

Le guide pour lire une étiquette

Marque française ou fabriquée en France ? Ce que dit la loi, les labels qui engagent vraiment et les 5 pièges du faux made in France.

5

pièges décryptés



Au programme

Marque française ou fabriquée en France ? Ce que dit la loi, les labels qui engagent vraiment et les 5 pièges du faux made in France.

01

Qu'est-ce qu'une marque française ?

La distinction qui change tout.

02

Ce que dit le droit

L'origine douanière et ce qu'elle garantit.

03

Les labels qui vont plus loin que la loi

OFG, EPV, France Terre Textile et les autres.

04

Lire une étiquette et éviter les pièges

La méthode en rayon, les 5 pièges.

Qu'est-ce qu'une marque française ?

Dans la tendance actuelle du Made in France, on assimile souvent une **marque française** à une **marque qui fabrique en France**. Mais une marque française peut très bien **fabriquer ses produits à l'étranger**. Alors comment s'y retrouver ? Pour trancher entre les deux, la **certification Origine France Garantie** distingue les produits vraiment fabriqués en France. Pour comparer les enseignes segment par segment, voici notre guide des **meilleures marques de vêtement françaises**. Le secteur des **sextoys made in France** illustre bien l'écart entre les deux notions.

Rappelons tout d'abord ce qu'est une marque

Selon l'**article L.711-1** du Code de la Propriété intellectuelle. Une marque est "Un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale"

Une **marque française** est une marque imaginée en France, dont **le siège social est implanté en France** qui paie ses charges et ses impôts en France. Mais cela ne veut pas dire qu'elle fabrique sur le sol français. C'est donc là que se joue toute la nuance entre une marque française qui fabrique en France et celle qui fabrique ses produits en Europe ou dans des pays plus lointains. Ainsi, seules celles qui fabriquent en France peuvent communiquer sur le « Made in France ».

Une action positive sur l'économie française

Les marques françaises sont des entreprises qui même si elles ne fabriquent pas toujours sur le sol français, contribuent quand même à développer l'économie française, par exemple, via l'emploi et les charges sociales.

Elles créent de nombreux emplois dans les secteurs de la mode et des services : créatrices, créateurs, bureaux d'étude et ingénieurs. Les marques françaises recrutent également des stylistes, des designers, ou encore des graphistes. Les métiers de la vente, du marketing, de la communication et de la logistique sont fortement sollicités par ces marques.

Les marques françaises fabriquant en France contribuent doublement au développement de l'économie Française, en créant, en plus, des emplois dans le secteur de la production.

Être une marque française : un atout pour communiquer et séduire le public

Une marque française peut soit communiquer sur le «Made in France» ou soit sur le «Designé en France».

On ne peut que constater que les marques françaises possèdent une véritable valeur ajoutée leur permettant de se différencier de certaines entreprises étrangères, qui entre autres, fabriquent dans des pays lointains. En effet, certaines se soucient peu de l'empreinte carbone et des mauvaises conditions de

travail qui règnent dans ces usines. Cependant, la tendance va vers la transparence de la production avec le consommateur, ce qu'ont bien compris les **Nouvelles Marques**.

Certaines grandes marques françaises possèdent plusieurs sites de production en France, pour revendiquer une production 100% française. Certaines possèdent plusieurs sites de production également à l'étranger. C'est très visible dans la literie, où **les marques de matelas français** fabriquent parfois en France et parfois en Belgique ou en Italie selon la gamme.

À noter que les petites et moyennes marques françaises ne possèdent pas de sites de production. Par exemple, certaines marques produisent eux-mêmes dans leurs propres petits ateliers ou studios. Pour la plupart, elles font alors appel à divers ateliers pour sous-traiter leur production en France ou à l'étranger.

| Un choix de proximité

Les marques françaises qui ont choisi de fabriquer dans l'hexagone, ont fait ce choix dans une démarche de savoir-faire et de proximité géographique. Elles sont également sensibles aux conditions de travail des salariés, notamment dans l'industrie de la mode.

Les marques de France sont ainsi nombreuses à opter pour une fabrication européenne où les normes sanitaires et environnementales sont quasi identiques aux normes françaises.

Par ailleurs, une production européenne permet de réduire l'impact environnemental du transport et de limiter l'empreinte carbone. Les pays du Sud et de l'Est de l'Europe sont aussi reconnus pour leur savoir-faire. Ils sont essentiellement spécialisés dans le domaine de la production textile et de la fabrication de chaussures.

| Des produits à prix abordables avec une marque française

Si le Made in France attire de plus en plus, il reste malheureusement réservé à une minorité de consommateurs français. La raison ? Son coût élevé sur la plupart des produits, qui est, pour certains, un véritable frein à l'achat. On constate également un manque de choix dû à un volume de production restreint.

N'oublions pas les marques Made In France, mais gardons en tête que les marques françaises Made In Europe et les marques françaises Éco-responsables sont donc une alternative. Elles offrent ainsi un choix plus vaste en gardant une qualité de production. Ces marques offrent aussi un excellent rapport qualité/prix et contribuent au développement de l'économie française.

 **MADE IN FRANCE : VOIR LES MARQUES**

 **MADE IN EUROPE : VOIR LES MARQUES**

 **ÉCO-RESPONSABLE : VOIR LES MARQUES**

 **LES 20 MARQUES FRANÇAISES DE SNEAKERS**

> LES MARQUES FRANÇAISES.FR, LE NOUVEAU GRAND RÉPERTOIRE

Ce que dit le droit

Ce que dit le droit : l'origine non préférentielle

La Direction générale des douanes et droits indirects définit l'origine non préférentielle comme « la nationalité économique d'une marchandise ». C'est l'origine de droit commun, celle que tout produit importé dans l'Union européenne doit se voir attribuer, qu'un accord commercial s'applique ou non.

Quand plusieurs pays interviennent dans la fabrication d'un produit, c'est-à-dire presque toujours pour un vêtement, l'origine retenue est celle du pays où a eu lieu « la dernière transformation substantielle », définie par la douane comme « une transformation permettant l'obtention d'un produit nouveau ou correspondant à un stade de fabrication important ». Aucun seuil chiffré universel n'accompagne cette définition : la règle varie selon la ligne tarifaire du produit et peut reposer sur un changement de classification, un pourcentage de valeur ajoutée ou une opération précise imposée par la nomenclature douanière.

Pour l'habillement, cette dernière transformation substantielle est en pratique la confection, soit la coupe et l'assemblage. Un tissu tissé et teint en Asie, puis coupé et cousu dans un atelier français, peut légalement porter la mention « fabriqué en France ». La loi ne demande pas que le fil, le tissu ou la teinture soient français : elle demande que la dernière étape qui donne au produit sa forme finale le soit. C'est le point de départ de toute la confusion autour de l'étiquette, et la raison pour laquelle des labels privés et publics sont nés pour aller plus loin que la loi.

Marque française ne veut pas dire fabriqué en France

Une marque française est une entreprise dont le siège social est en France ; un produit fabriqué en France est un produit qui a subi sa dernière transformation substantielle sur le territoire. Les deux notions sont indépendantes. Une marque au nom bien français, au drapeau tricolore et à la communication tournée vers l'Hexagone peut fabriquer l'intégralité de sa collection à l'étranger sans rien enfreindre. C'est le cas d'Angarde, marque parisienne dont les espadrilles et les mules sont fabriquées à Elche en Espagne et les pyjamas dans la région de Guimarães au Portugal : aucune étape de fabrication n'a lieu en France, et la marque le documente elle-même sur son site.

À l'inverse, un grand nom vendu dans les villages de marques peut afficher un logo français sans que le produit vendu ce jour-là en soit un : un polo acheté à Miramas ou à Troyes peut très bien sortir d'un atelier asiatique, la marque ne fabriquant pas nécessairement toutes ses lignes au même endroit. Le nom sur l'étiquette ne renseigne jamais sur le pays de fabrication : seule la mention d'origine, ou un label tiers, le fait.

Les labels qui vont plus loin que la loi

| Les labels qui vont plus loin que la loi

Parce que la loi se contente d'une transformation substantielle sans seuil chiffré, plusieurs labels sont nés pour offrir une garantie plus stricte. Aucun n'est obligatoire, et chacun mesure une chose différente : un produit, une entreprise, une filière ou un territoire.

Origine France Garantie (OFG)

Créé en juin 2010 par Yves Jégo, ancien ministre, le label est opérationnel depuis 2011 et présidé depuis avril 2021 par Gilles Attaf. Il repose sur deux critères cumulatifs : au moins 50 % du prix de revient unitaire du produit doit être acquis en France (matières, transformations, main-d'œuvre et coûts industriels cumulés), et les caractéristiques essentielles du produit, c'est-à-dire les étapes qui définissent son identité, doivent être acquises sur le territoire. Un comité technique se réunit environ quatre fois par an pour ajuster les règles filière par filière.

Ce que ça garantit : que la majorité de la valeur du produit, mesurée en coûts, est française. **Ce que ça ne garantit pas** : que 100 % des matières premières le sont. 1083, certifiée OFG sur ses jeans, ses sneakers et ses hauts, précise elle-même que son coton biologique vient de Tanzanie et une partie de ses fils de Belgique et de Grèce : le label porte sur le prix de revient et l'étape clé, pas sur chaque fibre.

Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV)

Label d'État créé en 2005, délivré sous l'autorité du ministère de l'Économie et attribué par le préfet de région pour cinq ans renouvelables. Il distingue une entreprise, pas un produit, sur trois familles de critères combinables (patrimoine économique rare, savoir-faire rare fondé sur des techniques traditionnelles ou de pointe, ancrage géographique ou social) : une entreprise n'a pas besoin de cocher les trois familles, seulement les critères à l'intérieur d'au moins une.

Ce que ça garantit : un savoir-faire rare, reconnu par l'État, souvent transmis en interne faute de formation accessible ailleurs. **Ce que ça ne garantit pas** : que 100 % de la production de l'entreprise labellisée est française. Saint James, EPV depuis longtemps, tricote ses pulls marins à Saint-James dans la Manche, mais achète sa laine vierge en Australie, en Nouvelle-Zélande et en Amérique du Sud : l'EPV certifie le geste, pas l'origine de chaque matière première.

France Terre Textile

Ce label textile récompense les produits dont plus de 75 % des étapes de fabrication (du tissage à la confection, en passant par le blanchiment, la teinture, l'impression et la coupe) sont réalisées en France, dans des bassins textile reconnus appelés aires géographiques référentes. Les produits labellisés sont contrôlés chaque année par des organismes indépendants, avec des relevés aléatoires en point de vente, et doivent être déclarés sur la plateforme de traçabilité EColTex-TerreTextile.

Ce que ça garantit : qu'une large majorité des étapes de fabrication textile, pas seulement la confection finale, s'est déroulée en France, avec un contrôle indépendant récurrent. **Ce que ça ne garantit pas :** l'intégralité de la chaîne, puisque le seuil est fixé à 75 %, pas à 100.

Fabriqué à Paris

Créé en novembre 2017 par la Ville de Paris, ce label distingue les objets conçus ou transformés intra-muros, là où la valeur ajoutée essentielle est créée sur le territoire parisien. Il est ouvert aux artisans et entrepreneurs inscrits au registre du commerce ou des métiers à Paris, ainsi qu'aux créateurs-fabricants inscrits à la Maison des artistes. Depuis sa création, la Ville revendique 2 500 produits et 1 357 entreprises labellisées.

Ce que ça garantit : que la fabrication ou la dernière transformation a eu lieu physiquement dans un atelier parisien, avec une valeur ajoutée majoritairement créée sur place. **Ce que ça ne garantit pas :** l'origine des matières premières, impossible à produire en ville, ni que toute la sous-traitance en amont est elle-même parisienne.

Produit en Anjou

Marque territoriale créée en 2014, portée par une association loi 1901 basée à Angers qui fédère plus de 200 entreprises tous secteurs confondus. Pour l'obtenir, un dossier doit répondre à trois critères : plus de 50 % de la valeur ajoutée créée dans le département de Maine-et-Loire, des composants de base si possible originaires d'Anjou, et un engagement à privilégier les fournisseurs du territoire.

Ce que ça garantit : un ancrage réel du siège et d'une majorité de la valeur ajoutée dans le département. **Ce que ça ne garantit pas :** une fabrication intégralement française ni une matière première locale, seulement recherchée « si possible ».

Lire une étiquette et éviter les pièges

Comment lire une étiquette avant d'acheter

Cinq réflexes suffisent à ne plus se faire surprendre par une étiquette. D'abord, chercher la mention de pays d'origine elle-même, distincte du nom de la marque. Ensuite, ne jamais confondre « conçu en France » ou « designed in France », qui ne parle que du style, avec « fabriqué en France », qui parle de la production. Puis, préférer un logo de label tiers, contrôlé par un organisme extérieur, à une formule maison du type « fabrication responsable » qui n'engage que la marque qui l'écrit. Ensuite, aller lire la page dédiée à la fabrication sur le site officiel plutôt que la page d'accueil, où le marketing prend toujours le pas sur le détail des ateliers. Enfin, se rappeler qu'un drapeau bleu-blanc-rouge ou un coq imprimé sur une étiquette n'a aucune valeur légale : ce n'est ni un label, ni une certification, ni une preuve.

Cinq pièges à éviter

- **Le « conçu en France » pris pour un « fabriqué en France ».** Le premier ne parle que du design, le second de la production. Une marque peut être sincère sur les deux points tout en les écrivant l'un à côté de l'autre sans les distinguer clairement.
- **Le drapeau ou le coq décoratif.** Aucune valeur légale, aucun contrôle indépendant derrière. C'est un choix graphique, pas une certification.
- **La dernière étape qui suffit légalement.** Un vêtement peut porter « fabriqué en France » en n'ayant que sa confection finale réalisée ici, tissu, fils et teinture importés. Ce n'est pas une fraude, c'est la loi telle qu'elle est écrite.
- **La confusion entre les labels.** Origine France Garantie certifie un produit, référence par référence ; l'Entreprise du Patrimoine Vivant certifie une entreprise et son savoir-faire, pas chaque article qu'elle vend. Une maison EPV peut très bien avoir des lignes fabriquées hors de France à côté de ses pièces historiques.
- **Le siège social pris pour l'atelier.** Une marque française, au sens d'une société immatriculée en France, peut fabriquer entièrement à l'étranger sans rien cacher, comme Angarde. Le seul moyen de savoir où un produit est né reste de lire sa fiche de composition et son pays d'origine déclaré, jamais le nom ou le storytelling de la marque qui le vend.

Tout le reste est sur le site

Ce guide reprend notre page [Qu'est-ce qu'une marque française ?](#), mise à jour au fil de l'année. Les adresses, horaires et prix bougent : en cas de doute, la page en ligne fait foi.

Vous cherchez une marque qui fabrique vraiment en France ? L'annuaire recense chaque marque avec son atelier, ce qu'elle produit ici et son prix d'entrée. Et [le grand guide du made in France 2026](#) réunit 170 marques vérifiées, les bons plans et le calendrier des soldes.

lesmarquesfrancaises.fr

Données relevées en septembre 2026