union PRESSE

Fait en France voit plus grand

mer 28/10/2026 - 14:02



Fait en France (Origine France Garantie) tourne la page du passé. Après 25 numéros, il ouvre un nouveau chapitre avec une formule repensée, une nouvelle identité visuelle et de nouvelles ambitions éditoriales.

Avec une pagination portée à 164 pages, un nouveau prix de 12,50 euros et une maquette entièrement renouvelée, le trimestriel accentue le 5 novembre sa volonté de raconter celles et ceux qui fabriquent, innovent et entreprennent en France.

Les surprises ne viennent jamais seules. Une brosse à dents fabriquée à Beauvais par La Brosserie Française est offerte dans la distribution dans les points de vente uniquement.

Franchir le cap des huit ans

Pour son anniversaire, Fait en France fait peau neuve autour de la codification 18606. "La forme évolue, notre liberté de ton demeure", indique Anthony Vitorino, directeur de la publication et rédacteur en chef de Fait en France. Le changement de format fait la part belle aux enquêtes, reportages, photographies et immersions au cœur des entreprises françaises.

Fait en France réaffirme la mise en lumière de la production française, sans oublier de l'interroger, la décrypter et raconter les défis auxquels elle est confrontée. À l’approche de la présidentielle, Tee-shirts, casquettes, briquets et autres goodies des candidats et candidates sont passés au crible. Une plongée dans le "francolavage politique" interroge les contradictions entre les engagements affichés et les pratiques.

Le dossier intitulé "Allons enfants de l'industrie" explore les choix pour maintenir à flot l'industrie française. Le numéro consacre également les grandes évolutions de notre économie comme la compétitivité, la production en milieu carcéral et les dans les établissements et services d'accompagnement par le travail (ESAT), retour des commerces physiques ou encore le développement du live shopping. Les services et le numérique, composantes essentielles de la souveraineté économique, trouvent eux aussi leur place, avec un éclairage sur les certifications Service France Garanti et Numérique France Garanti.

Raconter la France qui produit

De Dijon à Caen, de la Moselle aux Deux-Sèvres, du Lot-et-Garonne au Tarn, la revue va à la rencontre des entreprises et des ateliers. Elle pousse les portes afin de mettre à l’honneur des rencontres, des gestes et des histoires avant tout humaines. Essilor, UPSA, la Biscuiterie Jeannette, Mulot & Petitjean, Chaussures de Gâtine ou encore Alizé Group dévoilent les coulisses de leurs activités.

La nouvelle mise en page, qui accorde une place plus généreuse aux images, rend les savoir-faire plus visibles et restitue toute la diversité des métiers et des entreprises.

Produire et alimenter le réseau

Fait en France accorde une large place aux univers du quotidien. Les secteurs de la mode, la beauté, la gastronomie, la maison, le tourisme, les innovations font découvrir des marques, des produits et des initiatives qui donnent envie de consommer français. Des idées cadeaux complètent le numéro.
