



Les défenseurs du made in France s'associent pour lancer le 14 juillet 2015 la FIMIF, Fédération Indépendante du Made In France.

Lancement d'une fédération du made in France réunissant fabricants, entrepreneurs et consommateurs, indépendante des pouvoirs publics et des partis politiques, ayant 3 objectifs : proposer des services collaboratifs entre entrepreneurs fabricants in France, offrir une organisation militante aux consomm'acteurs responsables, pérenniser le sujet du « made in France » dans le débat public.

Entrepreneurs du secteur du made in France pour les uns, consomm'acteurs militants pour les autres, nous travaillons concrètement, dans nos activités professionnelles et personnelles, à la défense de la production française.

Nous ne sommes pas un parti politique, nous avons pris le parti de ceux qui entreprennent, produisent et emploient en France. Nous souhaitons sensibiliser les consommateurs : acheter, c'est voter ! Acheter, c'est choisir la localisation de la production, de l'emploi et des savoir-faire, l'empreinte carbone du transport et l'éthique des entreprises impliquées.

Nous ne nous présentons pas aux élections, nous nous présentons aux caisses des magasins, aux étals des maraîchers, dans les boutiques et sur internet.

Nos activités entrepreneuriales sont concurrentes, mais nous avons décidé d'unir nos forces pour notre cause commune : la promotion de la production et de l'emploi en France, avec le soutien des consommateurs.

Interpellés d'une part par les entreprises de nos réseaux respectifs, mais aussi par des militants qui, comme nous, avaient pour souhait de se regrouper dans une structure fédératrice et dynamique, nous travaillons depuis novembre 2014 à la formation de cette organisation, officiellement créée début mai 2015. Partant également du constat que le sujet du made in France devait être indépendant des agendas politiques, nous avons souhaité que cette structure soit apaisante et pérenne. Nous sommes convaincus que le sujet d'une production française doit être porté par ceux qui la font vivre au quotidien : les producteurs et les consommateurs.

La FIMIF veut répondre à ce besoin de fédération et combler les lacunes de l'écosystème du Made in France, à commencer par l'isolement de ses acteurs. Nous voulons nous unir pour peser plus fort. Nous voulons être un groupe de pression lanceur d'alertes. Nos activités consisteront à mettre en réseau les entreprises produisant en France, à mobiliser et outiller les consomm'acteurs et à produire régulièrement des études factuelles et du contenu exclusif sur les enjeux du made in France. La FIMIF veut réunir l'ensemble des acteurs de l'écosystème du Made in France : les producteurs, les consommateurs, les investisseurs, les distributeurs et tous les intermédiaires de sensibilisation, d'information et de commercialisation.



Nous mettons en commun nos forces avec 3 objectifs concrets et utiles à tous :

1. Aux entreprises et producteurs made in France, nous proposons :

Des mises en relation, du partage d'expériences, du sourcing et des services

Constat : Aujourd'hui les entreprises du made in France n'ont pas de lieu de rencontre régulier. Trop d'entreprises n'échangent qu'avec les acteurs de leur propre secteur.

Ambition : Nous pensons que les entreprises ayant le made in France en commun ont beaucoup à apprendre les unes des autres, de leurs expériences, de leurs succès, de leurs échecs. Nous pensons que des partenariats ponctuels ou stratégiques n'attendent que ces rencontres et cette émulation pour se multiplier.

Actions :

- La première rencontre de partage d'expériences professionnelles se déroulera le vendredi 6 novembre 2015 à Paris pendant MIF Expo, le salon du made in France.
- Nous organiserons chaque trimestre, un nouveau rendez-vous de partage d'expériences professionnelles autour d'un ou deux thèmes (Communication, financement, référencement commercial, labellisation, export, réseaux sociaux, recrutement, formation, savoir-faire, sourcing fournisseur, mutualisation de production, co-branding, appels d'offres, etc.)
- Nous présenterons lors notre conférence de rentrée du 3 septembre les premiers outils et services que nous mettrons à disposition des fabricants made in France.

2. Aux médias et au grand public, nous proposons :

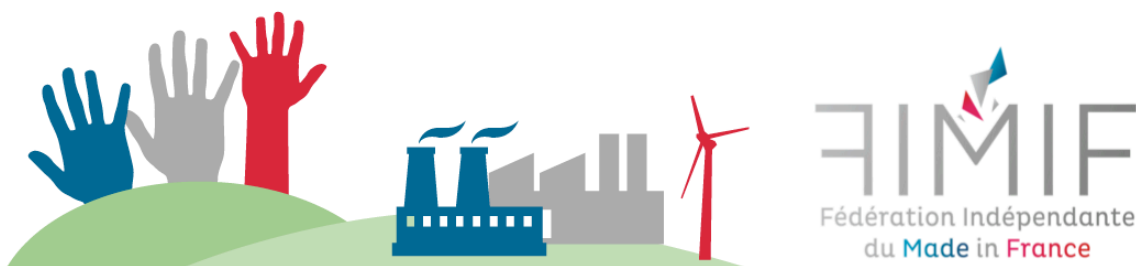
Du contenu exclusif et factuel quant aux enjeux du made in France (enquêtes, études, sondages, podiums, argumentaires, etc)

Constat : Aujourd'hui le made in France est avant tout un enjeu d'information et de sensibilisation pour lequel les médias ont un rôle essentiel à jouer.

Ambition : Nous voulons continuer à faire vivre le sujet dans les médias et le débat public sans le cantonner à de simples anecdotes. Nous serons là pour répondre aux enthousiastes comme aux sceptiques ou aux détracteurs du made in France.

Actions :

- Nous publierons régulièrement du contenu inédit sur le made in France (impact emplois et environnemental, comportement des consommateurs, prix, offre, etc...).
- Nous commençons par la publication en cette veille de 14 juillet d'une étude sur l'origine de l'ensemble des produits dérivés des partis politiques, assortie d'une liste de fournisseurs made in France, de recommandations d'évolution d'achat et d'une initiative inédite d'organisation d'achat groupé pour les partis politiques.



3. Aux consomm'acteurs engagés, nous proposons :

L'organisation de l'activisme des consommateurs responsables (kit d'action, mobilisations, manifestations, campagnes web, pétitions, etc).

Constat : Aujourd'hui une large majorité des français souhaite privilégier les produits fabriqués en France. Nous constatons dans nos activités une implication chaque jour plus forte des consommateurs et une prise de conscience croissante du pouvoir de leurs choix d'achat.

Ambition : Nous voulons réunir les consomm'acteurs militants et organiser leur mobilisation et leur activisme afin de peser de manière décisive sur les choix de localisation de la production.

Actions :

- Nous lançons aujourd'hui un premier kit d'action du consomm'acteur, sous la forme d'une liste de 15 réflexes simples à appliquer pour agir concrètement au quotidien.
- Nous organiserons régulièrement des rassemblements physiques et web et toutes actions populaires visant à faire entendre de manière concrète, utile et puissante la voix des consomm'acteurs responsables.

La FIMIF réunit déjà les acteurs de l'écosystème du made in France suivants :

- | | | |
|-------------------------------|-----------------------|--------------------------|
| • Le Bottin du Made in France | • Jeprodisfrancais.fr | • Byfrancais.fr |
| • Le Guide Made in Emplois | • French Cocorico | • Madine France |
| • Entreprise et Découverte | • Gautier Girard | • La Fabrique Hexagonale |
| • MIF Expo | • France Avenue | • L'atelier de Simon |
| • Made in Frog | • You're so french | • PreFRance.fr |

En outre, plus d'une centaine d'entreprises soutiennent d'ores et déjà la FIMIF. Nous en dévoilerons la liste lors de notre conférence de presse de rentrée, à l'occasion de laquelle vous pourrez les rencontrer !

Rejoignez dès aujourd'hui sur Facebook, Twitter et en adhérant en ligne sur notre site web: www.fimif.fr et retrouvons-nous le 3 septembre à Paris pour participer à l'apéro de rentrée des premiers adhérents, qui suivra notre conférence de presse de lancement.

Contactez nous sur le mail suivant : contact@fimif.fr

Bureau Exécutif et membres fondateurs:

Amandine Hesse, Présidente

Maxime Balsat, Trésorier

Vincent Berionni, Préfrance.fr, Secrétaire général et webmaster

Mathieu Decroix, Le Bottin du made in France, Porte-parole, 06.84.32.12.00

Charles Huet, Le Guide Made in Emplois, Porte-parole, 06.14.40.49.35

Fabienne Delahaye, Commissaire générale de MIF EXPO, Porte parole

