

Marques de France lance la première application mobile dédiée au made in France et structure un accès direct, transparent et personnalisé à plus de 1 100 marques fabriquant en France

Un smartphone concentre aujourd'hui nos moyens de paiement, nos échanges, nos déplacements, nos loisirs.

Il manquait encore un réflexe simple pour répondre à une question pourtant centrale dans l'acte d'achat : où ce produit est-il réellement fabriqué ?

Alors que les débats sur la souveraineté industrielle, l'emploi local et l'empreinte carbone occupent l'espace public, l'accès à une information claire sur la fabrication française demeure dispersé, éclaté entre sites marchands, labels et communications hétérogènes.

L'intention d'acheter français progresse, mais son passage à l'acte reste conditionné par la capacité à identifier, comparer et décider rapidement.

Dans ce paysage, [Marques de France](#) structure un point d'ancrage inédit.

Forte de 2,5 millions de visiteurs uniques annuels sur son site et d'un référencement de plus de 1 100 marques représentant plus de 20 000 produits fabriqués en France, la plateforme franchit une étape décisive.

Le 23 février dernier, elle a lancé la première [application mobile](#) entièrement dédiée au made in France, disponible sur iOS et Android, avec une ambition : faire de l'origine de fabrication un critère visible, accessible en temps réel, personnalisable, et intégré au quotidien numérique des consommateurs comme des marques fabricantes.



**MARQUES
DE FRANCE**

De l'intention à l'action : rendre le made in France immédiatement accessible

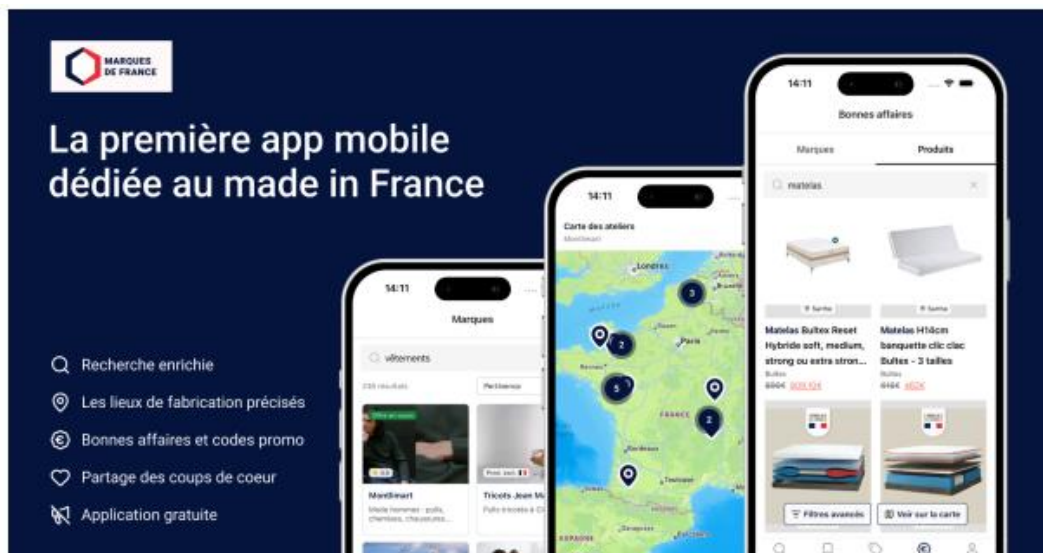
Marques de France s'est donné, dès sa création, une mission claire : rendre la consommation responsable plus accessible.

Le site marques-de-france.fr s'est progressivement imposé comme un guide d'achat et un annuaire structurant, recensant des marques et des produits fabriqués en France, tout en garantissant une visibilité ciblée aux artisans et industriels engagés.

Avec une audience en croissance constante, un constat s'est imposé : les utilisateurs souhaitent accéder plus rapidement aux informations, être alertés en temps réel des nouveautés et identifier plus facilement les opportunités d'achat. Le lancement d'une application mobile répond directement à cette évolution des usages.

L'application devient ainsi un prolongement naturel de la plateforme. Elle installe le made in France dans le quotidien numérique des consommateurs et transforme une recherche ponctuelle en réflexe accessible à tout moment.

« Avec cette application, nous voulons supprimer les barrières à l'achat de produits fabriqués en France. L'alternative française ne doit plus être une recherche complexe, mais une évidence », déclare l'équipe fondatrice de Marques de France.



Un écosystème structuré dans une interface mobile : centraliser pour clarifier

L'application repose sur une architecture conçue pour simplifier l'accès à l'information tout en conservant la richesse de l'offre.

Un annuaire exhaustif et transversal

L'utilisateur accède à plus de 1 100 marques couvrant des catégories variées :

- Mode ;
- Maison ;
- Cosmétique ;
- Gastronomie ;
- Et d'autres univers de consommation du quotidien.

Cette transversalité permet de regrouper, au sein d'une même interface, des secteurs habituellement dispersés. Elle favorise une vision globale de la production française contemporaine.

Plus de 20 000 produits indexés avec indication des lieux de production

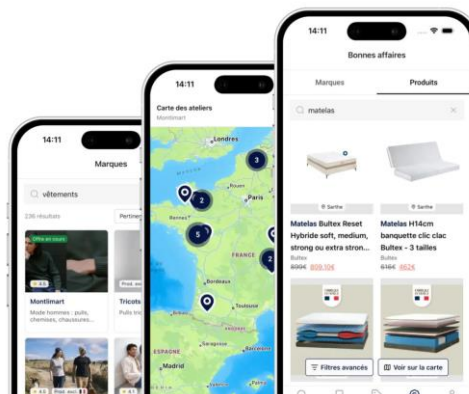
Au-delà des marques, l'application référence plus de 20 000 produits. Pour chacun d'eux, les lieux de production sont précisés. Cette mise en transparence constitue un élément central du dispositif. Elle répond à une attente forte en matière de traçabilité et permet d'objectiver l'origine des biens proposés.

Des filtres avancés pour une recherche ciblée

L'outil intègre des filtres permettant de structurer la navigation :

- Tri par région de fabrication ;
- Sélection par marques fabricantes ;
- Filtrage par labels, notamment Origine France Garantie et Entreprise du Patrimoine Vivant.

Ces fonctionnalités offrent une recherche affinée. L'utilisateur peut, par exemple, privilégier une production régionale spécifique ou sélectionner des entreprises reconnues par des labels officiels.



Bonnes affaires et pouvoir d'achat : une démocratisation assumée

L'accessibilité ne se limite pas à la disponibilité de l'information. Elle concerne également le budget. Marques de France a fait le choix d'intégrer une dimension forte liée aux bonnes affaires. Les produits mis en avant dans cette catégorie correspondent à des articles remisés issus de fins de stocks, à des produits dits imparfaits ou encore à des articles de seconde main proposés par les marques partenaires.

Ce positionnement introduit une approche pragmatique du made in France. Il ne s'agit pas uniquement de valoriser la fabrication nationale, mais aussi de démontrer qu'elle peut s'inscrire dans une logique de maîtrise du pouvoir d'achat. Les utilisateurs peuvent être alertés en temps réel des nouvelles offres et des codes promotionnels exclusifs créés directement par les marques partenaires.

L'application joue ici un rôle de relais entre marques et consommateurs. Elle centralise les informations promotionnelles et les rend immédiatement accessibles, renforçant ainsi la réactivité. L'utilisateur n'a plus à surveiller individuellement chaque site de marque ; il reçoit les informations directement via l'application.

Personnalisation et instantanéité : un compagnon du quotidien

L'application mobile a été pensée comme un outil vivant, capable de s'adapter aux préférences de chaque utilisateur.

Favoris et listes partageables

Les utilisateurs peuvent enregistrer leurs marques préférées et créer des listes de favoris. Ces listes, partageables sous forme de wishlists, permettent de centraliser des envies de produits français et de les transmettre à leurs proches, notamment dans le cadre de cadeaux.

Cette fonctionnalité ancre l'application dans des usages concrets, au-delà de la simple consultation.

Alertes et nouveautés

L'outil informe également des nouvelles marques référencées, des lancements exclusifs et des actualités importantes. L'information devient dynamique. Elle accompagne l'évolution constante de l'offre made in France.

"Le fabriqué en France n'a jamais été aussi accessible. Avec cette application, nous voulons prouver qu'acheter local n'est pas seulement un acte citoyen, c'est aussi un plaisir simple, moderne et transparent."

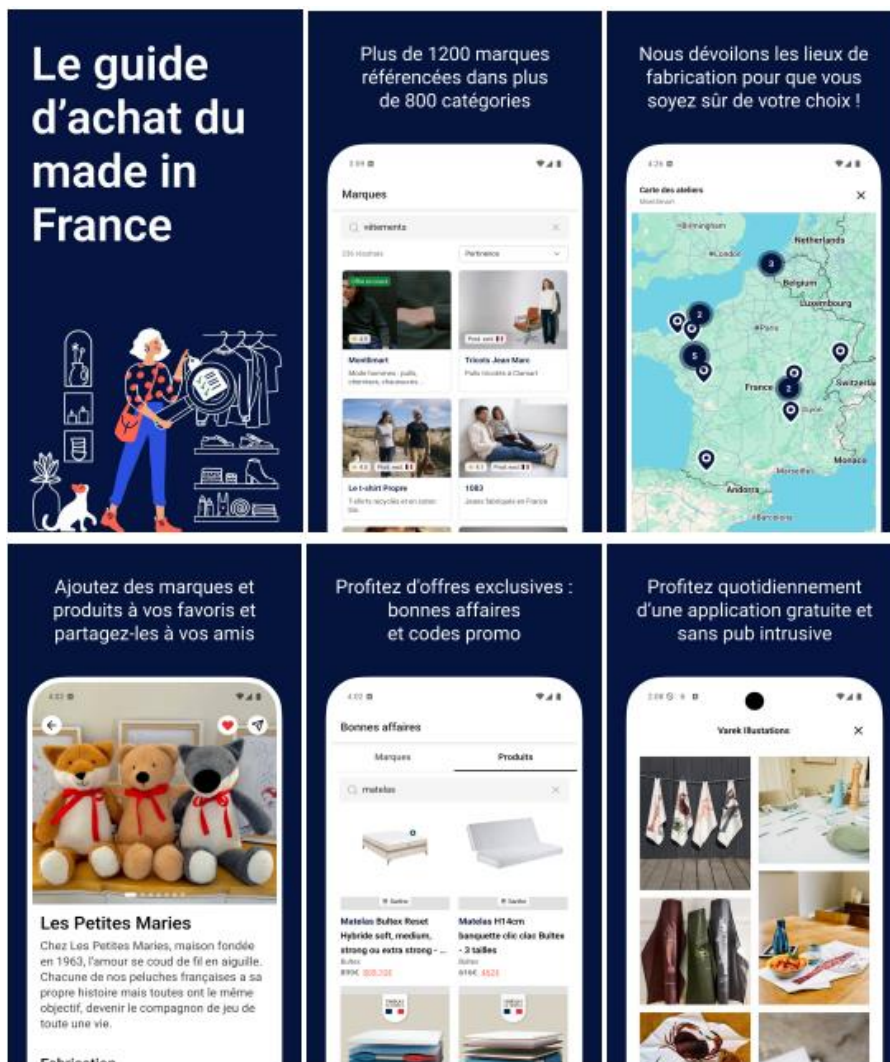
Un levier B2B2C : visibilité renforcée pour les marques fabricantes

La cible de l'application s'inscrit dans une logique B2B2C. Si elle s'adresse directement aux consommateurs, elle constitue également un outil stratégique pour les marques qui produisent en France.

En intégrant l'écosystème Marques de France, artisans et industriels bénéficient :

- D'une visibilité auprès d'une audience engagée de 2,5 millions de visiteurs uniques annuels ;
- D'un canal supplémentaire pour diffuser leurs codes promotionnels exclusifs ;
- D'une mise en avant structurée de leurs nouveautés et de leurs offres.

La plateforme agit ainsi comme un connecteur entre l'offre et la demande. Elle structure un marché en consolidant l'accès à l'information et en facilitant la découverte de marques fabricantes.



Souveraineté industrielle et impact environnemental : un cadre de fond

Le lancement de l'application s'inscrit dans un contexte marqué par des débats récurrents autour de la souveraineté industrielle et de l'empreinte carbone des produits de consommation.

En facilitant l'identification de produits fabriqués en France, Marques de France contribue à orienter les achats vers des entreprises implantées sur le territoire national. Cette orientation soutient l'emploi local et participe à la réduction des impacts liés aux chaînes de production et de transport internationales.

L'application ne se positionne pas comme un outil militant, mais comme un dispositif d'information structuré. Elle relie l'acte d'achat à des données vérifiables sur l'origine de fabrication, permettant aux consommateurs de décider en connaissance de cause.

Une nouvelle étape pour la plateforme de référence du made in France

Marques-de-france.fr s'est imposé comme un guide d'achat et un annuaire de référence, garantissant une visibilité spécifique aux artisans et industriels français. Avec 2,5 millions de visiteurs uniques annuels, la plateforme occupe une place centrale dans l'écosystème du made in France.

Le lancement de cette application mobile marque une étape structurante dans son développement. En réunissant plus de 1 100 marques et plus de 20 000 produits dans une interface mobile intégrant filtres avancés, alertes en temps réel, favoris et bonnes affaires, Marques de France renforce son rôle de facilitateur.

Le made in France n'est plus une recherche dispersée. Il devient un accès centralisé, personnalisé et immédiat. Disponible dès aujourd'hui sur iOS et Android, l'application inscrit la fabrication française dans un usage quotidien, à la croisée de la transparence, du pouvoir d'achat et du soutien à l'économie nationale.

En savoir plus

L'application : <https://www.marques-de-france.fr/app/>

Site web : <https://www.marques-de-france.fr/>

Contact Presse

Elodie LAPIERRE

Téléphone : 06 80 84 14 63

Email : elodie@marques-de-france.fr