



## LE GROS MOT

### France-washing

Pour 95% des Français, acheter bleu-blanc-rouge est un acte citoyen, d'après une enquête Ifop de janvier 2013. Un chiffre qui donne la fièvre aux communicants, pour qui le *made in France* est devenu un argument de vente. Au point de, parfois, survendre la touche « cocorico » de leurs produits. Un péché de « France-washing » dont se seraient notamment rendus coupables l'opticien Optic 2000 et le Crédit agricole, selon le site [Mescoursespourlaplanete.com](http://Mescoursespourlaplanete.com), inventeur de ce néologisme.