de production importantes si le produit est adapté à leur outil.

« le Made in France est parfois une tromperie »

→ Le « Made in France » doit apporter les preuves de sa localisation et être transparent sur ses approvisionnements de matières et sur les conditions de travail.

« Le Made in France est plus technique à vendre »

→ Cette impression de technicité ou de complexité vient probablement du fait qu'une proportion significative des projets « Made in France » sont des projets sur-mesure. Ils nécessitent ainsi plus d'échanges et de mise au point qu'un achat de produits en stock. Mais pour de tels projets, le « Made in France » est justement infiniment plus facile en raison de la proximité et de l'agilité qu'il vous offre.
Par ailleurs, il reste tout à fait possible et judicieux de faire du standard et du stock « Made in France » !

« Il n'y a pas assez de sourcing en France »

→ L'offre « Made in France » est beaucoup plus importante qu'on ne le pense. Les produits qu'on ne peut pas trouver en « Made in France » sont rares.



LES FILIÈRES D'EXCELLENCE DE NOTRE INDUSTRIE :

Apprenons plutôt à valoriser les compétences de nos industriels !

De nombreuses filières industrielles françaises sont particulièrement performantes et compétitives. Par exemple, les procédés d'injection, la technologie 3D, le travail du bois, du papier ou du textile (notamment le tissage) ne nécessitent pas toujours beaucoup de main d'œuvre. Leur demander de reproduire les méthodes de production asiatiques aux mêmes prix les fragilise et ne leur rend pas service.



Un choix de confiance

88%

des Français se disent sensibles à une entreprise qui relocalise sa production en France, au point d'acheter ses produits pour cette raison.

78%

des Français ont confiance dans les mentions telles que « Fabriqué en France », « Produit en France » ou « Made in France ».

SOYONS DES AMBASSADEURS DE L'INDUSTRIE FRANÇAISE !

Notre rôle va au-delà de la commercialisation du simple étiquetage « Made in France ».

À nous de valoriser les parcours de vie de nos entrepreneurs nationaux, de les soutenir et de les encourager, car ils représentent l'âme et l'authenticité du « Made in France ».

