



## **LES JOURS TRICOLORES 2025 : L'UNION CONTRE LA SURCONSOMMATION IMPORTÉE**

**Plus de 200 marques impliquées dans la fabrication française se mobilisent pour une fin d'année responsable et solidaire.**

**[Lyon, France] — [7 novembre 2025]**

**Du 20 novembre au 7 décembre 2025**, les consommateurs sont invités à choisir la fabrication française pour leurs achats de Noël.

[Les Jours Tricolores](#) sont l'alternative française au Black Friday, un événement pour lutter contre la mode jetable, les produits importés à fort impact carbone et pour faire un acte citoyen afin de soutenir notre modèle social.

[Plus de 200 marques](#) attendues, se sont engagées à rendre les produits fabriqués en France plus accessibles pendant cette période cruciale des achats de Noël. Ces marques qui défendent un prix juste toute l'année font un effort exceptionnel de remise et/ou s'impliquent dans la diffusion de cet événement.

Un mois avant le réveillon, cet élan collectif national réaffirme une vérité simple et puissante: **il est possible de se faire plaisir tout en soutenant l'économie, nos emplois et nos savoir-faire.**

# 1. Un contre-mouvement nécessaire : le mythe du Black Friday

Le Black Friday, tradition importée, est devenu un symbole de la surconsommation irraisonnée. Si l'attrait des rabais est indéniable, le coût réel pour notre société, notre environnement et notre économie est de plus en plus difficile à ignorer.

## Impact économique et social : la fuite des capitaux

Chaque euro dépensé pour un produit importé pendant le Black Friday est un euro qui ne finance pas une usine, un atelier ou un artisanat en France. Cette période de frénésie commerciale favorise massivement des plateformes étrangères et des produits à bas coût, souvent acheminés depuis l'autre bout du monde. Cette tendance accélère la désindustrialisation et met sous pression des milliers de PME et d'ETI françaises qui peinent à rivaliser avec des prix tirés vers le bas par des normes sociales et environnementales minimales.



## Impact Environnemental : le coût carbone du transport l'Avion

Le Black Friday génère un pic logistique colossal du transport international. L'empreinte carbone liée à l'acheminement de millions de colis importés est massive. Opter pour le Made in France, c'est privilégier des circuits courts ou, tout au moins, une production dont l'impact carbone est mieux régulé par la législation européenne et nationale. Les Jours Tricolores se positionnent ainsi non seulement comme un choix économique, mais aussi comme un **geste écologique concret**.



## 2. L'offre Les Jours Tricolores : accessibilité et qualité garanties

Pour simplifier l'expérience d'achat et garantir l'accessibilité des offres, l'opération collective s'articule autour d'un **code promotionnel unique** : **LESJOURSTRICOLORES**.

Ce code, valable chez l'ensemble [des marques participantes du 20 novembre au 7 décembre 2025](#), permettra aux consommateurs de bénéficier de réductions significatives, d'avantages exclusifs ou de services offerts (livraison, cadeaux). L'objectif est clair : **prouver qu'acheter français peut être synonyme de bonnes affaires**, surtout en période d'inflation.

L'opération permet aux marques de déstocker certaines collections ou de mettre en avant des offres spécifiques, facilitant ainsi l'accès à des produits de qualité supérieure et à une durée de vie plus longue que la moyenne des produits importés à bas coût.

*"Dans une période où chaque euro compte, Les Jours Tricolores ne sont pas une simple vitrine, c'est une opération commerciale concrète qui démocratise le Made in France" explique Emmanuel, co-fondateur de Marques de France*

## 3. Informations pratiques

**Quoi** : [Les Jours Tricolores](#), l'alternative française au Black Friday.

**Quand** : Du 20 novembre au 7 décembre 2025,

## Invitations des journalistes aux 2 événements de lancement :

- À Paris :
  - soirée de lancement et inauguration du pop-up store made in France,
  - jeudi 20 novembre de 10h à 18h (sur invitation, cf. contacts presse)
  - 42 rue de la Verrerie, 75004 Paris.
- À Lyon :
  - journée de lancement et inauguration de la boutique Le Comptoir des Industries Françaises,
  - samedi 22 novembre de 11h à 18h (sur invitation, cf. contacts presse)
  - 5 rue de la Liberté, 69160 Tassin-la-Demi-Lune.

**Pour qui :** les consommateurs sont invités à découvrir et acheter auprès des marques fabriquant en France.

**Comment :** Code promo unique **LESJOURSTRICOLORES** chez [les marques participantes](#).

**Site officiel :** [lesjourstricolores.fr](http://lesjourstricolores.fr)

## Contacts presse :

- Pierre Joubert, Le Comptoir des Industries,
  - [pierre@coin-fr.com](mailto:pierre@coin-fr.com),
  - 06 25 48 48 95
- Élodie Lapierre, Marques de France,
  - [elodie@marques-de-france.fr](mailto:elodie@marques-de-france.fr),
  - 06 80 84 14 63

## 4. Présentation des 6 Membres Fédérateurs Unis : la force du collectif

L'ampleur et la crédibilité des Jours Tricolores reposent sur l'union de six organisations qui fédèrent, accompagnent et promeuvent quotidiennement la fabrication française. C'est l'addition de ces forces et de leurs communautés respectives qui crée un véritable impact national :

1. **Comptoir des Industries Françaises (CIF) - Propriétaire de la marque :**
  - Premier site marchand, né dès 2012, exclusivement dédié au fabriqué en France, est le moteur de cette initiative. Il fournit la plateforme logistique et la visibilité numérique essentielle pour que les petites et grandes marques puissent participer avec efficacité. Leur expertise du e-commerce français garantit le succès opérationnel de l'événement.
2. **Marques de France - Le 1er guide d'achat Made in France :**
  - Avec **2 millions de visiteurs annuels**, Marques de France est le partenaire stratégique clé pour l'audience et l'orientation des consommateurs. Leur rôle est d'informer, de guider et de présenter la diversité des marques

participantes à un public déjà acquis à la cause du "acheter français", maximisant ainsi le trafic et les ventes pour les marques.

**3. Fédération Indépendante du Made in France (FIMIF) :**

- La FIMIF apporte la caution de l'engagement. Elle est la voix des entrepreneurs et des consommateurs défendant la fabrication locale. Elle joue un rôle de garant de l'authenticité des marques participantes et de leur respect des critères du Made in France.

**4. La Source et La Racine :**

- Ces acteurs se concentrent sur la relocalisation et la valorisation des filières industrielles oubliées ou en devenir. Ils rappellent que le Made in France est un investissement dans le futur, dans l'innovation et dans la transmission des savoir-faire traditionnels. Leur présence souligne l'aspect *durable* et *structurant* de l'initiative.

**5. Le Collectif des Boutiques du Made in France :**

- Ce collectif représente le commerce physique de proximité et les revendeurs multimarques. Il assure que l'opération ne se limite pas à l'achat en ligne, mais soutient également le tissu économique local, les centres-villes et les artisans qui distribuent le Made in France dans les régions.

*Le message est clair : Ensemble, faisons du choix du made in France le cadeau le plus précieux de cette fin d'année.*