

## QU'EST CE QU'ÊTRE AMBASSADEUR RÉGIONAL DE LA FIMIF ?

### LA FIMIF, SES MISSIONS

La FIMIF a pour objectif de répondre au besoin de fédération des défenseurs du made in France et de combler les lacunes de son écosystème, à commencer par l'isolement de ses acteurs. Elle ambitionne de les unir pour les faire peser davantage. La FIMIF est aussi un groupe de pression lanceur d'alertes.

Ses activités consistent à mettre en réseau les entreprises produisant en France, à sensibiliser, mobiliser et outiller les consomm'acteurs et à produire des enquêtes factuelles et du contenu exclusif sur les enjeux du made in France.

La FIMIF veut réunir l'ensemble des acteurs de l'écosystème du made in France : les producteurs, les fabricants, les consommateurs, les investisseurs, les distributeurs et tous les intermédiaires de sensibilisation, d'information et de commercialisation.

Elle privilégie une structure souple en adoptant un mode de fonctionnement décentralisé. Dans le cadre de sa mission, elle mène des actions à l'échelle nationale et régionale. Les initiatives nationales sont directement pilotées par l'équipe nationale, avec l'aide ou non des équipes régionales selon le cas, tandis que les initiatives régionales sont directement coordonnées et réalisées par les ambassadeurs régionaux de la FIMIF.

La FIMIF est une association de loi 1901, créée en Mai 2015. Elle est composée d'un conseil d'administration, en charge de la gestion de l'association. La FIMIF comprend un bureau central, basé à Paris, qui est l'organe exécutif du conseil d'administration et auquel on référera plus bas dans le texte en tant que "Équipe Nationale".

### ENGAGEMENTS D'UN AMBASSADEUR ET FONCTIONNEMENT GÉNÉRAL AVEC LA FIMIF

Chacun est légitime à exercer un rôle d'ambassadeur régional au sein de la FIMIF. Il suffit de contacter la FIMIF sur [contact@fimif.fr](mailto:contact@fimif.fr) afin de planifier un RDV avec une personne de l'équipe nationale. Ce RDV aura pour objet de présenter l'organisation, les objectifs et les valeurs de la FIMIF. Il permettra aussi de mieux connaître les motivations du candidat afin de les faire correspondre au mieux aux besoins de la FIMIF.

Un ambassadeur régional doit préalablement être adhérent à titre particulier ou professionnel.

Il ne perçoit aucune rémunération au titre de ses activités au sein de la FIMIF. Seuls les frais préalablement validés avec l'équipe nationale de la FIMIF pourront lui être remboursés, sur présentation des justificatifs et factures associés.

Chaque ambassadeur autorise la FIMIF à rendre public son nom, prénom et ses coordonnées (courriel et/ou téléphone) sur le site Internet [www.fimif.fr](http://www.fimif.fr) afin qu'il puisse être facilement identifié par d'autres acteurs locaux (particuliers, entreprises ou médias) présents dans la région de France sur laquelle il intervient. Chaque ambassadeur régional réoriente si nécessaire les questions ou demandes qu'il reçoit vers le bureau de la FIMIF. Chaque ambassadeur régional est en outre membre de l'assemblée générale de la FIMIF et participe donc à sa principale instance de gouvernance.

Comme tout adhérent de la FIMIF, un ambassadeur ne peut se prévaloir de son rôle au sein de la FIMIF pour servir directement des intérêts professionnels qu'il aurait par ailleurs en lien avec le made in France.

Un ambassadeur régional de la FIMIF conserve son rôle jusqu'à ce qu'il notifie par écrit (courriel) à la FIMIF son souhait de s'en décharger ou jusqu'à ce que la FIMIF lui notifie par écrit son souhait de lui confier une autre activité au sein de la FIMIF ou de le suspendre dans ses fonctions (en cas de faute grave par exemple). La FIMIF ne pourra être tenue pour responsable légale en cas de poursuites engagées à son encontre à la suite de la réalisation d'une action locale par un de ses ambassadeurs dès lors que celle-ci n'avait pas été préalablement approuvée par la FIMIF.

Selon le temps qu'il sera disposé à consacrer à son rôle, l'ambassadeur, conjointement avec l'équipe nationale de la FIMIF, dimensionnera l'équipe locale en conséquence.

Les ambassades régionales seront composées de deux ambassadeurs à minima : une entreprise et un consomm'acteur, afin de refléter et faire perdurer la structure fondatrice de l'association.

Un ou plusieurs co-ambassadeurs pourront ainsi être nommés en renfort si besoin. A titre indicatif, un ambassadeur régional doit pouvoir consacrer une à deux heures par semaine (en moyenne) à la FIMIF et ponctuellement davantage lors de la réalisation d'actions de terrain (ex : campagne de tractage, tenue d'un stand, etc.).

Un membre de l'équipe nationale sera nommé pour être le correspondant privilégié de chaque ambassade.

## RÔLES ET INITIATIVES DES AMBASSADEURS RÉGIONAUX

La liste ci-dessous est présentée à titre indicatif. Elle n'est ni contraignante, ni exhaustive. Son objectif est de fournir aux ambassadeurs régionaux des exemples concrets d'initiatives et d'actions que les équipes régionales peuvent être amenées à réaliser, selon leurs aspirations ou les actualités du moment.

Les actions proposées ne sont pas à prendre en charge systématiquement par l'ambassadeur régional. Pour chacune, l'ambassadeur régional pourra en confier la réalisation ou la coordination à un co-ambassadeur ou à un ou plusieurs militants locaux.

### PRINCIPALES MISSIONS D'UN AMBASSADEUR RÉGIONAL

- Être le contact privilégié de l'équipe nationale de la FIMIF pour tous les sujets transverses de la FIMIF et tous ceux qui concernent spécifiquement la zone géographique dont il a la responsabilité ;
- Construire et animer un réseau dans sa région, avec l'aide de l'équipe nationale de la FIMIF (mises en relation) ;
- Agir concrètement localement pour soutenir les missions de la FIMIF à travers des actions qu'il identifiera, proposera à l'équipe nationale de la FIMIF, et mettra en œuvre, avec l'aide (ou non) de l'équipe nationale et/ou d'autres militants de la FIMIF ;
- Relayer en région les actions, les événements ou les publications réalisées nationalement par la FIMIF (études, enquêtes, appels à l'action) auprès des parties prenantes concernées (médias locaux, entreprises, public)

### ACTIONS D'ORGANISATION GÉNÉRALE D'UN AMBASSADEUR DE LA FIMIF

Objectifs : créer et maintenir une structure locale pérenne et efficace.

Actions types :

- Gérer (ou confier la gestion de) l'organisation pratique de l'animation du groupe régional : logistique des réunions, communication des comptes-rendu... ;
- Recruter ou, le cas échéant, veiller à l'intégration des nouveaux adhérents résidants dans la zone géographique qu'il couvre ;
- Informer l'équipe nationale de la FIMIF des actions décidées et des éventuelles difficultés au sein de l'ambassade ;
- Créer un blog ou une page Facebook ou tout autre support web pour présenter l'ambassade, son agenda, ses actualités, ses représentants etc. et constituer ainsi un point d'entrée plus facile pour de nouveaux militants. Les pages des ambassades seront en outre toutes accessibles depuis le site principal de la FIMIF ([www.fimif.fr](http://www.fimif.fr))
- Rappeler dès que besoin le fonctionnement, les structures et les objectifs de la FIMIF aux militants ;
- Faire les statistiques et le bilan annuel du groupe régional, ceci afin que le bureau de la FIMIF puisse rendre des comptes à l'ensemble de ses adhérents et soutiens financiers lors de son AG annuelle.

### ACTIONS À DOMINANTE "CONSOMM'ACTEURS"

Objectifs : sensibiliser, mobiliser et outiller le grand public. C'est-à-dire mobiliser et outiller ceux qui sont déjà sensibles au made in France et tenter de sensibiliser ceux qui sont à ce jour indifférents au made in France et ses enjeux.

Actions types :

- Organisation de campagnes de *boycott* (ex : mobiliser le public à fréquenter une boutique 100% made in France qui vient d'ouvrir ses portes) ;
- Organisation de campagnes de *boycott* (ex : manifestation devant l'usine ou la boutique d'une enseigne qui a fait le choix de délocaliser pour des raisons autres que celle de sa survie économique, etc.) ;
- Etre moteur d'une ou plusieurs animations locales pour la semaine du made In France, évènement co-créé et co-organisé par la FIMIF (date prévisionnelle 2016 : 7 au 13 Novembre) ;
- Sensibiliser à la nécessité d'une consommation locale (ex : tractage sur les marchés, à la sortie des gares ferroviaires, ou animations locales en partenariat avec des entreprises adhérentes) ;
- Participer à des salons régionaux liés au made in France ou au développement durable.

#### ACTIONS À DOMINANTE "ENTREPRISES"

Objectifs : fournir des outils, des conseils, des opportunités et des lieux de rencontres et de collaboration aux entreprises, en relation avec leurs parties prenantes (consommateurs, confrères, fournisseurs, distributeurs, médias, investisseurs, etc.)

Actions types :

- Identifier les besoins des entreprises locales et organiser des conférences thématiques à ces sujets (ex : quelle distribution pour le made in France ? Comment s'exporter ?, etc.) ;
- Organiser une veille des entreprises en difficulté dans la région et proposer des actions de mobilisation pour leur venir en aide (courriels aux élus, pétitions, *boycott*, etc.) ;
- Organiser et coordonner avec un groupe d'entreprises locales l'ouverture d'une boutique éphémère pendant une semaine ou la participation à un évènement spécifique qu'elles ne pourraient pas faire seules ;
- Faire connaître aux entreprises les partenaires de la FIMIF (packages d'offres et de services négociés par la FIMIF exclusivement réservés aux adhérents de la FIMIF).

#### ACTIONS À DOMINANTE "PRESSE / LOBBY"

Objectif : produire des enquêtes factuelles et du contenu exclusif sur les enjeux du made in France en vue d'investir autant que possible l'espace médiatique en dehors des échéances politiques traditionnelles et du salon MIF Expo.

Actions types :

- Proposer des thématiques qui pourraient faire l'objet de la réalisation d'une étude, d'une enquête ou d'un dossier général (ex : impact emplois du made in France, origine des goodies des partis politiques, etc.) ;
- Participer, avec les militants locaux, à la réalisation des études, enquêtes ou dossiers généraux de la FIMIF (ex : rencontrer un élu ou un acteur économique pour l'interviewer, collecter des informations auprès d'organismes ou d'entreprises, etc.) ;
- Interpeller les élus quant aux enjeux du made In France (ex : intégration de critères RSE dans les marchés publics afin de privilégier l'économie locale et solidaire) ;
- Communiquer sur les temps forts de la FIMIF (Semaine du Made in France, Salon MIF Expo, etc.) ;
- Relayer les informations ou les études publiées par l'équipe nationale de la FIMIF auprès des parties prenantes concernées.

### COORDINATION AVEC LA FIMIF

Les actions réalisées par les ambassadeurs régionaux doivent servir la mission de la FIMIF.

Si la FIMIF accueillera avec beaucoup de bienveillance toutes les initiatives locales, un formalisme à minima est toutefois demandé aux ambassadeurs régionaux afin que la FIMIF :

- Apporte dès que besoin son soutien financier, humain ou logistique à la réalisation des projets remontés,
- Soit tenue informée à tout instant des actions réalisées en son nom,
- Puisse coordonner les différentes actions régionales et nationales en évitant les doublons et en partageant les travaux qui ont déjà été réalisés ou dont la réflexion a déjà été réalisée,
- Puisse si nécessaire valider le lancement de nouveaux projets,

- Puisse garantir à tout moment une continuité d'actions et de services localement, en cas de départ de l'un de ses ambassadeurs.

Ainsi, chaque ambassadeur est invité à répertorier dans la base centrale de la FIMIF :

- La liste des travaux et actions qu'il mène ou souhaite mener, ainsi que les questions éventuelles ou les demandes d'arbitrage qu'il souhaite obtenir.
- Les noms et coordonnées (courriel, téléphone, ville, département) des particuliers, des entreprises, des associations, des collectivités et de tout acteur local avec lesquels il est en relation de travail régulière au titre de son rôle dans la FIMIF.

L'accès à la base centrale de la FIMIF est remis à chaque ambassadeur lors de sa prise de fonction.

### ACTIONS NÉCESSITANT LA MOBILISATION DE RESSOURCES

Pour un projet ou une action proposée par un ambassadeur régional, si des moyens spécifiques doivent être mobilisés, une demande peut être soumise à l'équipe nationale de la FIMIF. La FIMIF étudiera alors la demande et un RDV sera organisé avec l'ambassadeur afin d'affiner sa demande ou de lui notifier la décision.

Une demande peut notamment être réalisée pour obtenir le type de prestations suivantes :

- Des moyens financiers ;
- Des moyens humains ;
- Des moyens logistiques ;
- Des services / prestations diverses (création graphique, mise en relation, appui médiatique...).

Les cotisations des adhérents de la FIMIF sont les seules ressources financières dont la FIMIF dispose. A ce titre, une demande de financement d'un projet ne pourra être réalisé qu'à travers l'une (ou un mix) des solutions suivantes :

- La FIMIF apporte son soutien financier direct si elle dispose en banque de la trésorerie requise ou
- La FIMIF invite son ambassadeur régional à réaliser une campagne d'adhésion (ou de financement) préalable sur son territoire afin de financer tout ou partie de son projet. En tant qu'entité indépendante, il est rappelé que seuls les financements de particuliers ou d'entreprises sont acceptés. Aucune demande ou acceptation de subvention publique, politique ou religieuse ne peut être réalisée.
- La FIMIF invite également chacun à être imaginatif pour collecter les fonds requis à un projet : obtenir de nouvelles adhésions à la FIMIF, lancer un projet de crowdfunding, organiser une vente, trouver un sponsor ou un mécène...

\*\*\* FIN DU DOCUMENT \*\*\*