



En quoi le Salon du Made in France est-il un accélérateur de développement pour les entreprises ?



L'attrait des Français pour les produits Made in France va grandissant. Selon une étude de CCI France*, **89 % souhaitent en consommer davantage et 52 % aimeraient voir ces produits mieux valorisés en grande distribution**. Pourtant, cet engouement se heurte à un contexte économique difficile, marqué par une baisse du pouvoir d'achat pour 6 Français sur 10 (baromètre 2023 de l'Observatoire Cetelem) et une poursuite des délocalisations industrielles.

Dans ce climat, **MIF Expo – Le Salon du Made in France** témoigne d'une dynamique encourageante. Le plus grand rendez-vous des entreprises fabriquant en France a rassemblé **110 000 visiteurs durant les 4 jours de son édition 2024**, soit une hausse de fréquentation de 10 % par rapport à 2023. Le succès de ce rendez-vous BtoB et BtoC prouve que les consommateurs engagés continuent de soutenir activement les entreprises françaises. En 2024, 91 % des visiteurs y ont effectué au moins un achat, avec un panier moyen oscillant entre 100 € et 500 €**.

Véritable vitrine des savoir-faire français dans le secteur « maison et décoration », MIF Expo permet aux entreprises, notamment les PME et ETI, de rencontrer un public engagé et d'augmenter leurs ventes.

« C'est la première fois qu'on vient sur le salon. On a longtemps hésité et puis on s'est dit que c'était l'année ou jamais. On est extraordinairement surpris. Un, de la fréquence. Deux, de l'engouement, de la sympathie des gens et puis du niveau de vente. »

Jean-Marc Vergnolle, directeur des ventes de
Duralux

« Il y a un vrai essor du salon. Le salon a vraiment grandi. Il y a une offre qui s'est vraiment améliorée. À côté de ça aussi, une prise de conscience des consommateurs sur le made in France, qui est vraiment indéniable et très perceptible. On observe également un rajeunissement des personnes que l'on rencontre sur le salon. »

Emmanuel Brugger, directeur général de
CRISTEL, fabricant d'ustensiles culinaires

Ce succès s'explique notamment par la possibilité pour les visiteurs de **rencontrer directement les fabricants, et non des revendeurs**. Un contact qui plaît aux consommateurs, mais aussi aux exposants, qui conçoivent des **projets de partenariats** ou des **collaborations en direct et avec facilité**. Les entreprises exposantes bénéficient d'une visibilité exceptionnelle grâce aux campagnes médiatique, d'affichage (bus et métros) et numérique. Certaines, comme le **fabricant de cuisines, barbecues et planchas made in France Aluvy**, reviennent chaque année au MIF Expo.

« On revient parce qu'on est dans la famille du made in France. On adore présenter nos produits à des visiteurs qui sont fans du made in France, qui aiment les entreprises qui, comme nous, se battent pour amener des produits industriels en France. »

Jean-Pierre Cauchy, président d'Aluvy

Initialement orienté vers le grand public, le salon **attire aussi de plus en plus de professionnels, y compris à l'international**. En 2024, 20 % des visiteurs s'étaient enregistrés en tant que professionnels et 83 % des exposants ont noué des contacts avec des distributeurs et des acheteurs BtoB**.

« Je suis venu pour chercher les marques qui pourraient éventuellement s'intéresser au marché taiwanais. [...] À Taïwan, le secteur des produits cosmétiques, de la mode et de la décoration, sont en plein essor. [...] Les Taïwanaises apprécient vraiment la qualité et le design français. C'est pour ça que ce salon me paraît très important. »

Clélia Hsieh, conseillère export chez Business France Taïwan

Enfin, les professionnels peuvent trouver sur place les bons fabricants pour **développer leurs gammes de produits en « marque blanche »**, grâce à des solutions adaptées à tous les budgets. Ces échanges professionnels sont facilités par la présence de l'écosystème Made in France sur le salon : les fédérations, les certifications et labels, le réseau CCI France, le réseau CMA France, etc.

La 13e édition de MIF Expo, qui se tiendra du **6 au 9 novembre 2025 au Parc des Expositions de Paris-Porte de Versailles** (hall 3), s'annonce donc comme un rendez-vous majeur pour les entreprises textiles désireuses de se développer. Avec **93 % d'intentions de retour des visiteurs****, le salon confirme la prédiction du vice-président du MEDEF, Fabrice Le Saché :

« Le Salon du Made in France est une nécessité au moment où la croissance ralentit. »

Fabrice Le Saché, vice-président du MEDEF
(entretien sur Europe 1, le 9 novembre 2024).

*Source : étude réalisée par l'Institut OpinionWay pour CCI France, octobre 2023.

**Source : étude réalisée par MIF Expo auprès des exposants et des visiteurs, à l'issue des 4 jours de l'édition 2024.

CHIFFRES CLÉS MIF EXPO 2024

110 000 visiteurs

1 000 fabricants

500 journalistes

143 reportages TV

235 émissions radio

1 303 articles de presse web et print

Pour toute demande d'accréditation, veuillez nous envoyer vos coordonnées en réponse de ce communiqué.

Vous souhaitez enrichir vos dossiers made in France avec des témoignages et des belles histoires ?

- Mme Fabienne DELAHAYE, présidente du salon MIF Expo et experte du Made in France est disponible pour répondre à vos questions.
- Ainsi que plus de 1000 exposants de tous les secteurs d'activité (mode et accessoires, mobilier, gastronomie, cosmétique, enfance...) avec lesquels nous pouvons vous mettre en relation en amont du salon.

Informations pratiques :

- Entrée : gratuite sur [préinscription en ligne](#), sinon 10€ sur place, montant remboursé au premier achat.
- Site internet : www.mifexpo.fr
- Dates : 6 au 9 novembre 2025
- Horaires jeudi, vendredi, samedi : 10h/19h et dimanche : 10h/18h
- Lieu : Porte de Versailles – Pavillon 3
- 1000 entreprises et 110 000 visiteurs attendus

CONTACTS PRESSE

Laurène SERVENT - laurene@agenceflag.com

Alexandra MARTIN - alexandra@agenceflag.com

Agence FLAG : 74 rue de la Fédération - 75015 PARIS 01.58.60.24.24

Facebook : [AgenceFlag](#) / Twitter : [@AgenceFlag](#) / Instagram : [@agenceflag](#)