



## Découvrir la FIMIF

Mobiliser les consommateurs, influencer les décideurs

**Découvrir la FIMIF**

<i>La FIMIF vue par quelques-unes de ses parties prenantes</i>	p 3
<i>Le mot du Président</i>	p 4
<i>Quelques chiffres éloquents</i>	p 5
<i>Genèse</i>	p 6
<i>Nos missions</i>	p 7
<i>La FIMIF en chiffres</i>	p 8
<i>Notre Bureau</i>	p 9
<i>Quelques-unes de nos réalisations</i>	p 10
<i>Revue de presse (extraits)</i>	p 13
<i>Nos principaux partenaires</i>	p 14

<b>Notre stratégie 2018-2019</b>	p 15
----------------------------------	------

## ■ ■ ■ La FIMIF vue par quelques-unes de ses parties prenantes



### **Anne Laurence**

#### **Directrice RSE et Développement Durable de La CAMIF**

« La FIMIF est une association dynamique, avec une vraie envie de sensibiliser et de mobiliser autour des enjeux du Made in France. Leur mobilisation pour les campagnes #CFaitOù et leurs études sont un excellent éclairage et sensibilisation sur les tendances consommateurs »

### **Renaud Jourdon**

#### **Rédacteur en chef de Mag' in France**

« Lancer le seul magazine papier dédié au Made in France n'aurait pas été possible sans l'aide, le soutien et les conseils de la FIMIF. Aujourd'hui, nous sommes fiers de ce partenariat »

### **Agence Déclic**

#### **Cabinet de Conseil en achats publics**

« Félicitations pour votre guide sur l'achat public Made in France ! Beaucoup alimentent des logiques stériles de clientélisme et de favoritisme qui en plus d'être illégales sont mortifères pour l'économie. Or, votre dossier, tant dans la forme que le fond est plein de bon sens, très juste et ne tombe dans aucun des travers habituellement rencontrés. Bravo à vous. »

### **Marine Dubois**

#### **Consomm'actrice, Montpellier**

« La FIMIF joue un rôle essentiel de sensibilisation du public. Elle exerce une mission éminemment constructive en proposant des alternatives valables de consommation Made in France et en mettant en garde contre le manque de transparence de la provenance de beaucoup de produits qui entretiennent une confusion dommageable »

### **Agence France Presse (AFP)**

« La FIMIF sera le Greenpeace du Made in France ! »

### **Sandrine Jaumier**

#### **Service de l'Industrie, Direction Générale des Entreprises**

« Votre participation [aux ateliers de la DGE] et vos interventions ont été appréciées. En outre, vous disposez d'une vision transversale [des enjeux du MIF] qui éclaire le débat »

## ■ ■ ■ Le mot du Président

### Des enjeux qui nous sont communs

« Le Made in France présente de formidables **opportunités**, qui restent encore à être concrétisées »

« La FIMIF a pour mission de **mobiliser** les consommateurs et d'**influencer** les décideurs »



Lancée officiellement en juillet 2015, la FIMIF est la seule fédération de consommateurs engagée dans la promotion et le développement du Made in France.

Nous travaillons au quotidien auprès de milliers de consommateurs et d'un grand nombre de distributeurs, d'entreprises privées et d'organismes publics (DGE/Bercy, Douanes, AFNOR, Mairies...). **Notre mission est de mobiliser les consommateurs et d'influencer les décideurs.**

En deux ans et demi d'existence, que de chemin parcouru et de résultats obtenus ! A travers ce dossier, nous souhaitons vous faire découvrir la FIMIF, ses réalisations et ses ambitions pour les années à venir.

Vous souhaitant une bonne lecture, je reste à votre disposition pour organiser, à votre convenance, une future rencontre.

Bien cordialement,

**Mathieu DECROIX**

**Président et cofondateur de la FIMIF**

## ■ ■ ■ Quelques chiffres éloquents

### L'ÉCOSYSTÈME MADE IN FRANCE

→ La FIMIF produit des indicateurs pour mieux comprendre ses enjeux et mieux influencer les acteurs de l'écosystème

- Consommer français génère 3 fois plus d'emplois en France (FIMIF)
- Le consomm'acteur type dispose d'un revenu moyen identique au salaire médian des français (sondage FIMIF auprès de 1014 consommateurs MIF)
- Notre déficit commercial sur les biens manufacturés représente à lui seul une perte de 940 000 emplois en France (FIMIF). Le déficit avec la Chine est de 30 Mds € (Douanes, 2016).

### LES COMPORTEMENTS D'ACHAT

→ La FIMIF sensibilise, outille et mobilise les consommateurs et les distributeurs

→ Le marché existe et la FIMIF contribue au changement de nos modes de consommation

- 70% des consommateurs sont prêts à payer plus cher un produit Made in France (IFOP) et 90% souhaitent voir rendu obligatoire le marquage d'origine (IFOP MIF EXPO)
- A ce jour, les consommateurs passent encore difficilement à l'acte. Le Made in France représente 5% des ventes de chaussures, 10% des jeux et jouets, 10% du prêt-à-porter, 40% pour le mobilier etc.
- 32% des acheteurs publics ont des objectifs liés au Made in France

### LES PRÉJUGÉS SUR LE MADE IN FRANCE

→ La FIMIF informe et produit des guides pratiques et des enquêtes pour combattre les préjugés, parmi lesquels :

- Une broderie sur un polo suffirait à pouvoir arborer la mention Made in France sur ce polo
- Le Made in France détruirait plus d'emplois dans les services qu'il n'en créerait dans l'industrie
- Consommer français aurait un surcoût de 100 à 300 € par mois et par ménage (CEPII). Consommer français ne serait réservé qu'aux ménages aisés.

**Quel impact sur l'emploi pour le Made in France ?**  
Analyse complète sur [fimif.fr](http://fimif.fr)

**x3**  
c'est l'effet multiplicateur moyen sur l'emploi lorsque nous choisissons le Made in France

**FIMIF**  
Fédération indépendante du Made in France

**Emplois**

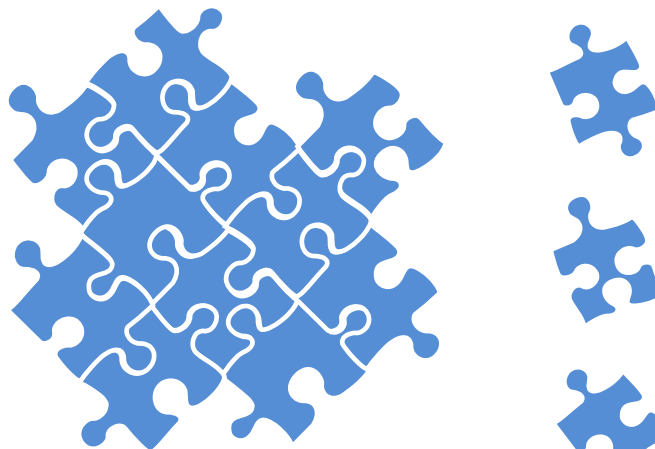
**x 3** C'est, selon l'étude, l'effet multiplicateur moyen sur l'emploi lorsque nous choisissons le Made in France  
**55 000 et 160 000** Ce sont les nombres d'emplois qui seraient créés en France si nous choisissons le Made in France une fois sur deux pour nos chaussures et une fois sur trois pour nos vêtements (contre une fois sur dix en 2014)  
**600 000** C'est le nombre d'emplois que comptait la filière textile en France il y a 30 ans (contre 60 000 en 2014)

La FIMIF est née de cette volonté de compléter l'écosystème du Made in France par **une structure fédératrice des consommateurs et de lobby auprès des acteurs économiques**, en tête desquels les distributeurs et les pouvoirs publics.

→ La FIMIF a aujourd'hui pris ce rôle.

## CE QUI EXISTAIT

- **Des manifestations** : salon MIF EXPO, salon de la haute façon française, salons régionaux...
- **Des médias d'information** : annuaires, livres, sites de recherches, plateforme de vente en lignes, blogs...
- **Des labels** : labels régionaux (Produit en Bretagne, Saveurs en Or...), nationaux, des indications d'origine (AOP, AOC, IGP), Entreprise du Patrimoine Vivant...
- **Une exposition médiatique du made in France limitée aux périodes électorales**
- **Des corporations et fédérations sectorielles** : fédération française de la chaussure, de la broserie, l'union des industries textiles...

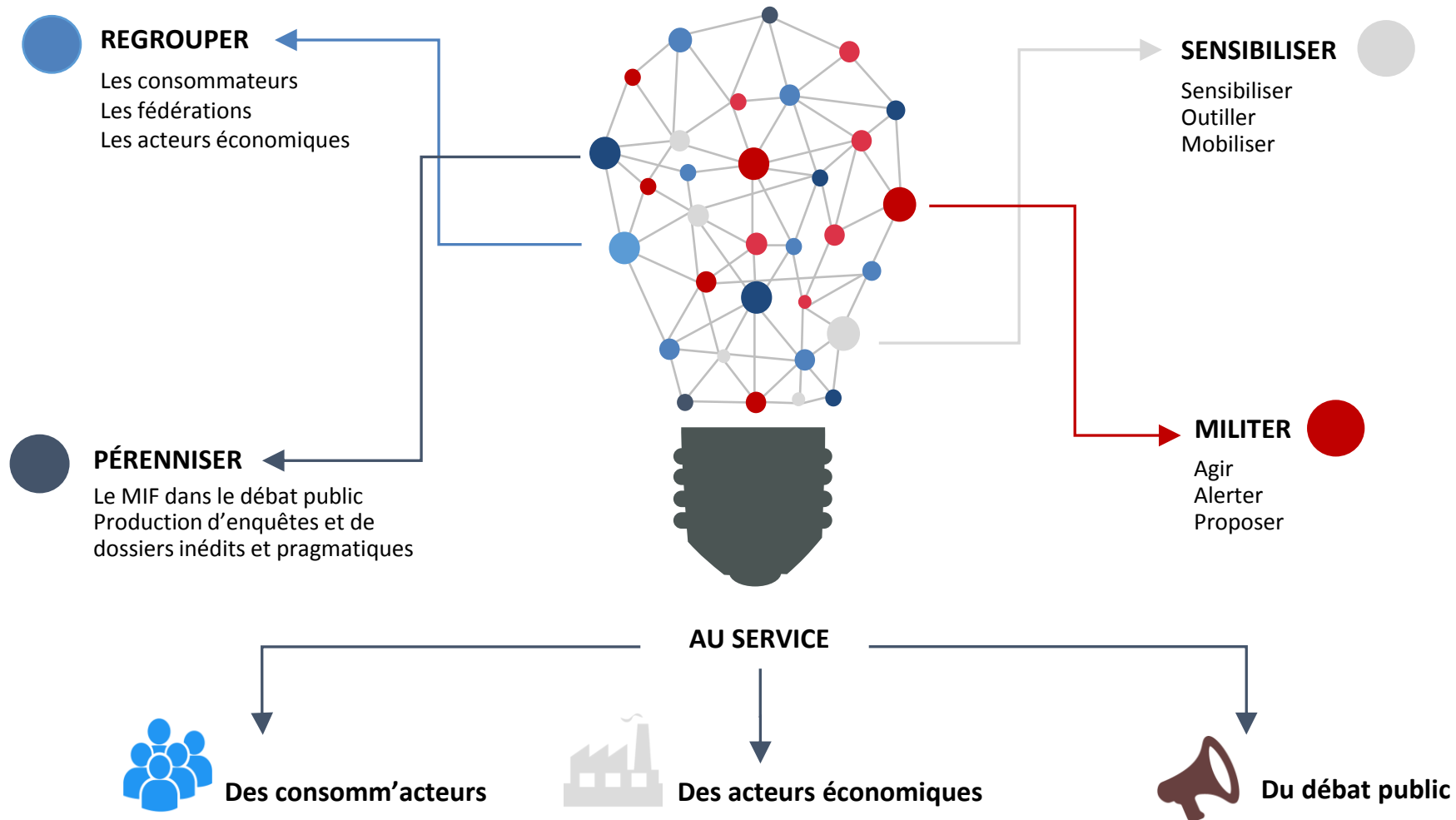


## CE QUI MANQUAIT

- Une structure **fédératrice** et **militante** pour les consommateurs
- Un organisme de **lobby** auprès des pouvoirs publics et des acteurs économiques
- Un signal **médiatique** constant traitant de la fabrication française
- Une richesse d'**analyse** et de **contenus** permettant de mieux comprendre et appréhender les enjeux du Made in France

## Nos missions

Pour le Made in France, **mobiliser** les consommateurs et **influencer** les décideurs



## La FIMIF en chiffres



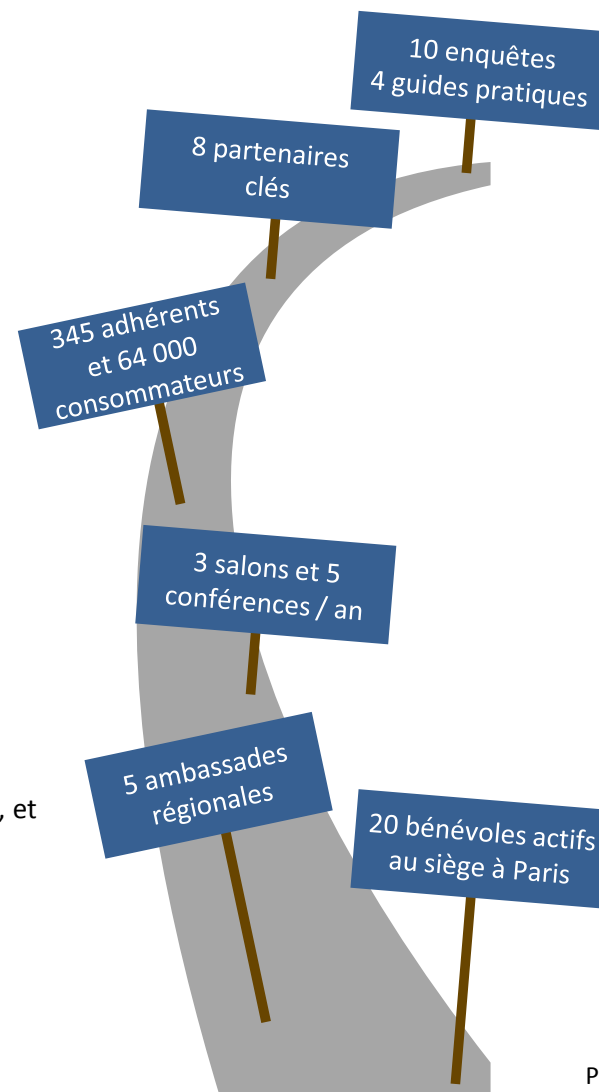
- **20** bénévoles au siège à Paris, coordonnant les différentes actions locales et nationales de la FIMIF
- **6** ambassades régionales : Nantes, Bordeaux, Montpellier, Marseille, Nice et Dijon
- **345** adhérents cotisants, dont **150** entreprises
- **64 000** consommateurs dans le réseau FIMIF
- **8** partenaires clés, tous faisant référence dans leur domaine



- **1** sondage de référence : le profil du consomm'acteur MIF, réalisé auprès de **1014** personnes s'attachant à consommer MIF au quotidien
- **10** enquêtes et **4** guides pratiques depuis Juillet 2015
- **3** salons et **5** conférences / an
- **300** mises en relation entre entreprises
- **185** retombées presse dont **8** plateaux TV depuis Juillet 2015



- **80 000** à **140 000** vues sur les réseaux sociaux pour chacune de nos enquêtes
- **300** visites / jour sur notre site internet
- **53 000** signataires de notre pétition visant à rendre obligatoire le marquage d'origine, et autant de particuliers désormais mobilisables pour de futures actions collectives !





# Notre Bureau

## LES FONDATEURS



**Mathieu Decroix**  
Président



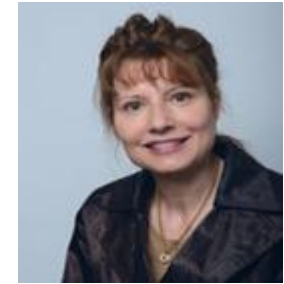
**Amandine Hesse**  
Vice-présidente



**Maxime Balsat**  
Trésorier



**Vincent Berionni**  
Secrétaire G<sup>al</sup>  
Webmaster



**Fabienne Delahaye**  
Salon MIF Expo, RP

## LES MEMBRES DU BUREAU



**Cécile Honoré**  
Chargée d'enquêtes



**Danni Beaudoin**  
Ateliers du MIF



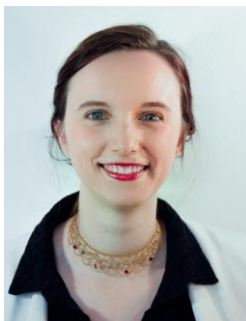
**Eric Florin**  
Chargé d'enquêtes



**Jacky Semelet**  
Adhésions et Mécénats



**Jean-Paul Lautrou**  
Chargé d'enquêtes



**Oriane Cosker**  
Community Manager



**Stéphane Carpentier**  
Chargé d'enquêtes

## ■ ■ ■ Quelques-unes de nos réalisations



**JEU DE PISTE FIMIF**  
MIF Expo 2017



**SEMAINE DU #CFaitOù ?**  
Edition 2017  
Campagne virale sur Twitter



**Les Ateliers du Made in France de la FIMIF**  
Avril 2017 - « Les problématiques de recrutement et de vocation dans les métiers manuels en France »



**Salon Made in Vosges**  
2017



**Le tour de France du Made in France**  
Organisé par la Camif en Mai-Juin 2017  
Participation aux ateliers

# Quelques-unes de nos réalisations



## OUTILS

Pour aiguiller le consommateur dans ses recherches de produits MIF, la FIMIF a créé une **carte de France des boutiques physiques** et un listing des annuaires, blogs et revendeurs fiables sur **fimif.fr**



**CONFERENCES ENTREPRISES** - Ici à MIF Expo 2015  
Débat autour des enjeux de la distribution



**SONDAGE** - Avril 2016, Profil du consomm'acteur Made in France. Sondage réalisé auprès de 1014 personnes.

**Multiples CONFERENCES PUBLIQUES**  
Interventions à l'occasion d'évènements publics autour des enjeux du Made in France  
2015 - 2016 - 2017



**CAMPAGNES PUBLIQUES DE MOBILISATION**  
Tract distribué le 22 juin 2016 à Paris, jour d'ouverture des soldes



**Salon MIF Expo, 2015-16-17, ici en 2016**





## ■ ■ ■ Quelques-unes de nos réalisations

### OUTILS, SALONS



- ➔ Carte de France collaborative : +200 adresses de boutiques physiques MIF
- ➔ Salons, conférences : MIF Expo, foires de Marseille et Montpellier, salon du MIF d'Epinal, événements MIF à Auxerre, Nantes, Bordeaux...
- ➔ Semaine du #CFaitOù depuis 2016
- ➔ Jeu pédagogique valorisant les fabricants français et dénonçant ceux qui créent de la confusion dans l'esprit du consommateur
- ➔ Base de données des blogs, livres, documentaires et e-boutiques spécialisés dans le MIF
- ➔ 12 paniers thématiques répertoriant 300 marques MIF
- ➔ Annuaires thématiques : par exemple, les 90 principales marques de jeux et jouets MIF pour Noël

### ENQUÊTES ET GUIDES



#### **Des éclairages inédits sur le MIF**

- ➔ Le profil du consomm'acteur MIF
- ➔ L'impact emploi du MIF
- ➔ La RSE et le MIF

#### **Des enquêtes 'poil à gratter'**

*Avec sur le terrain les bénévoles de la FIMIF : 60 enseignes visitées et près de 10 000 produits étudiés en 2 ans !*

- ➔ Jeux et jouets
- ➔ Fournitures scolaires
- ➔ Boutiques des musées
- ➔ Marques de distributeurs
- ➔ Boutiques des partis politiques

#### **Des guides pratiques**

- ➔ Les réflexes du consomm'acteur MIF
- ➔ Les soldes : arnaques & bons plans
- ➔ Le MIF dans les marchés publics

### LOBBY ET RÉSEAU



- ➔ Ateliers DGE (Bercy) et AFNOR
- ➔ Travaux avec les Douanes et l'Assemblée Nationale (rencontre de Députés)
- ➔ Campagnes de « boycott » pour soutenir les boutiques engagées
- ➔ Soutien médiatique aux projets emblématiques comme L'Appartement français à Paris ou la réhabilitation de l'usine Charles Jourdan par 1083 à Romans/Isère
- ➔ Les Ateliers du MIF pour traiter collectivement des problématiques des entreprises et des consommateurs
- ➔ 300 mises en relations B2B
- ➔ Enquête sur les boutiques des musées de France reprise à l'Assemblée Nationale
- ➔ Nos enquêtes reprises en sujet de partielles de Masters en Stratégie
- ➔ Pétition pour rendre le marquage d'origine obligatoire (52 000 signatures, action en- cours)

## Revue de presse (extraits)

En 2 ans et avec ses 185 retombées presse, la FIMIF est devenue la **première source d'informations dans les médias** sur le Made in France.



Le Billet économique par Jean-Marc Chardon  
du lundi au vendredi à 7h12

### Comment dénombrer les emplois issus du Made in France ?

13/11/2017

### Fournitures scolaires: qui joue le jeu du Made in France?

Par Emile Siquier le 04.08.2016 à 10h35, mis à jour le 04.08.2016 à 10h35

A quelques semaines de la rentrée, la Fédération indépendante du Made in France a réalisé une enquête montrant les bons et mauvais élèves de la grande distribution dans le domaine. Etat des lieux.



### Les souvenirs vendus dans les musées français sont rarement «made in France»

Par Mathilde Golla | Mis à jour le 08/06/2016 à 12:23 / Publié le 08/06/2016 à 06:00



LE FIGARO PREMIUM 74 commentaires

INFO LE FIGARO - Seuls 30% des produits vendus dans les boutiques des musées français sont fabriqués en France, selon une étude de la Fimif. Le Tour Eiffel figure parmi les mauvais élèves, et le musée du château de Versailles est plus vertueux.

La France Agricole

### Les marques de distributeur jouent-elles le jeu ?

grandes distributeurs origine



40% seulement des produits alimentaires étudiés sont d'origine française. © Gagner archives

Dans une enquête publiée le 3 juillet 2017, la Fimif (Fédération indépendante du made in France) dévoile les meilleurs et les pires distributeurs en matière de valorisation de la production française.

### Made in France : quels sont les partis les plus soucieux de l'origine de leurs «goodies» ?

Par Arthur Berdath | Mis à jour le 21/07/2015 à 16:20 / Publié le 21/07/2015 à 15:48



LE FIGARO PREMIUM 38 commentaires

LE SCAN POLITIQUE/INFOGRAPHIE - Alors que les Républicains ont été épinglés pour l'origine bangladaise de leurs tee-shirts, une association a décidé d'enquêter sur la provenance des produits dérivés des différents partis.

«Faites ce que je dis, pas ce que je fais» - Alors que le «produire français» semble être devenu l'un des principaux enjeux du débat politique, les travaux de la Fédération indépendante du Made in France (FIMIF) viennent mettre en lumière un certain décalage entre les paroles et les actes des partis. Opportunément lancé le 14 juillet dernier, ce collectif a immédiatement publié une enquête complète sur l'origine de fabrication des produits dérivés des neuf principaux mouvements. Tee-shirts, écharpes, foulards, mugs, stylo bille, badges, magnets, drapeaux, bloc notes, porte clefs ou encore chapeaux et casquette... Rien n'a échappé à l'œil de la FIMIF, qui les a tous passés au crible.

## Nos principaux partenaires

Nous réalisons des dossiers, des enquêtes, des conférences ou encore des salons avec eux.  
Nous sommes fiers de vous présenter ici les principaux partenaires de la FIMIF :



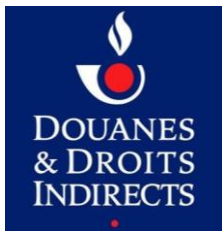
L'agence Victoire, spécialisée dans le Made in France, s'occupe des relations presse de la FIMIF depuis mars 2016.



LE SALON  
DES PRODUITS ET INNOVATIONS  
MADE IN FRANCE



MIF Expo est membre fondateur de la FIMIF et accueille le siège social de la FIMIF en ses locaux, situés à Issy (92). MIF Expo met également à disposition de la FIMIF un stand sur son salon, chaque année, depuis 2015.



Les Douanes françaises et la FIMIF travaillent ensemble depuis 2016, à travers l'organisation de conférences, la formation des adhérents et bénévoles de la FIMIF ou encore la production d'un guide pratique sur l'indication d'origine (publication : 2018).



La PME familiale, labellisée EPV, accompagne la FIMIF à travers un mécénat depuis 2016.



La FIMIF et France Terre Textile, le label indépendant de la fabrication française, sont partenaires depuis décembre 2017 et vont collaborer sur la réalisation de dossiers et de guides pratiques en 2018.

Mag'in France  
DONNER DU SENS À VOS ACHATS



Depuis 2016, année de création de ce magazine dédié au Made in France, la FIMIF et Mag in France sont en étroite collaboration. Les enquêtes clés de la FIMIF sont à retrouver dans ce magazine.



Cette plateforme offre aux citoyens un outil leur permettant d'agir concrètement. Depuis 2016, la FIMIF et I boycott œuvrent ensemble à sensibiliser l'opinion à travers des appels à boycott.



Dès 2015, Double You Design a choisi d'être partenaire de la FIMIF et a déjà signé son logo, sa charte graphique et les éléments clés de sa communication.

Pour le Made in France, **mobiliser** les consommateurs et **influencer** les décideurs



**NOTRE MISSION : FAVORISER L'ÉVOLUTION DES  
COMPORTEMENTS D'ACHAT DES CONSOMMATEURS ET FAIRE  
ÉVOLUER LES PRATIQUES DES DISTRIBUTEURS**



**Un formidable marché existe pour le Made in France**

70% des consommateurs sont prêts à payer plus cher un produit Made in France (IFOP) et 90% souhaitent voir rendu obligatoire le marquage d'origine (MIF EXPO)

Si le marché est en progression régulière, les consommateurs passent encore difficilement à l'acte.



Nous accompagnerons les consommateurs et les distributeurs pour contribuer à la **concrétisation de ce formidable potentiel économique et social**

**Au-delà du choix bon produit, le consommateur doit aussi pouvoir choisir le bon distributeur.**

Le principe de commerce équitable « Nord-Nord » est déterminant. La course au prix le plus bas ne profite aujourd'hui plus à personne.



Nous agirons auprès des consommateurs, des distributeurs, des médias et des pouvoirs publics pour contribuer à **l'évolution des pratiques de la distribution** (qualité et profondeur de l'offre, prix, transparence sur l'origine et les pratiques...)

# MERCI

Vos contacts

**MATHIEU DECROIX**

**Président**

mathieu.decroix@fimif.fr

06 84 32 12 00

**AMANDINE HESSE**

**Vice-présidente**

amandine.hesse@fimif.fr

06 01 45 51 55

**JACKY SEMELET**

**Responsable adhésions et mécénats**

jack.semelet@fimif.fr

06 86 42 96 88

**FIMIF**

Fédération Indépendante  
du **Made in France**

Rassembler les entreprises  
et les consomm'acteurs pour porter  
plus haut la voix du Made in France

fimif.fr  
contact@fimif.fr

