

## Le changement c'est... ensemble!

► Nous vous proposons aujourd'hui la 1<sup>ère</sup> édition du journal de notre blog. Il est destiné à tous ceux qui veulent être moteur du changement qu'ils incarnent déjà individuellement au quotidien. Il est aussi et surtout un appel à tous ceux qui souhaiteraient s'embarquer avec nous dans notre locomotive, une locomotive résolument responsable et citoyenne, une Loco'Cit, dont la mission est de promouvoir le « vivre autrement » avec un seul credo : soyons et portons le changement que nous voudrions voir émerger !

Loco'Cit viendra en fin de compte compléter les publications de notre site et de notre page Facebook.

Nous espérons que cette première édition vous plaira et vous donnera envie de nous rejoindre. Nous nous donnons comme ambition d'en diffuser une chaque trimestre.

Merci, bonne lecture, bonne réflexion, et à très bientôt!

Noémie & Mathieu (78 - Yvelines)



## L'Édito' Cit

*Le dilemme du pompier.* Jeudi 4 Juillet 2013, Le Monde : M. Hollande et M. Ayrault vivent toujours l'environnement comme une contrainte [...] Ils incarnent une génération de politiques habitués à sous-traiter l'environnement aux Verts. [...] Obsédé par l'inversion de la courbe du chômage, le chef de l'Etat ne voit pas l'intérêt de réorienter sa politique vers la croissance verte. [...] Sous Sarkozy, Jean-Louis Borloo avait été élevé au rang de Ministre d'Etat. Rien de tel aujourd'hui. [...] Les seules voix susceptibles d'alerter l'opinion ont été neutralisées [...] en échange d'un ticket d'entrée au gouvernement.

► Cet article du Monde met en exergue en quelques lignes seulement la gangrène qui ronge les démocraties occidentales. Court-termisme, manque d'ambition, manque d'engagement, manque de prise de risque (mesurés)... Aucune décision sérieuse ne dépasse plus l'horizon d'un mandat politique. Chaque vraie réforme structurelle avorte ou accouche d'une souris. Nous sommes incapable d'accepter que ce que l'on sème aujourd'hui puisse germer et profiter dans une autre échelle de temps (Pierre Rabhi).

Nous avons toujours eu du mal à comprendre ceux qui s'épuisent à tenter (en vain) d'éteindre l'incendie d'un bâtiment que nous savons de toute façon condamné au lieu de tenter de sécuriser ceux avoisinants afin d'éviter que le feu ne s'y propage. De tels entêtements sont dangereux : quand le premier bâtiment sera finalement réduit en cendre, le second, qui était encore intact au départ, aura commencé à prendre feu. Mais nous nous serons épuisés d'avoir livré combat au premier incendie et n'aurons plus d'eau et d'énergie pour combattre le deuxième! La crise sociale actuelle et la crise écologique en gestation prennent le même tournant. A la différence près cette fois-ci que se prémunir contre la deuxième permettrait aussi de réduire considérablement les difficultés rencontrées sur la première. ► **suite page 2**

## Au Programme

- ⊗ Le Changement, c'est... ensemble! ~ p1
- ⊗ L'Édito' Cit: *le dilemme du pompier* ~ p1
- ⊗ Citoyen & Responsable: *mieux nous connaître - perspectives - rejoignez-nous* ~ p2
- ⊗ Ethik & TaK Les réveils de consciences: *pourquoi nous ne prenons plus l'avion* ~ p3
- ⊗ Actualités Made in France et Vivre Autrement: *les pratiques de la grande distribution - frenchwashing - ...* ~ p4
- ⊗ La citation et le fait divers ~ p7
- ⊗ Zoom sur deux concepts innovants: *Les paris pris par Biolap et TAJ Paris* ~ p8
- ⊗ Des idées pour Agir: *le journal L'Age de Faire - annuaire Made in France - le financement participatif avec Thomas Huriez de 1083* ~ p9
- ⊗ Des Chiffres et des Images: *les marques françaises et le Bangladesh - le MIF - l'agriculture en France - de l'usage du coton* ~ p11
- ⊗ La parole est aux Loco'Acteurs - Interviews: *Julie (23 ans, Gard) et La Cocarde Verte (site de vente en ligne bio et MIF)* ~ p12
- ⊗ Qu'en pensez-vous? *Retours sur nos sondages Facebook.* ~ p14
- ⊗ Pêle-mêle: *Rétrospective des articles qui vous avez plébiscités* ~ p16
- ⊗ Pour Loco'Citer plus loin: *dans la presse, les librairies, les salons* ~ p18
- ⊗ Merci à tous: *avec Cécile Magnanelli* ~ p18

*Nous lançons notre collectif « Citoyen & Responsable » !  
Pour nous rejoindre, RDV page 3.*

► suite de la page 1

Je m'explique. Le développement durable est notre avenir, qu'on le veuille ou non. Il pourra nous être facile à vivre si nous le préparons, contraint et indigeste si nous le subissons. Le regain d'intérêt pour l'industrie durable et locale, pour l'agriculture biologique, pour l'innovation et l'excellence française apportera avec lui son lot d'emplois, d'investissements et de recettes fiscales supplémentaires. **Produire ce que nous consommons et consommer ce que nous produisons**, telle est la philosophie prônée par les partisans d'un tel changement.

Oui un certain nombre d'emplois disparaîtront évidemment dans la transition. Seulement, tous les gouvernements et nombres d'experts s'y refusent catégoriquement, préférant sauver leur peau en laissant le pays sous perfusion coûteuse et non durable. Mais le changement dont nous parlons se ferait d'abord et surtout au profit de nouveaux emplois tout aussi nombreux que ceux détruits, si ce n'est plus - toutes les études parlent de plusieurs centaines de milliers d'emplois. Par ailleurs, il est fort probable que la transition créera d'abord tout ou partie des nouveaux emplois avant petit à petit de réduire la voilure sur les anciens. A court et moyen terme, cela peut donc aussi être très bénéfique pour faire face à la crise majeure que nous subissons tous.

Au risque de choquer, nous n'avons aucun scrupule à contribuer à « casser » l'emploi d'industries polluantes et socialement dégradantes au profit d'autres emplois que nous croyons plus justes et plus nombreux dans des industries éthiques, locales et surtout durables ! Nos dirigeants seraient bien inspirés de l'assumer une bonne fois pour toute. 

### Citoyen & Responsable ?

► *Le point sur notre projet.* Quatre mois après le lancement de notre site, nous accueillons modestement mais néanmoins fièrement entre 40 et 200 visiteurs uniques chaque jour sur notre blog. Notre moyenne de Juin'13 s'est établie à 90 visiteurs uniques et 230 pages consultées chaque jour. Vous serez bientôt plus de 1000 à nous suivre sur Facebook et, entre autres grâce à tous vos partages, ce sont plus de 55 000 personnes qui ont vu au moins une de nos publications au cours de la première semaine de Juillet. Mais ce n'est pas tout car, cerise sur le gâteau, nous avons aussi une petite dizaine d'acteurs du secteur, et pas des moindres (les salons MIF Expo, France Production Expo...), qui nous soutiennent déjà. Quelques articles sont aussi prévus pour la rentrée dans la presse.

Au départ, il y avait un besoin personnel : ne plus s'habiller qu'en Made in France. Nous sommes à l'automne 2012. Compte tenu de la

complexité de cette affaire pour quelqu'un qui ne s'y est pas préparé, nous avons commencé à constituer une ébauche d'annuaire synthétisant le fruit de nos longues heures de recherches. De fil en aiguille, celui-ci s'est considérablement enrichi, au point que nous avons jugé intéressant de le partager et le rendre libre d'accès à tous. C'est ainsi que nous avons ouvert notre blog en Mars 2013.

L'intérêt affiché par les internautes nous confortant dans nos efforts, nous avons voulu étendre le périmètre de nos articles aux thématiques du « Vivre Autrement », dans lequel s'inscrit déjà fort logiquement le Made in France.

Notre expérience personnelle nous a convaincu que cette démarche n'est pas réservée qu'aux riches, aux bobos et aux écolos, mais à tous. De plus, nous constatons tous les jours que notre nouveau rapport à la vie et aux choses a considérablement embelli notre vie et nous procure un bonheur vrai, immense et durable. **Qui ne voudrait pas alors tenter de le communiquer aux autres?** Aussi, nous poursuivons l'aventure et avons d'ores et déjà de nombreuses idées pour les mois à venir! 



► *Qui sommes nous?* [www.citoyen-et-responsable.fr](http://www.citoyen-et-responsable.fr) ou découvrir et promouvoir le Made in France et le « Vivre Autrement ».

Notre blog a été lancé en Mars'13 et propose notamment *un annuaire indépendant, fiable et détaillé de toutes les marques de textile produisant en France.* Celui-ci est téléchargeable et libre d'accès à tous.

Nous avons choisi de nous concentrer en priorité sur l'industrie du textile car c'est un secteur qui non seulement touche les gens au quotidien mais surtout pour lequel l'information et la transparence ont encore des progrès à faire. Nous le constatons au quotidien : *de nombreux sympathisants potentiels du Made in France sont freinés par ce manque de traçabilité et de garantie d'origine.*

Plus généralement, nous souhaitons *sensibiliser le public sur les enjeux de fonds du Made in France.* Nous croyons que le Made in France n'est pas une fin mais un moyen servant une cause plus grande encore. Il s'agit avant tout de changer notre rapport à la consommation en considérant des enjeux tels que la préservation du savoir-faire et de l'emploi local, l'équité des relations commerciales, le respect des hommes et bien sûr de l'environnement. **Il y a à ce jour une réelle carence pédagogique** autour du Made in France que nous tentons modestement de combler à travers nos publications.

Il nous paraît aussi évident que pour que le Made in France puisse retrouver une place de choix dans nos vies, il faudra nécessairement qu'il s'inscrive dans une démarche plus globale de changement de nos comportements. **'Consommer moins en quantité mais mieux en valeur' résume bien l'esprit de ce changement.** Ce sera de toute façon la seule manière pour l'essentiel de la population de concilier convictions et surcoût engendré par l'acquisition de produits Made in France. 

« Pour que le Made in France puisse retrouver une place de choix dans nos vies, il faudra nécessairement qu'il s'inscrive dans une démarche plus globale de changement de nos comportements »

## Citoyen & Responsable ?

### ► Rejoignez nous. On recrute des Loco'Cit !

Aujourd'hui, nous arrivons à un stade où nous pouvons choisir entre rester un acteur « sympa » ou tenter de devenir un acteur reconnu, et qui sait, « incontournable » !

Passionnés, croyant dur comme fer à un monde plus éthique, plus citoyen et plus responsable, nous faisons le choix de tenter de passer un nouveau cap ! **Mais nous n'y arriverons pas seuls.** Nous allons avoir besoin de nous entourer d'autres passionnés qui, comme nous, seront prêts à donner de leur temps pour défendre une cause en laquelle ils croient!

Qui que vous soyez, quoi que vous fassiez dans la vie et où que vous habitiez, **nous vous proposons de rejoindre notre collectif « Citoyen & Responsable ».** On ne demande rien à personne qu'un peu de temps, un brin d'utopie, une bonne dose d'énergie, et bien sûr de la bonne humeur ! Opinions politiques et religieuses seront mises de côté.

Nous avons notamment besoin de contributeurs pour réaliser avec nous des études/enquêtes en vue d'écrire des articles, nous recherchons des webmasters, des dessinateurs, des experts Photoshop, des contributeurs à notre veille (actualité, évènements, nouvelles marques / entrepreneurs qui se lancent...), des chargés de relation presse, des chargés de développement de notre vitrine internet etc. Chacun sera libre de contribuer à hauteur de ce qu'il peut donner. Toutes les initiatives seront les bienvenues, dès lors qu'elles respectent nos valeurs (honnêteté, intégrité) et servent notre projet commun!

Si l'aventure vous tente, écrivez-nous : [mathieu@citoyen-et-responsable.fr](mailto:mathieu@citoyen-et-responsable.fr)

*Etudes, enquêtes, interviews, rédaction d'articles, co-création d'un nouveau site web, montages photos, dessins, veille presse, relations presse... voici quelques unes des activités sur lesquelles chacun pourra intervenir selon ses idées ou ses envies!*



► *Notre ambition ?* Convaincre le plus grand nombre que des alternatives non révolutionnaires sont à portée de main de quiconque le veut. Plus nous serons nombreux à nous mobiliser, plus nous serons force d'entraînement, plus nous pourrons demander au gouvernement de se mobiliser lui aussi, plus nous pourrons peser dans le juste rééquilibrage des rapports de forces contre les lobbys de l'industrie et de la finance... 

« Nous allons avoir besoin de nous entourer d'autres passionnés qui, comme nous, seront prêts à donner de leur temps pour défendre une cause en laquelle ils croient! »

### ► Quelques exemples de projets dans les tuyaux:

☀ Remplacer notre blog par un site web doté d'une véritable base de données avec une gouvernance et une modération fiable et pérenne.

☀ Créer une application smart phone de notre annuaire

☀ Créer juridiquement notre collectif « Citoyen & Responsable » (association loi 1901).

☀ Développer ce journal.

☀ Développer nos partenariats avec d'autres acteurs du secteur.

☀ Lancer des mouvances dans nos quartiers dans le cadre du plan ESSE

☀ Organiser avec d'autres collectifs (ESSE, Colibris...) des évènements régionaux ou nationaux autour Made in France et du Vivre Autrement.

☀ Animer des stands sur des salons

Les possibilités d'actions n'ont de limite que l'imagination, la motivation, et le temps disponible pour cela! 

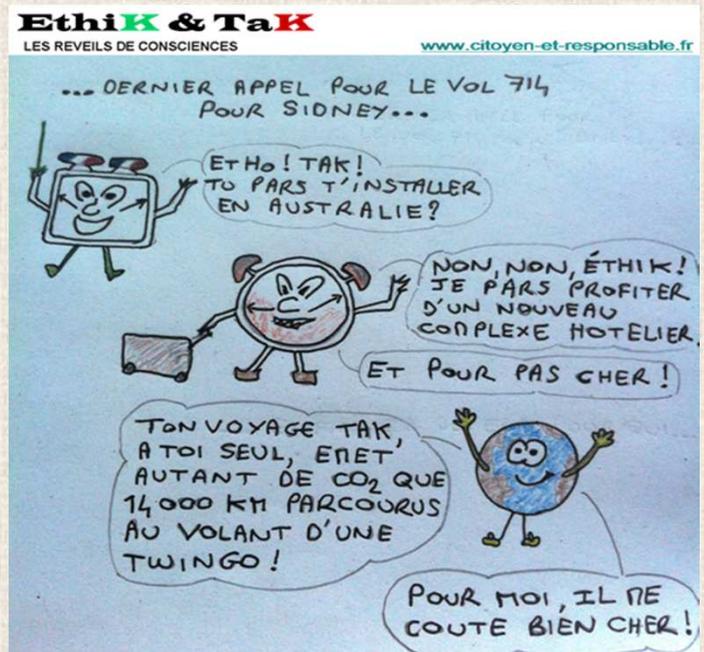
## EthiK & TaK Les réveils de consciences

### ► Pourquoi devrions nous éviter l'avion?

EthiK & TaK, ce sont deux petits réveils au caractère bien trempé. Ils vivent, à leur manière, nombre de situations que chacun d'entre nous rencontrons au quotidien.

Pour TaK, le XXème siècle n'est pas fini. La seule limite à ses envies est la solidité de ses ressorts. L'écologie ? Il n'en a jamais entendu parler. Pour EthiK, le XXIème siècle est une promesse d'un monde nouveau. Son âge avancé aidant, il tentera, avec l'aide de la Terre et de sa canne dont il ne se sépare jamais, de réveiller la conscience de Tak. A vrai dire, il tentera de réveiller nos consciences. Ca tombe bien, c'est sa fonction première rappelez-vous ! 

*Nous aimons beaucoup ce concept de réveils. Nos talents artistiques étant ce qu'ils sont, si un dessinateur amateur ou aguerri souhaiterait prendre le relais, son aide serait la bienvenue !*



## Actualités du Made in France et du Vivre Autrement

*Quand l'Union Européenne est incapable d'insuffler le moindre changement*

► Alors que la Politique Agricole Commune (PAC) vient d'être votée pour la période 2014 / 2020, supprimant notamment l'obligation de rotation des cultures et abandonnant la proposition de plafonnement des aides (sic ! les grands céréaliers pratiquant la monoculture intensive pourront toucher de réels pactoles, au détriment des plus petits exploitants), étudions ensemble quelques chiffres.

En France, environ 80% de l'élevage est intensif. L'UE subventionne à hauteur de 57 milliards d'euros ce type d'agriculture et octroie généreusement 100 millions

d'euros à l'agriculture biologique (AB) française. Sachant que 4,5% de la surface agricole utile (SAU) en France est consacrée à l'AB, **celle-ci ne reçoit donc que 0,00175% des subventions européennes !** Quand nous disons que les lobbys jouent (de paire ou non) avec nos dirigeants, voici un nouvel exemple on ne peut plus flagrant.

Nous restons convaincus plus que jamais que le changement devra se faire par le bas. C'est-à-dire par nous, les consommateurs. Entre la mondialisation des échanges, les divergences d'opinions au sein d'un parlement européen comptant de plus en plus de membres et de pays... un consensus ne pourra jamais être trouvé.

Si nous ajoutons à cela la crise des dettes souveraines privant davantage encore les Etats de toute marge de manœuvre, les lobbys ont de beaux jours devant eux ! Sauf si... nous refusons de nous laisser prendre en otage. 



« Les consommateurs, en tant que collectif, ont un pouvoir qui dépasse de mille fois celui du dirigeant politique le plus pugnace. »

*Le made in France peut-il renâtrer de ces cendres ?*

► Le Made In France ne concerne encore que **8 à 10 % des ventes** (chiffres IFM, 2012). Lorsque les instituts de sondage demandent aux français combien ils seraient prêts à payer en plus pour acheter du MIF, voici les résultats (voir graphique, IFOP, Janvier 2013).

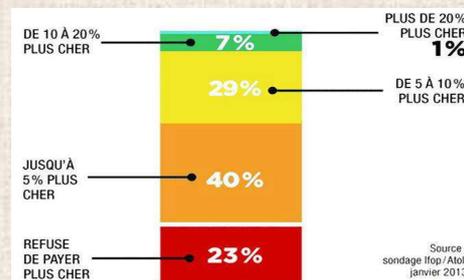
Commentant ces mêmes résultats, les experts déclarent donc que **77% d'entre nous sommes de réels patriotes**. Or seulement 8 à 10% d'entre nous achetons réellement MIF (IFM, 2012).

Pourquoi un tel écart ? Personne ne se l'est demandé. Seulement ceux qui sont prêts à payer 10% de plus peuvent espérer trouver sur le marché des produits MIF. Cela sera surtout vrai pour les produits d'entrée / milieu de gamme pour lesquels la guerre des prix est la plus importante.

Comment espérer alors défendre dans les faits le MIF ? Car si effectivement nous arrêtons le raisonnement à une problématique de prix sur un produit

donné, on en conclut nécessairement que quasiment personne ne pourra se permettre de payer plus de 10% plus chers ses consommations courantes. Surtout en ce moment !

Pourtant, sans dépenser un centime de plus toutes charges confondues, il est possible de s'habiller et d'acheter quasiment tous les produits de la vie courante en Made in France. De plus en plus de gens en font l'expérience tous les jours. Retrouvez quelques uns de nos conseils dans notre dossier « comment concilier convictions et finances » (voir <http://0z.fr/Or4hD>) dans lequel nous reprenons, poste par poste, quelques unes des nombreuses alternatives existantes.



*Quand consommer bio perd de son sens*

► Savez-vous que **32% du bio consommé en France est importé** ? Quand on parle d'importation depuis l'Allemagne, cela ne nous choque pas. Mais quand on parle d'importation depuis l'autre côté de la planète, hormis pour certains produits de consommation courantes tels que le café ou le cacao, consommer bio n'a plus de sens. Soyons cohérents dans nos actions si nous voulons les défendre et les rendre crédibles. Au lieu d'importer un produit bio non disponible sur le marché français, nous pouvons aussi imaginer consommer tout simplement **un autre aliment bio et local de substitution**.

Nous avons pris l'habitude depuis quelques décennies de toujours consommer exactement le produit que nous voulions. Et si nous nous adaptons un peu à l'offre pour changer ? D'autant plus que celle-ci est large dans le bio aussi! 

*Quand les distributeurs sécurisent leurs marges au détriment de celles des producteurs*

► Distribution conventionnelle de porcs en France

- 2001 : 39% du prix de vente revient au distributeur, 45% à l'éleveur.
- 2011 : 55% du prix de vente revient au distributeur (+16%), et plus que 36% à l'éleveur (-9%).

Source : observatoire de la formation des prix et marges des produits alimentaires.

Faire de l'agriculture et de l'élevage intensif est un métier de plus en plus difficile. Un agriculteur en vient à se donner la mort tous les jours en France. Changer pour l'agro-écologie, l'agriculture biologique, ou l'agriculture raisonnée se pose de plus en plus comme une véritable alternative à ces drames humains aussi. 

« Un agriculteur en vient à se donner la mort tous les jours en France »

Les pratiques honteuses et assumées de la grande distribution, cautionnées de fait par les consommateurs.

➤ 30%. C'est la part que doivent détruire de nombreux producteurs pour répondre aux exigences d'esthétisme, de calibre et d'homogénéité imposé par la grande distribution. Ces exigences n'ont rien à voir avec les qualités nutritives des aliments. (Source: dossier Gaspillage Alimentaire : Comment s'en sortir, L'Age de Faire, Novembre 2012).

L'absurdité de ces pratiques est un reflet de l'état de la société : perception de sécurité, d'abondance... alors même que les 150000 SDF français et tant d'autres ne mangent pas à leur faim en France. Et je ne vous parle pas du reste du monde...

Qui est responsable de telles pratiques ? La grande distribution pour son aberrante sélection esthétique ? Le consommateur qui préfère naturellement une grosse tomate ronde et rouge écarlate à une tomate bosselée ? Les deux comme

toujours. Les pratiques des uns sont la conséquence des pratiques des autres, et réciproquement.

Comment agir alors ? Tout simplement en ne cautionnant plus ces pratiques et en vous fournissant auprès d'autres distributeurs (BIOCOOP par exemple) ou, mieux encore, directement auprès des associations de producteurs (AMAP, La Ruche Qui Dit Oui...).

Le french-washing et la technique du touch-and-go

➤ Il y a quelques jours, la marque 1083 [www.1083.fr](http://www.1083.fr) portait à notre attention un article paru récemment dans l'Express au sujet de French Washing (1).

Le French Washing, c'est comme le Green Washing avec le bio : on se donne des apparences de Made in France, mais on ne fabrique rien en France, ou à la rigueur un produit parmi de nombreux autres, et ceci à des fins purement marketing.

Après avoir été ringardisés durant des décennies, les fantassins du made in France sont aujourd'hui tendance. [...] Les entreprises se mettent au diapason, rivalisant de signes cocardiers et de fanions. Sans toujours être prêtes à assurer, derrière, une véritable production locale. Au risque de malentendus et de petits arrangements avec la réalité. Voire de mensonge. [...] Dans bien des cas, le made in France est surtout du made by France. Une grande partie du processus de fabrication suit les chaînes de productions globalisées, tandis que l'assemblage final est réalisé dans notre pays. C'est ainsi qu'un fameux lunetier hexagonal sous-traite la quasi-totalité de sa production en Asie et marque simplement une ultime étape en Europe - c'est le système du "touch-and-go" - afin d'obtenir le précieux sésame.

Bien qu'ayant déjà en de nombreuses occasions parlé de ces tromperies, force est de constater que les arnaques sont bien imaginées et qu'il suffit souvent d'une seule petite négligence dans son choix d'achat pour se faire rouler. Un consommateur averti en vaut deux.

Depuis que nous travaillons sur notre annuaire des marques de textile Made in

France, on en a vu des vertes et des pas mûres. Un vendeur en magasin nous



assurait par exemple que sa chemise est fabriquée en France quand sa collègue du rayon d'à côté nous dit le contraire (Burton, Grands Boulevards, Paris). Un autre, vendant ses robes à dix euros dans le métro Invalides, arborent fièrement un panneau « Made in France » : « bien sûr que c'est Made in France ! C'est écrit sur l'étiquette, voyez vous-même ! » nous a-t-il dit.

Entre les boutiques aux couleurs de la France avantageusement mise en valeur (ex : Petit Bateau), les marques que nous croyons toujours être Made in France mais qui ne le sont plus (ex : Montagut), celles qui jouent sur les mots (ex : nous fabriquons exclusivement dans nos ateliers de Paris... nos prototypes... chez Basus), celles qui portent un nom prêtant à confusion (ex : France Espadrilles), celles qui font de la France leur slogan (« l'art d'aimer à la française » chez Aubade), les sites de vente en ligne qui prétendent être 100% Made in France et qui vendent du Made in China ou Pologne ([www.100pour100-madeinfrance.fr](http://www.100pour100-madeinfrance.fr)), ou encore les images véhiculées par nos politiciens (M. Montebourg et sa marinière Armor Lux qui est un des rares et derniers produits de la marque à être fabriqué en France)... Bref, le

consommateur n'est pas aidé.



**Made in France: être citoyen et responsable**  
9 juin

Aubade: la marque lance une collection masculine (source: JDD du 9/6/2013).

Mais qu'avons nous derrière Aubade au fait? Petit retour arrière.

- 1958: création d'Aubade
- 2006: fermeture de l'atelier de Le Trimouille (86) licencié 50 salariés.
- 2009: licenciement de 150 salariés. Il ne reste plus que le centre logistique (20 salariés) basé en France, et le siège à Paris.
- 2010, les ventes progressent de 10%.

La quasi intégralité de la production est désormais réalisée en Tunisie. Aubade prétend pourtant encore défendre "l'art d'aimer à la française". Allez comprendre...

(source: Le Guide des Produits Made in Emploi)

**Les hommes jouent la séduction**

Bien connue pour ses publicités troublantes, la marque Aubade lance une collection masculine. La Fitte des pères tombe à pic!

**LES HOMMES NE SONT PAS DES CADEAUX**

REFLEXE quand on ne sait pas le mot, on passe les tableaux sont des boîtes à lettres...  
... il n'y a pas de cadeau...  
... le cadeau est un objet...  
... le cadeau est un objet...  
... le cadeau est un objet...

un hélicoptère au-dessus de la région...  
... le cadeau est un objet...  
... le cadeau est un objet...  
... le cadeau est un objet...

(1) [http://lexpansion.lexpress.fr/economie/ne-m-appellez-plus-made-in-france\\_393647.html#xtor%3DAL-189](http://lexpansion.lexpress.fr/economie/ne-m-appellez-plus-made-in-france_393647.html#xtor%3DAL-189)

Pour éviter d'être piégés vous aussi, voici quelques conseils pratiques:

☀ La règle d'or : ne pratiquez plus d'achat impulsif. Sachez que quasiment plus aucune marque Made in France n'a pignon sur rue.

☀ Croisez et recroisez vos informations : quand tout laisse à croire qu'une marque fabrique effectivement en France, il y a toujours cette petite étude, enquête ou article qui explique le contraire.

☀ Privilégiez les petites PME à gamme de produits réduite, et ne distribuant qu'en

France : ce sont généralement les plus honnêtes et transparentes. N'ayant que le marché français, il y a plus de chance que leur production soit locale également. Même si cela n'est évidemment pas généralisable.

☀ Ecrivez aux sociétés en vous présentant comme un journaliste ou un important blogueur. C'est ce que nous faisons. L'effet est immédiat. Soit ils fabriquent effectivement en France, et ils le disent. Soit c'est le silence radio et on en conclut qu'ils ne fabriquent pas chez nous. Rares sont ceux qui oseront officiellement mentir sur la provenance de leur produit,

au risque de ruiner leur réputation.

☀ Au-delà de l'assemblage, pensez à vous renseigner sur l'origine des matières premières (tissus, étiquettes, boutons, fermetures éclairées...) ainsi que leur procédés de fabrication (teinture, culture, tannage, transformation...)

☀ Visitez les salons dédiés au Made in France : les organisateurs de ces salons garantissent qu'aucun Made in Ailleurs ne s'y infiltrent. De plus, cela vous permettra d'essayer les vêtements sur place (ne pas pouvoir essayer est un inconvénient majeur de la vente en ligne de textile) et même de payer le prix « salon » (10 à 15% moins cher que le prix normal)

☀ Et finalement, téléchargez notre annuaire et gardez le sous le coude en cas de besoin. 

« Ecrivez aux sociétés en vous présentant comme un journaliste ou un important blogueur. C'est ce que nous faisons. L'effet est immédiat. »

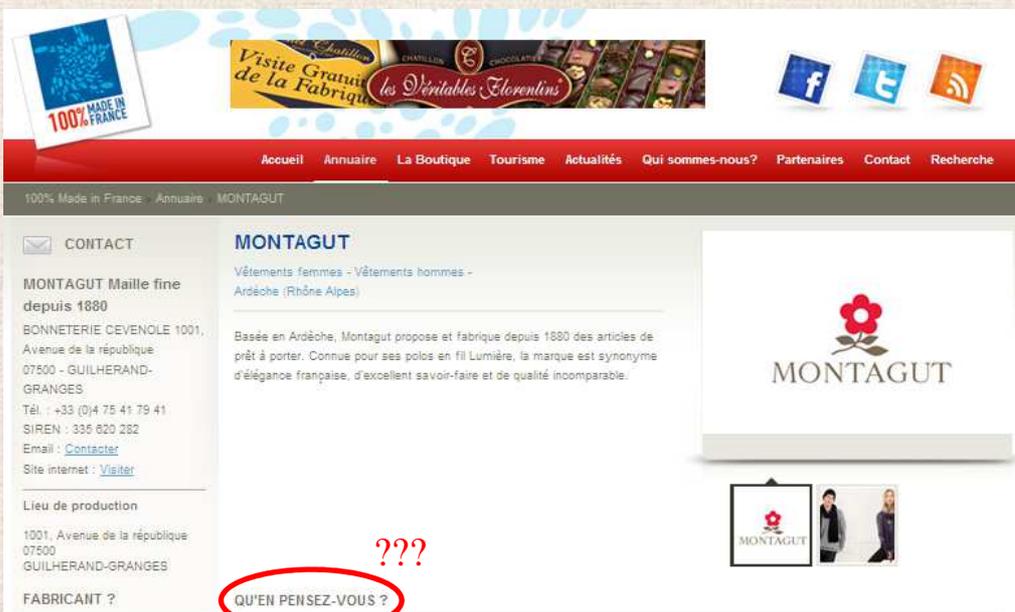


➤ Alors « confectionnés » à Paris? « Conçus » à Paris? Ou « designed » à Paris? On lit « leur expérience dans la confection de produits haut de gamme » c'est donc conçu à Paris aussi? Non, en Tunisie. « On ne peut pas produire une telle qualité en France » nous a-t-on dit. Ah bon? Faudrait-il encore qu'ils aient essayé.

[100% Made in France, acheter français devient si simple \(annuaire ... www.100pour100-madeinfrance.fr/](http://www.100pour100-madeinfrance.fr/)

100% Made in France, le portail internet dédié aux produits fabriqués en France et à l'actualité des entreprises françaises.

[La boutique 100% made in ... - Vêtements femmes - Chaussures Made in France ...](#)



100% Made in France - Annuaire - MONTAGUT

CONTACT

MONTAGUT Maille fine depuis 1880

BONNETERIE CEVENOLE 1001, Avenue de la république 07500 - GUILHERAND-GRANGES

Tél : +33 (0)4 75 41 79 41  
SIREN : 335 820 282  
Email : [Contacter](#)  
Site internet : [Visiter](#)

Lieu de production

1001, Avenue de la république  
07500  
GUILHERAND-GRANGES

FABRICANT ?

QU'EN PENSEZ-VOUS ?

➤ Montagut: seul le fil lumière est encore produit en France. Mais la confection des polos utilisant ce fil est réalisée au Portugal. Tous les autres vêtements (coton, soie) sont intégralement fabriqués au Portugal, en Pologne ou en Chine (pour leur marché local)

➤ Quand on cherche à les contacter pour leur démontrer, preuves à l'appui, que certaines marques n'ont rien à faire sur leur site, on n'obtient pas de réponse et nos commentaires sur le site sont supprimés. Mais quand on les contacte pour leur dire que leur site est bien, on obtient des réponses instantanées... Curieux.

### 50% de SDF en plus depuis 2001

► Une des autres conséquences visibles de la crise et de l'invasion des produits importés en France: 50% de SDF en plus depuis 2001 (INSEE 3/7/13). 141 500 personnes en France dorment dans la rue.

141 500 personnes... ..Cela fait froid dans le dos. C'est comme si tout Grenoble ou Clermont-Ferrand était dans la rue...

A court terme, la moindre des choses à faire je crois est de ne pas ignorer ces

personnes qui vivent exclues. Un sourire, un bonjour, un petit mot, une cigarette, un ticket resto pour ceux qui peuvent, cela ne coûte pas grand chose. Tous les SDF s'accordent à dire que ce qui les blesse le plus est cette impression d'être invisible aux yeux des autres. "Nous sommes là, mais personne ne nous voit". Tachons déjà de remédier à cela.

Pour le fond du problème, continuons de privilégier autant que possible les emplois locaux à travers nos actes d'achat!



### TEFAL Natura : Made in France et éco-conçu.

En 2010, la marque du groupe SEB s'inscrit dans une démarche d'éco-conception faisant rimer écologie et gastronomie. Elle lance la gamme d'articles culinaires Natura réalisées en **aluminium 100% recyclé** et les spatules Enjoy conçues à 95 % de matériaux recyclés. Les articles sont équipés de poignées en **bois issu de forêts gérées durablement** (label PEFC) et sont présentés dans un **packaging en carton entièrement recyclé**.

Aujourd'hui, Tefal poursuit son engagement environnemental et lance la première gamme de moules en aluminium 100% recyclé.

Le revêtement antiadhésif Tefal est fabriqué à partir d'un polymère du nom de polytétrafluoréthylène, le PTFE. Ce composant est un matériau inerte qui n'entre pas en réaction chimique avec les aliments, l'eau ou les produits de nettoyage domestique. Cette totale innocuité est reconnue par les organismes de Santé publique, en Europe comme aux Etats-Unis.

Depuis plus de 20 ans, Tefal s'engage à ne pas utiliser de plomb ni de cadmium dans l'ensemble de ses revêtements et garantit l'innocuité de tous ses produits. 

Prix: à partir de 6,99 EUR le moule à tarte, 39,99 EUR la poêle et 99,99 EUR la cocotte.



## La Citation et le Fait Divers

**La citation de l'édition** – *J'ai complètement intégré l'hypothèse du naufrage et de l'éradication humaine, tout comme celle d'un miraculeux sursaut de l'humanité qui déciderait d'une mobilisation de toutes les nations pour sauver le vaisseau commun. Quelle que soit l'issue, j'aurais tenté d'être aussi cohérent que possible. J'aurais reconnu et souscrit à cette sorte d'intelligence universelle qui nous invite sans cesse à l'intelligence. Et si les générations futures, mises en difficulté par nos outrances, nous font un procès, je souhaite ne pas être accusé d'avoir su et de n'avoir rien fait.* (Pierre Rabhi dans Graines de Possibles)



**Le fait divers de l'édition** - Dans les années 1980, on a pu voir un camion bourré de tomates quittant l'Espagne pour livrer la Hollande ; dans le même temps, un camion bourré de tomate quittait la Hollande pour livrer l'Espagne. Des circonstances incroyables ont fait qu'ils se sont percutés dans la vallée du Rhône, mêlant pêle-mêle des tomates hollando-espagnoles.

## Zoom sur deux concepts innovants: Les paris pris par BIOLAP et TAJ Paris

**BIOLAP**
[www.biolap.fr](http://www.biolap.fr)

► BIOLAP a transformé un objet utilitaire en un produit design.

Aujourd'hui, vous pouvez protéger à moindre coût (entre 16 et 50 EUR) et en Made in France éco-conçu tous vos smart phones, tablettes et ordinateurs portables !

Toute la production (transformation de l'essentiel des matières premières + 100% de la confection / assemblage) est en effet réalisée en France et ceci de manière on ne peut plus écologique. L'entreprise, basée en Rhône-Alpes, a d'ailleurs reçu le Trophée de l'éco-conception à Lyon en mai 2011.

Toute la chaîne de production et de commercialisation a été pensée de telle sorte à réduire les impacts sur l'environnement : gestion et transports logistiques optimisés, choix et origine des matières premières (lin,

chanvre, cuir, matières recyclées...), zone commerciale limitée à l'Europe... Même le packaging utilisé provient d'un fabricant français certifié Imprim'vert.

Les dirigeants de la société nous ont précisé que, pour des raisons respectivement de coûts et de qualité, ils ont fait le choix en toute transparence d'importer leur cuir d'Inde et leurs fermetures éclairés d'Italie (marque YKK, la meilleure qualité au monde), ce qui n'empêche pas tous leurs fournisseurs d'être certifiés « propres », chacun dans leur domaine d'expertise. L'essentiel des matières premières utilisées restent néanmoins françaises.

La société est par ailleurs adhérente de l'association Made in Respect.

Vous recherchez des produit français éco-conçus et dont le prix est comparable à du Made in Ailleurs ? En voici, en voilà !


**TAJ PARIS**
[www.taj-paris.com](http://www.taj-paris.com)

► Mode & Beauté, Epicerie Fine & Spiritueux, Cadeaux & Décoration : un véritable concentré du savoir-faire « à la française »

Il y a quelques semaines de cela, ma belle-sœur me parlait d'une boutique dédiée au made in France qui venait d'ouvrir à Paris. Alors que j'étais justement en RDV du côté de Pyramides, j'en ai profité pour y faire un premier repérage éclair. Puis, le hasard faisant bien les choses, il se trouve que Béatrice Le Chevalier, fondatrice de TAJ Paris, m'a contacté quelques temps après pour me présenter son concept. Ayant prévu de retourner visiter sa boutique dès que j'aurai une minute, nous avons convenu d'un RDV auquel je me suis présenté avec Charles Huet, auteur du livre *Le Guide des Produits Made in Emploi*, avec qui je partage nombre de convictions.

Béatrice nous a fait visiter sa charmante

boutique. Particulièrement bien achalandée, chaque coin recèle de trésors dont chacun a son histoire à raconter. Pour chaque produit proposé, une petite fiche réalisée par les soins de TAJ Paris explique au client l'histoire de la marque et la localisation des sites de production. Nous avons ensuite longuement échangé sur nos projets et nos valeurs respectives. « Rencontre d'un désir personnel et d'une conscience citoyenne, TAJ Paris propose des produits de qualité, porteur d'une tradition ou d'un savoir-faire artisanal de notre pays. » Chaque client peut emporter avec lui « un petit bout de l'histoire de France ». C'est tout à fait l'esprit que nous retrouvons dans la boutique.

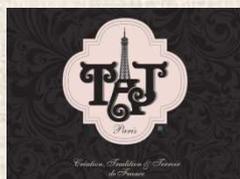
L'accueil y est très chaleureux et Béatrice prend soin de présenter le concept de la boutique à chacun de ses nouveaux clients. Mais nombre d'entre eux fréquentent déjà régulièrement cet espace dédié à la France et viennent y découvrir les nouveaux produits sélectionnés avec

soin par TAJ Paris. Le sous-sol de la boutique accueille, à l'occasion, des créateurs français afin qu'ils y exposent leurs premières collections.

Parmi les marques vendues en boutique ou en ligne, on retrouve notamment Mon Petit Polo Français et Berthe Aux Grands Pieds, deux marques que nous connaissons bien.

TAJ PARIS, c'est 13 rue de l'Echelle, 75001 Paris.

A visiter !





## Le Financement Participatif – avec Thomas Huriez, fondateur de 1083

► Ayant pris son essor en réponse à la crise de 2008, il est un nouvel espoir pour les entrepreneurs et les citoyens à la recherche d'alternatives au système bancaire et commercial actuel.

5 milliards de dollars seront collectés par les plateformes de financement participatif dans le monde en 2013. Le magazine Forbes estime ce montant à 1000 milliards de dollars d'ici 10 ans.

Pour ce qui est du financement sans retour sur investissement, représentant 71% des financements actuels, il est important de noter que la réglementation permet d'ores et déjà d'opérer de façon transparente et encadrée.

► Parlant de financement participatif, quel meilleur exemple donner que celui de 1083, qui a vu multiplié par dix son volume de précommandes. Quelle a été la recette de ce succès ?

Nous l'avons demandé à Thomas Huriez, fondateur de la marque 1083.

*L'C : Thomas Huriez, il y a quelques mois de cela, vous vous lanciez dans l'aventure du financement participatif avec 1083, des jeans et sneakers éco-conçus et fabriqués en France (<http://fr.ulule.com/1083>). Qu'est ce qui a motivé ce choix plutôt qu'un autre ?*

*TH :* Après plusieurs mois de travail sur notre projet 1083, nous étions confrontés au financement du premier stock de matières premières. Nous aurions pu tenter notre chance auprès des banques, mais je pensais plus cohérent de nous lancer dans une campagne de financement participatif. Nous espérions réunir 100 précommandes pour financer la moitié de nos achats de matières premières. Finalement nous avons atteint 936 précommandes en 2 mois sur Ulule, et mi-juillet nous avons réuni 1392 précommandes ! Au delà de l'apport financier de ces précommandes, nos clients ont par ailleurs fait bien plus grandir 1083 que notre banquier n'aurait pu le faire, grâce à leurs partages sur les réseaux sociaux et à leurs idées qu'ils nous ont communiqué. Seul on ne fait pas grand chose, mais ensemble...

*L'C : Vous avez récolté plus de cent milles euros, pratiquement dix fois plus qu'escompté. Comment expliquez-vous*

Le financement participatif apporte une réponse très tangible aux nouvelles aspirations des citoyens internautes (proximité, transparence, implication, relations humaines).

Dans ce même état d'esprit, certaines banques de détails telles que le Crédit Coopératif permettent aussi à leurs clients de choisir les projets dans lesquels ils veulent investir leur épargne (transition énergétique, développement durable, financement de PME locales) 

*ce formidable succès ?*

*TH :* Je pense que le défi de produire en France des modèles aussi courants que des jeans et des baskets a suscité beaucoup de curiosité. Par ailleurs, je crois que **notre recherche de cohérence et la sincérité de notre démarche ont donné confiance en nous**. Enfin, 1083 s'est enrichi des nombreuses idées proposées par cette nouvelle communauté.

*L'C : Quels conseils donneriez vous à un entrepreneur qui, comme vous, voudrait jouer la carte du financement participatif pour concrétiser son projet ?*

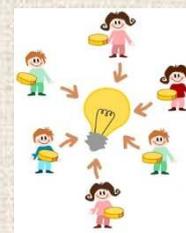
*TH :* Derrière 1083, **il y a l'idée de consommer mieux** ; c'est-à-dire promouvoir les savoirs-faire locaux, privilégier les solutions écologiques... Dans cet esprit, je pense que la communication et la transparence sont réellement vertueuses. Cela s'est concrétisé dans notre cas par l'animation quotidienne de notre page Facebook et la rédaction régulière d'articles sur notre blog. 

*« Nos clients ont par ailleurs fait bien plus grandir 1083 que notre banquier n'aurait pu le faire »*

Parmi les projets en cours que nous soutenons, on retrouve sur Ulule **Atelier PM** (sneakers cuirs, MIF, écoconçus), **Mr Strozza** (vêtements bio, MIF), et sur My Major Company **La Petite Capote Française** (par Mon Petit Polo Français). Ils ont besoin du soutien de chacun!



Thomas Huriez, pendant sa campagne Ulule. Pour sa 40<sup>ème</sup> précommande. Il en comptera 936 en tout!



Les principaux sites :

- ✓ My Major Company
- ✓ Babeldoor
- ✓ KissKissbankbank
- ✓ Ulule
- ✓ Spear
- ✓ Ecobole

*Estimation du marché du financement participatif en France: 2,2 milliards d'euros. Si les français dirigeaient 1% du montant qu'ils épargnent chaque année vers les startups et PME, cela représenterait plus de 3,5 fois le montant investi par les fonds d'investissement en 2010 pour des startups et PME. Source: culture banque*

Nous vous proposons cette petite liste de ce que nous avons le plus apprécié dans la campagne Ulule de 1083. **Avis aux futurs entrepreneurs !**

- Produits pour la vie de tous les jours
- Prix
- Ecoconception
- Fabrication française
- Histoire du nom de la marque
- Vidéos mises à disposition (*entendre la voix de l'entrepreneur et voir concrètement à quoi il ressemble est essentiel pour la relation de confiance*)
- Consultation des clients pour réaliser certains choix (*1083 a par exemple consulté par sondage ses clients pour choisir les motifs du tissu des intérieurs de poche*)
- Vivre un projet commun
- Humour, relationnel « amical »
- Fréquence des échanges
- Qualité des échanges (*conseils d'entretien, anecdotes de fabrication, histoire d'un fournisseur...*)
- Transparence des informations données (*matériaux utilisés, procédés de fabrication...*)
- Nombreuses photos de qualité
- Presse écrite, TV

## Drame du Bangladesh - Rana Plaza, le 24 Avril 2013

► Le matin, quelques 3000 ouvriers vont travailler, à reculons. Ils ont observé d'importantes fissures dans les murs de leur atelier. Qu'à cela ne tienne, leur Direction leur impose de poursuivre le travail. Le soir: 1147 morts.

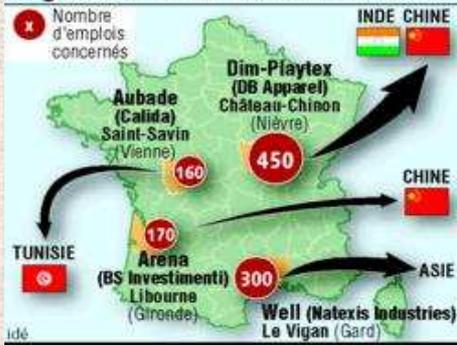
Ont été retrouvées dans les décombres, outre les étiquettes de plusieurs grandes marques occidentales (H&M, Zara, Benetton...), celles de trois marques françaises : Tex (Carrefour), Auchan et Camaïeu. Leur défense a depuis été de dire: « cela ne constitue pas une preuve. » Pourquoi ne rendent-elles pas publique alors la liste de leurs sous-traitants au Bangladesh ? Selon [www.lavie.fr](http://www.lavie.fr), cette attitude de déni est à la source d'une exception française : aucune marque française ne participe au fonds d'indemnisation des victimes de ces incendies, que ce soit au Rana Plaza ou dans les précédents.



**Mourir dans des ateliers du Bangladesh pour des t-shirts vendus 5 euros**

Un t-shirt fabriqué en France et vendu 40€ est payé environ 26€ aux ateliers l'ayant produit. Un teeshirt qui est vendu 15€ chez Zara est payé au Bangladesh 30c. Est-ce là qu'on appelle joliment « maximiser ses profits »? Car c'est bien encore cela qu'on nous enseigne sur les bancs des facultés françaises!

## Les délocalisations dans la filière lingerie-collants-maillots de bain



Depuis 2001, la confection française a été balayée par des délocalisations massives

► En France, le secteur de la fabrication de vêtements a perdu la moitié de ses établissements (-45,6 %) et de ses effectifs salariés (-56 %) depuis 2001. Sur la période 1998-2011, la production a chuté de 93,5 % en volume. La confection française a été balayée par les délocalisations massives en Asie et au Maghreb. L'Asie assure à elle seule près de la moitié des importations en valeur (sources Xerfi 2011)

Illustration – Archives Les Echos, Décembre 2006

## Il faut limiter l'usage du coton !

► A lui seul, il consomme 25% des insecticides et 11% des pesticides utilisés sur la planète et engloutit 2/3 des ressources d'eau potable du monde. Sans parler des traitements toxiques et polluants qu'il subit : nettoyage, encolage, blanchiment, désencolage, teinture... Préférez le coton bio, mais aussi et surtout les matières moins gourmandes en eau et produites en France comme le chanvre, le lin, les fibres de pin. (Biomood, Mai Juin 2013).

Attention toutefois aux viscoses de bambou que certains présentent comme naturels, au même titre que le lin ou le chanvre. C'est faux. Ces matières sont certes issues de matières très naturelles et peu énergivores (le bambou), mais leur transformation en viscose de bambou résulte de traitements chimiques qui les transforment en matière bel et bien synthétiques. Nombreuses sont les marques bio qui, après avoir fait le choix de la viscose de bambou, se sont ravisées.



## Surfaces de sol nécessaires pour la production d'un kilo de :

Boeuf, y compris le fourrage	323 m <sup>2</sup>
Boeuf de pâturage	269 m <sup>2</sup>
Poisson	207 m <sup>2</sup>
Cochon	55 m <sup>2</sup>
Poulet d'engraissement	53 m <sup>2</sup>
Œuf	44 m <sup>2</sup>
Riz / Pâtes	17 m <sup>2</sup>
Pain	16 m <sup>2</sup>
Légumes / Pommes de terre	6 m <sup>2</sup>

Source : WWF Suisse

Visuel www.L214.com

## De la nécessité de revoir le mix entre légumes et viandes dans notre alimentation

Sur un hectare de bonnes terres, un agriculteur peut nourrir toute l'année jusqu'à 30 personnes avec des légumes, des fruits et des céréales. Alors que si ce même hectare est consacré à la production d'œufs, de lait ou de viande, il ne peut plus nourrir que 10 personnes maximum. (Biomood, Mai Juin 2013)

## Professionnel - La Cocarde Verte (site de vente en ligne de produits exclusivement Made in France et éco-conçus)

► Aude Dommange, fondatrice de la Cocarde Verte.

*L'C: Tout d'abord, pourriez-vous nous décrire ce qu'est la Cocarde Verte ?*

AD: La Cocarde Verte est le premier site généraliste de vente en ligne qui référence que des produits à la fois éco-conçus ET fabriqués en France. C'est la concrétisation de l'envie de consommer bio et local, mais plus seulement pour l'alimentaire : vêtements, cosmétiques, puériculture, bagagerie, déco, jeux jouets, bijoux... La Cocarde Verte regroupe et offre une visibilité aux artisans et créateurs ayant tous le même engagement éco-citoyen : produire en France, en limitant l'impact environnemental.

La Cocarde Verte permet à chacun d'améliorer facilement son mode de consommation pour une consommation éco-citoyenne, plus durable et responsable. Les produits sélectionnés sont soit issus du recyclage soit issus de l'agriculture biologique ET fabriqués en France pour limiter les transports, maintenir un artisanat et un emploi local.

*L'C: Comment parvenez-vous à concilier le nécessaire besoin pour votre société d'être rentable et les valeurs éthiques / sociétales / environnementales que vous défendez?*

AD: La Cocarde Verte est une toute jeune société en démarrage, pour laquelle la rentabilité n'est pas encore atteinte. Comme les produits vendus sont tous fabriqués en France, leur coût de revient est forcément supérieur aux produits "made in loin" : un ouvrier chinois gagne 15 fois moins qu'un ouvrier français, un ouvrier bangladais 60 fois moins qu'un ouvrier français ... si l'on ajoute en plus le prix du coton bio, qui est vendu plus cher que le non-bio, nous devrions atteindre des prix astronomiques. Et pourtant ce n'est pas le cas ! Les bodys bébé par exemple (voir <http://www.cocardeverte.fr/24-tops>) ne sont pas vendus 60 fois plus chers que ceux made in Bangladesh. Cela s'explique par un moindre coût de transport, une meilleure qualité de production (moins de pertes), et une plus juste répartition des recettes : celui qui fabrique le produit (la couturière, l'ouvrier etc.) est mieux payé, la marque a une marge moindre, le distributeur (la Cocarde Verte) a une marge faible. C'est une répartition

économique plus juste, mais qui nécessite d'avoir des volumes importants en tant que distributeur pour absorber les charges.

*L'C : Pourriez vous nous décrire votre client type?*

AD: Le client type de la Cocarde Verte est quelqu'un qui mange bio depuis plusieurs années. Ce sont des gens qui préfèrent les circuits courts, qui achètent des fruits et légumes de saison sur le marché plutôt qu'en hypermarché. Leur alimentation est locale dans la mesure du possible. Ils ont généralement une réflexion et une démarche de consommation plus respectueuse. Ils arrivent à un moment de leur vie où ils ont besoin de vivre en adéquation avec leurs valeurs profondes. Pour eux, aller s'habiller dans les grandes enseignes de prêt-à-porter devient de plus en plus difficile, compte tenu des conditions de fabrication. Et le client-type est le plus souvent une cliente !

*La Cocarde Verte permet à chacun d'améliorer facilement son mode de consommation pour une consommation éco-citoyenne, plus durable et responsable.*

Elle a généralement des enfants, et surtout l'envie de préserver leur avenir : leur offrir des vêtements et des jouets sains, exempts de polluants, leur laisser un monde plus propre, où l'agriculture bio sera devenue majoritaire, où les produits en fin de vie auront été valorisés, au lieu d'être incinérés.

Enfin, d'autres clients choisissent la Cocarde Verte pour le made in France, parce qu'ils ont compris qu'en ne recherchant que le prix le plus bas on pousse les entreprises à délocaliser et donc à licencier ici, ils souhaitent agir en consommant ce qui préserve leurs emplois. Et puis quelques uns viennent à la Cocarde Verte sans raison "militante", juste parce que les produits sont jolis et de bonne qualité !

*L'C: La Cocarde Verte a 8 mois d'existence. Où en êtes-vous aujourd'hui et quels sont vos principaux objectifs pour la suite ?*

Aujourd'hui la Cocarde Verte a vérifié et sélectionné une trentaine de marques et plus de 600 produits.

Nos objectifs sont :

- d'élargir le choix des clients en leur proposant plus de produits, tous éco-conçus et made in France bien entendu

- de devenir la grande enseigne des produits éco-citoyens en proposant de tout, pour tous afin que tous ceux qui ont envie de s'engager dans cette démarche de consommation responsable puissent le faire facilement et que ce ne soit plus pour eux un parcours du combattant !

*Ils ont compris qu'en ne recherchant que le prix le plus bas on pousse les entreprises à délocaliser et donc à licencier ici, ils souhaitent agir en consommant ce qui préserve leurs emplois.*

**Cocarde verte**  
100% écolo, made in France et joli

Livraison offerte à partir de **65€**

bébé   enfant   femme   homme   sénior   animaux   maison

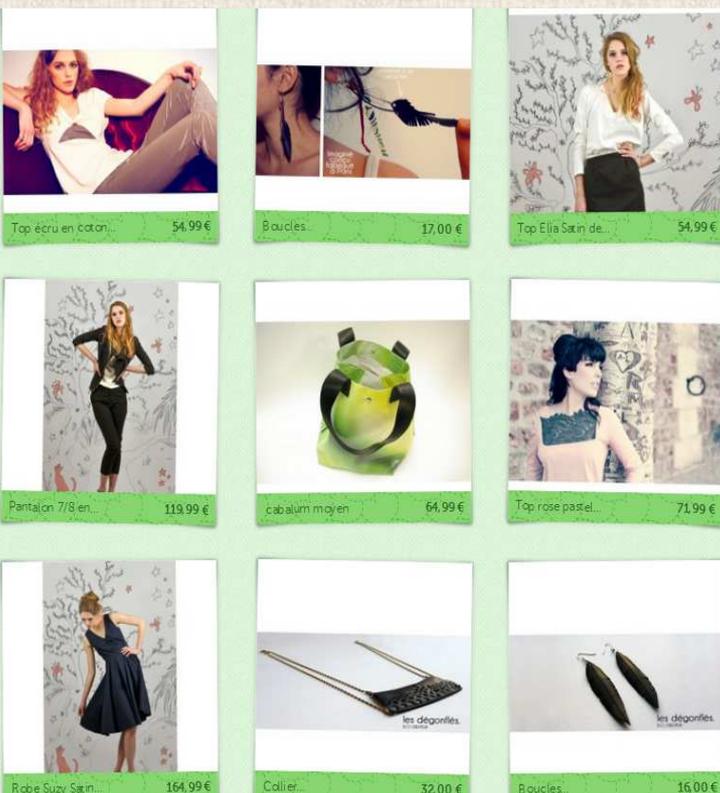
**Bienvenue à cape & crochet**  
Vêtements pour enfants en pure laine, tricotés main.

*L'C: Que diriez-vous à ceux qui hésiteraient encore à s'engager dans le Made in France et le développement durable ?*

AD: Il y a 20 ans, les CCI (Chambres de Commerce et d'industrie) avaient lancé le slogan "Nos emplettes sont nos emplois", le spot était un peu ringard, mais pertinent. On peut même dire "Nos emplettes sont notre avenir". En tant que consommateurs, nous avons largement autant, voire plus, de pouvoir qu'en tant qu'électeurs. Si nous "votons" massivement, par nos achats, pour des produits éco-conçus et fabriqués localement, les entreprises suivront la demande et cela deviendra la norme. Ces produits étant logiquement un peu plus chers que ceux faits au détriment de l'environnement dans les pays à bas coûts, nous reviendrons à une consommation plus raisonnée et moins massive.

*Si nous "votons" massivement, par nos achats, pour des produits éco-conçus et fabriqués localement, les entreprises suivront la demande et cela deviendra la norme.*

En achetant mieux et moins, nous privilégierons la qualité, les produits durables, que nous entretiendrons, réparerons, transmettrons. Quel plaisir d'offrir à son enfant un beau jouet en bois, doux et rond, dont on sait qu'il a été fabriqué par un vrai artisan, animé par l'envie de faire les choses bien. Le bois se patine, vieillit joliment, le jeu devient objet de déco que l'on a envie de garder. Ca nous change du plastique, qui dégage tant de COV (composé organique volatil), qui casse, qui finit à la poubelle... Chacun d'entre nous peut être acteur de cette révolution éco-citoyenne, il suffit de faire attention à ce que l'on achète et de le faire savoir. La Cocarde Verte est là pour faciliter cette démarche et la rendre accessible à tous. D'ailleurs le symbole de la Cocarde Verte est une référence historique riche de sens : c'est l'emblème que les précurseurs de la Révolution ont choisi le 12 juillet 1789.



**Particulier - Julie, 23 ans, Gard**

*L'C: Tout d'abord, pourriez-vous nous expliquer comment est né et à quand remonte votre engagement pour le « Made in France » et le « Vivre Autrement » ?*

JU: Mon engagement pour le Made in France s'est précisé en Avril et en Mai de cette année, avec *deux évènements distincts*:

- Fin Avril, j'ai visionné le reportage de Cash Investigation « Tissus toxiques » d'Elise Lucet. Il porte sur la fabrication des vêtements au Bangladesh et en Inde pour des grandes marques de la distribution. De jeunes adolescentes montrent aux reporters ce qu'elles ont cousu sur un short Monoprix. Ce reportage m'a vraiment ébranlée, parce qu'on a beau lire sur les étiquettes « Made in Bangladesh », on comprend intellectuellement ce que cela signifie mais cela s'arrête là. En revanche, quand vous pouvez mettre un visage sur cette étiquette, vous ne pouvez plus vous empêcher de penser à cette jeune fille quand vous en voyez.

-En Mai, le tragique accident au Bangladesh a donné libre cours, en France, à un discours néo-colonialiste dont personne (à ma connaissance) ne s'est offusqué. « On ne peut pas boycotter le Made in Bangladesh si nous ne voulons pas les réduire au chômage et les faire mourir de faim. On va juste dire sur les murs Facebook de ces marques que ce n'est pas bien ». Ce à quoi je réponds : vous avez bien raison, nous allons les sauver en les exploitant jusqu'à leur mort, comme cela ils pourront nous remercier de leur offrir ainsi de quoi se nourrir. J'y vois deux hypocrisies : celle d'en arriver à justifier son confort personnel par de tels propos. Si nous voulions aider ces populations, il faudrait leur donner les moyens de cultiver leurs terres vivrières, de les aider à avoir accès à l'éducation, à la santé etc. Mais cela nécessiterait une réelle volonté de notre part et signifierait donc qu'il n'y ait plus personne pour fabriquer, pour nous, des vêtements à bas prix.

*De jeunes adolescentes montrent aux reporters ce qu'elles ont cousu sur un short Monoprix. Ce reportage m'a vraiment ébranlée, parce qu'on a beau lire sur les étiquettes « Made in Bangladesh », on comprend intellectuellement ce que cela signifie mais cela s'arrête là.*

On veut le bonheur pour tous mais dans la limite de ce qu'on est prêt à concéder, c'est-à-dire pas grand chose. La seconde hypocrisie est de vouloir « aider » ces populations et n'avoir cure de ses compatriotes, qui se retrouvent eux aussi au chômage. Notre « aide » aux pays tels que le Bangladesh n'en est pas une, alors redéployons la en France. Ces pays s'en sortiront sûrement bien mieux sur le plan économique (et environnemental !) sans notre intervention néo-colonialiste.

*L'C: Que faites-vous concrètement dans votre vie de tous les jours pour cela ?*

JU: Je pense qu'il faut tout d'abord repenser notre pouvoir de consommateur.

Il ne s'agit pas de juste acheter quelques produits bio par mois pour agir en consomm'acteur. C'est en remettant entièrement en cause notre paradigme d'achat que l'on pourra faire avancer les choses. Consommer moins et mieux, au niveau local voire national. *Il nous faut sortir de notre zone de confort et de nos habitudes. Cela nous donne l'occasion de redécouvrir notre patrimoine et notre savoir-faire français et cela redonne du sens* (signification et direction) au pouvoir d'achat.

En termes de « Vivre autrement », j'évite tout ce qui est en plastique et en aluminium (pollution, danger direct pour la santé). Je m'informe sur les produits de substitution comme l'inox et je me rends compte qu'il y a beaucoup de produits dont nous n'avons pas besoin (pourquoi avoir une bouilloire quand on a une casserole ?).

Finalement il s'agit de prendre conscience de la sobriété heureuse dont parle Pierre Rabhi.

*L'C: Comment concilier-vous convictions et ressources financières?*

JU: Etant jeune diplômée en recherche d'emploi et n'ayant pas le pouvoir d'achat pour acheter Made in France, mes convictions se résument pour le moment à ne rien acheter ! Donc je fais des économies ! Je reprends plaisir à mettre de l'argent de côté, à prendre mon temps, comme par exemple pour acheter un jour cette jolie cape rouge, pure laine, produite et fabriquée en France.

Quand j'offre un cadeau à mon compagnon, je privilégie une offre de service, comme le restaurant, une nuit dans un hôtel atypique, un spectacle. On collectionne les souvenirs à défauts des objets. Et on aime se les remémorer avec un grand sourire sur les lèvres !

*L'C: Quels conseils donneriez-vous à quelqu'un qui voudrait s'engager dans cette voie mais ne saurait pas par quel bout commencer ?*

JU: Je conseillerai à la personne de bien réfléchir à ces questions de consommation et voir ce qu'elle pense de tout cela. Il ne s'agit pas d'appliquer une morale (imposée de

l'extérieur) mais de se forger sa propre éthique (venant de soit). Se poser des questions telles que : qu'est-ce qui me met mal à l'aise dans le discours établi ou dans mes actes quotidiens d'achats? Qu'est-ce que j'ai envie de faire?

Pour ceux qui n'ont pas les ressources financières pour acheter selon leur éthique, vous pouvez tout simplement NE PAS ACHETER ! Je n'achète plus mes vêtements dans les boutiques de grande distribution comme H&M ou Mango. Je regarde sur Internet les boutiques Made in France, je regarde leurs produits. Ainsi je saurai où acheter de manière éthique et responsable quand mes finances se porteront mieux.

Le plus important est donc de réfléchir afin de sortir de nos actes moutonniers et inconscients. Et une bonne réflexion s'enrichit par l'information donc soyons curieux !

*L'C : Sur quel(s) élément(s) souhaiteriez-vous encore vous voir évoluer ?*

JU: Cette année je me suis décidée à ne pas faire les soldes. Mais jeudi dernier, alors que nous devions aller voir une exposition, ma mère a voulu s'arrêter dans une boutique de chaussures. Et j'ai craqué. J'ai acheté une paire de chaussures qui n'est pas du tout Made in France ! Je m'en sens honteuse. Je pourrai me trouver des excuses en me disant que j'ai permis à une personne en Chine ou ailleurs de travailler. Mais je ne peux pas tricher avec mon éthique, que j'ai établie en mon âme et conscience. C'est pourquoi il est important de s'en donner une, pour se donner une ligne de conduite. 

*Je ne peux pas tricher avec mon éthique, que j'ai établie en mon âme et conscience. C'est pourquoi il est important de s'en donner une, pour se donner une ligne de conduite.*

## Retours sur nos sondages Facebook

► Chaque mois environ, nous vous proposerons sur notre page Facebook un sondage.

Pourquoi cela ? Parce que d'une part c'est une nouvelle occasion pour chacun d'exprimer son point de vue, et cela de manière plutôt facile et amusante. Mais aussi et surtout parce que cela pourra permettre aux jeunes entrepreneurs qui se lancent dans l'aventure de l'écoconception et/ou du Made in France de mieux nous connaître ; nous leurs sympathisants, leurs clients, leurs porte-drapeaux...

A travers nos réponses, nous donnerons un petit coup de pouce de plus aux marques que nous aimons, *parce qu'elles le méritent et que nous les remercierons jamais assez d'être là et de se battre tous les jours pour nous et nos convictions.*

Merci à tous ceux qui ont participé! 

### Sondage du 12 Juin

*Question: « Made in France. Que signifient pour vous ces trois petits mots ? »*

69 votes exprimés.

### Sondage du 17 Juin

L'écrasante majorité des marques doit se limiter à de la vente en ligne, pour des raisons de coûts évidentes. Seulement, pour des vêtements, cela constitue un frein à l'achat pour nombre d'entre nous.

*Question: « Que feriez-vous pour lever ces freins ? »*

54 votes exprimés

### Sondage du 3 Juillet

Les petites marques de textile Made in France consultent souvent leurs clients pour leur demander quel serait le vêtement qu'ils aimeraient voir produit.

*Question: « Que leur répondriez-vous ? »*

32 votes exprimés



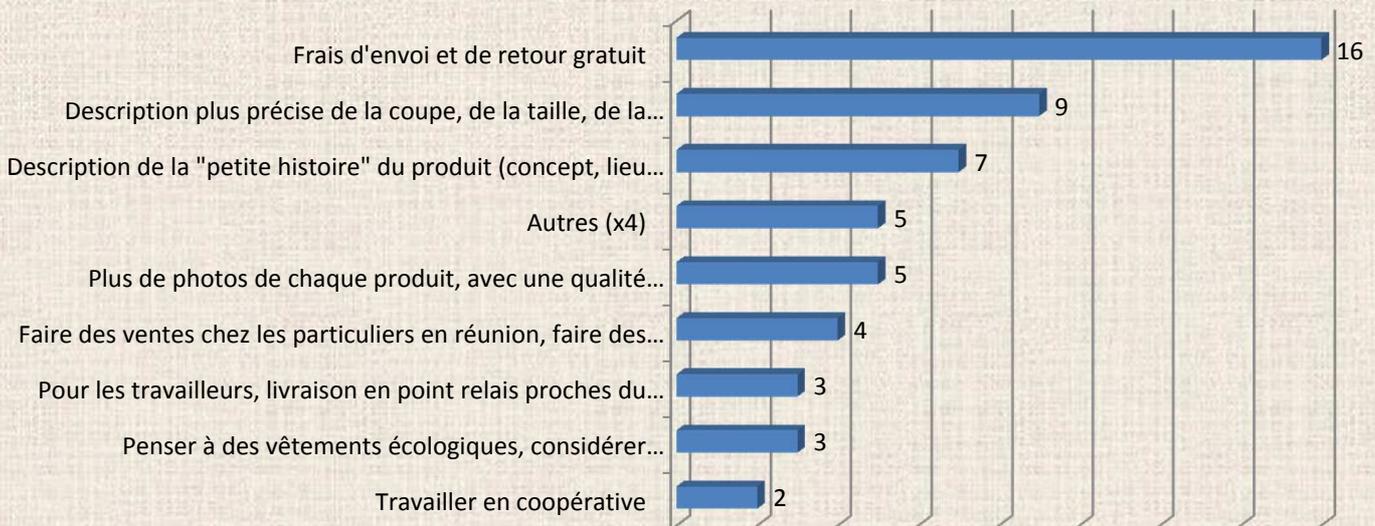
► Résultats en p15

## Retours sur nos sondages Facebook

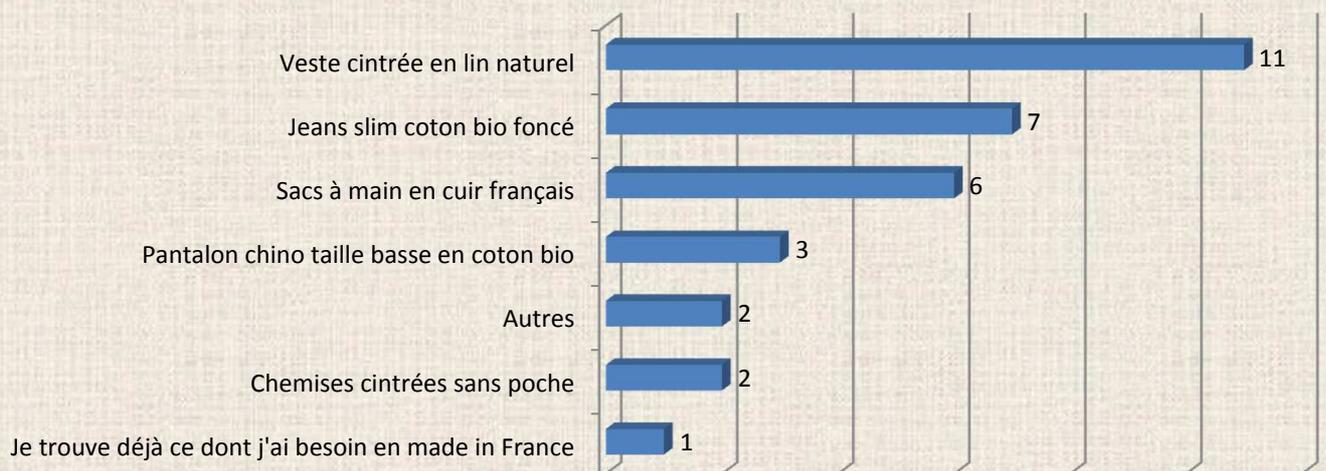
Sondage du 12 Juin Made in France. Que signifient pour vous ces trois petits mots ?



Sondage du 17 Juin L'écrasante majorité des marques doit se limiter à de la vente en ligne, pour des raisons de coûts évidentes. Seulement, pour des vêtements, cela constitue un frein à l'achat pour nombre d'entre nous. Que feriez-vous pour lever ces freins?



Sondage du 3 Juillet Les petites marques de textile Made in France consultent souvent leurs clients pour leur demander quel serait le vêtement qu'ils aimeraient voir produit. Que leur répondriez-vous?



## Rétrospective des articles qui vous avez plébiscités

► Facebook c'est bien, pratique... pour les nouvelles du jour et les discussions. Pour garder trace ce qu'il s'y est dit d'intéressant... c'est plus compliqué. Aussi, afin de ne pas reléguer trop vite aux oubliettes les articles qui vous avez plébiscités, nous vous proposerons dans chaque édition de Loco'Cit une petite rétrospective du trimestre écoulé.

### 📄 Notre charte citoyenne et responsable 📄

Pour nos actes de consommation au sens large, nous avons toujours en tête une sorte de classement de ce que nous privilégierons. Le principe est que nous acceptons de passer au niveau inférieur dès lors que, pour un niveau donné, le produit n'est soit pas disponible à la vente et non substituable, soit inadéquat par rapport au besoin que nous en avons. Si aucun produit n'entre dans une des cinq catégories, on fait une croix sur notre besoin !

1. L'occasion, le DIY, le partage, le recyclage perso
2. Le Made in France dont les matières premières sont recyclées / issues de production biologique / respectueuse de l'environnement (TFT, FSC...)
3. Le Made in France non biologique mais dont les matières premières sont naturelles et peu énergivore (lin, chanvre, bambou...)
4. Les produits importés dont les matières premières sont recyclées / issues de production biologique / respectueuse de l'environnement (TFT, FSC...) et dont le commerce qui en est fait est équitable.
5. Le Made in France sans label particulier mais dont la société partage un certain nombre de nos valeurs.

Ces critères impliquent de bien connaître les marchés et les marques. Consommer devient un acte qui se prépare à l'avance. Nous sommes aux antipodes de l'achat impulsif.



Made in France: être citoyen et responsable

18 juin

Quel meilleur moment pour lancer un appel à la mobilisation qu'un 18 Juin!

Comment progresser si ce n'est en imaginant le monde tel que nous aimerions le voir!

Oui c'est vrai, c'est avec un brin d'utopie, un brin de folie, mais aussi avec beaucoup de motivation, d'envie et réalisme que nous voulons avancer.

A vous d'en juger!

18 Juin de l'an MLF, www.citoyen-et-responsable.fr parle a ses amis



## A TOUS LES FRANÇAIS

*Sur les fronts de l'emploi, de la nature, du civisme et de la juste mesure... Notre économie sociale et solidaire a perdu une bataille! Mais elle n'a pas perdu la guerre!*

Des gouvernants nombrilistes et des sociétés peu scrupuleuses ont pu céder face aux sirènes des marchés et de l'argent facile, oubliant honneur et responsabilités, livrant les peuples et la planète à la servitude. Cependant, rien n'est perdu!

Rien n'est perdu parce que c'est à nous et nous seuls que revient le pouvoir de décider, le pouvoir de faire bouger les lignes, de dire assez! Et ce pouvoir, croyez-le, est immense! Rien ne pourra survivre à la force de l'action commune portée par toutes nos volontés individuelles!

Nous subissons tous aujourd'hui le diktat des lobbies politiques, industriels et financiers, le matraquage publicitaire, le déferlement de produits pourris dans nos vies, l'obsolescence programmée, le saccage de notre environnement... En résumé: la « loi du marché » dérégulée à outrance.

Cette force que nous représentons tous, ici et là, commence à s'affirmer et finira bientôt par être entendue. Car que feront tous lesdits lobbies lorsque les consommateurs qu'ils gouvernent aujourd'hui ne se laisseront plus gouverner? Il n'y a point ici de suspens à entretenir: ils plieront, ils changeront, ou ils disparaîtront.

Chaque pierre compte! Il ne tient qu'à nous, à notre courage et à notre persévérance, dans la mesure de nos moyens respectifs, de créer le monde de demain. Il aura alors tôt fait de ne plus se soucier de celui d'hier qui pourra alors disparaître dans les oubliettes des manuels d'histoire.

**VIVE NOS PME, VIVE NOS ENTREPRENEURS, VIVE NOS VOISINS, VIVE LA NATURE, et VIVE LA VIE!**

J'aime · Commenter · Partager

30



Laurent Resende, Jean-marie Caurel, Martine Vallet et 34 autres personnes aiment ça.

Made in France: être citoyen et responsable

6 juin

"Le luxe sera celui de la lenteur, du travail à la main, du sur-mesure. Car dans un monde qui ira encore plus vite, l'exceptionnel sera le temps. Les jolies choses prennent du temps et elles conservent ainsi toujours une part de mystère (...). L'avenir appartient selon moi à ceux qui apporteront de l'humanité dans ce qu'ils font"

Christian Blanckaert dans Luxe Trotter, Editions Le Cherche Midi, Paris, 2012

19

Je n'aime plus · Commenter · Partager

Made in France: être citoyen et responsable, La Chemise Française, Mon Petit Polo Français, Tidoobio et 35 autres personnes aiment ça.

Rétrospective de vos articles préférés

Made in France: être citoyen et responsable 1 juillet

Le véritable acte politique reposerait dans nos choix quotidiens. Vous trouverez ici tous nos conseils, poste par poste, pour agir au quotidien selon vos convictions et vos moyens financiers: http://ddata.over-blog.com/xxxxx/4/39/44/23... /... Afficher la suite

Votre Autrement pour concilier convictions et moyens financiers.

Table with 4 columns: Alimentation, Énergie, Au travail, Transport. Each row contains icons and text related to sustainable living practices.

Je n'aime plus · Commenter · Partager 4

Made in France: être citoyen et responsable, John Tartempion, O'Creations, TAJ Paris et 11 autres personnes aiment ça.

Made in France: être citoyen et responsable 28 mai

AtelierPM lance ses chaussures en cuir, éco-conçues et fabriquées en France, à base de cuir français évidemment!

RDV sur Ulule pour participer au lancement de leur marque en précommandant vous aussi votre paire ou en partageant ce lien!

http://www.citoyen-et-responsable.fr/article-atelierpm-sneakers-en-cuir-fabriques-en-france-a-base-de-cuir-fran-ais-et-matieres-recyclees-lace-118113817.html



Je n'aime plus · Commenter · Partager 34

Made in France: être citoyen et responsable 14 juin

Nous sommes tombés amoureux de ces chemises... Le tissu, la coupe, les finitions, les couleurs, tout est bien fait et digne des plus grands noms. Et pourtant... nous parlons ici d'une "histoire de famille" qui fabrique ses chemises en France! Bravo!

http://www.citoyen-et-responsable.fr/article-la-chemise-fran-aise-quand-une-entreprise-familiale-rivalise-avec-les-plus-grands-noms-118481731.html

Grande Plage

Ceil & poignets & gots

Disponible en 4 coloris



Dazzling blue

Atoll

Viridian green

J'aime · Commenter · Partager 6

Sebastien Duval, La Chemise Française, Pascal LeDain et 15 autres personnes aiment ça.

Made in France: être citoyen et responsable 30 juin

Connaissez-vous ce shampoing?

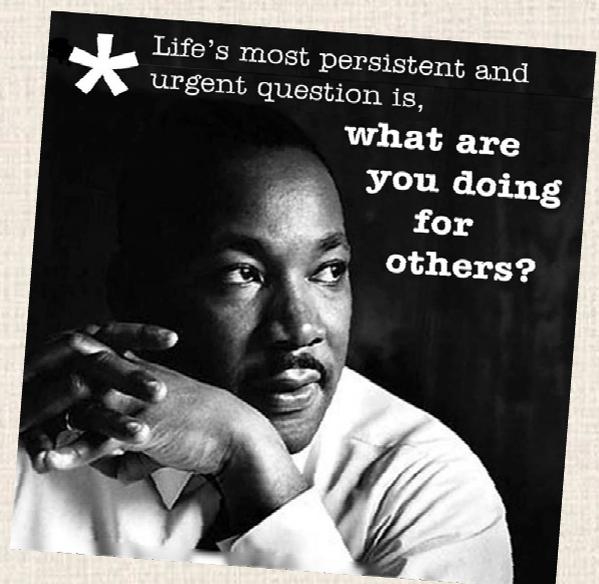
Nous l'utilisons depuis plusieurs mois et en sommes tous les deux ravis! Il s'agit d'un shampoing solide, naturel, bio et fabriqué en France par la marque Douce Nature. Il possède le label Demeter (sa fabri... Afficher la suite



Je n'aime plus · Commenter · Partager 16

Made in France: être citoyen et responsable, Guillaume Gibaux, Céline Compejeu, Helena Leitao et 25 autres personnes aiment ça.

Afficher 3 autres commentaires



## Presse, Livres, Evènements

### ► Loco' Presse

- ☀ En Kiosque: N°2 du magazine Made in France
- ☀ Prévu Septembre: une édition spéciale Made in France de 60 Millions de Consommateurs
- ☀ Prévu pour l'Automne: dossier spécial textile dans l'Age de Faire

### ► Loco' Livres

- ☀ L'Age des Limites (S. Latouche, 2012, Mille et une Nuits).  
*Quand la raison ne peut fonder la norme, accepter celle que les coutumes ont établie et qu'une longue expérience a testée n'est pas déraisonnable.*
- ☀ La Part du Colibri (P. Rabhi, 2011, L'aube)
- ☀ Le Guide des Produits Made in Emploi (C. Huet, 2013, Du Puits Fleuri)
- ☀ Vivre simplement pour vivre mieux (P. Lahille, 2012, Dangles)
- ☀ Retrouvez aussi nos tous premiers guides du « vivre autrement » sur notre blog, rubrique *Etre Citoyen et Responsable*.
  - ✓ Vivre Autrement: tour d'horizon d'un engagement actif
  - ✓ Comment concilier finances et convictions?
- ☀ Librairie Parallèles: Editions et Presses alternatives

### ► Loco'évènements

- Quatre salons majeurs sont prévus pour Octobre et Novembre en Ile de France. Pensez à réserver d'ores et déjà vos week-end !
- Retrouvez aussi notre agenda 2013 sur notre blog (voir <http://0z.fr/C8acl>)
- ☀ Vivez Nature (gratuit) du 18 au 21 Octobre 2013, la Villette
  - ☀ Green Expo (gratuit) du 26 au 28 Octobre 2013, Parc Floral de Vincennes
  - ☀ **MIF Expo** (gratuit) du 9 au 11 Novembre 2013, Porte de Versailles
  - ☀ **Bio Marjolaine** (6€) du 9 au 17 Novembre 2013, Parc Floral de Vincennes



Librairie Parallèle  
47 Rue Saint-Honoré 75001 Paris

salon  
**Marjolaine**  
bio & développement durable



## Merci à tous!

Pour terminer cette 1<sup>ère</sup> édition, nous tenions à remercier tous ceux qui nous ont encouragés depuis notre grand plongeon dans l'aventure du Made in France et du Vivre Autrement.

Au-delà de notre propre changement, tenter de le porter auprès d'un public qui nous est inconnu n'est pas chose facile.

Certaines personnes sont parfois choquées de nos positions, ne les comprennent pas ou ne les apprécient pas. Nous pouvons le comprendre, même si nous tentons de toujours rester modérés, ouverts et factuels dans nos propos.

Quoiqu'il en soit, lorsque nous recevons - souvent - des messages comme celui de Cécile (voir photo, 15/07/2013, avec l'accord de Cécile), cela nous encourage énormément dans nos actions, cela nous donne du cœur à l'ouvrage. On se dit que notre travail n'est pas vain et qu'il est vraiment utile à certains.

*En fin de compte, s'il n'avait dû être utile qu'à une ou deux personnes seulement, cela aurait déjà justifié tout le temps que nous y avons passé.*

*Faire sa part, la « part du colibri », vous vous souvenez? ...*

**Cécile Magnanelli** 10:20  
Bonjour,  
Grâce à vos blog et à votre page Facebook, nous avons revu notre mode de consommation avec mon mari.  
Il a acheté des caleçons "Garçon Français", des chaussettes "Archiduchesse", nous attendons notre jean "1083" et ses polos (mais je ne sais plus laquelle des deux marques que vous aviez présenté)... Cependant, je me demandais si vous aviez un adresse de lingerie féminine de fabrication française. Si oui laquelle ? J'ai également trouvé cette marque "B DOLL PARIS" peut-être mérite-t-elle d'être étudié pour être ajouté à vos adresses.

**Made in France: être citoyen et responsable** 09:56  
Bonjour Cécile,  
Merci beaucoup pour votre message qui nous a fait très plaisir. C'est encourageant de voir que notre travail est utile à d'autres! Et félicitations pour vos engagements!  
Concernant les marques de lingerie, je reviendrai vers vous d'ici la fin de semaine, ce n'est pas un domaine que nous avons eu le temps de beaucoup creuser à ce stade.

**Cécile Magnanelli** 15:30  
Bonjour Mathieu,  
J'attends donc de vos nouvelles concernant la lingerie féminine et si l'envie vous prenait de creuser plus également dans celle des enfants...  
Pour le journal l'Age de Faire, ma petite soeur, très engagée, nous avait abonné mes parents pour en recevoir 5 par mois et les distribuer. Je les lisais donc chez eux. Je serais heureuse de relire ce journal. Mon adresse postale est 28 Grande Rue, 55300 MECRIN.  
Au plaisir de vous lire sur votre blog et de découvrir de nouvelles marques (comme le magazine Biomood, acheté hier et en cours de lecture!)