

Nouvelle année, nouvel Ilec

L'Ilec commence 2020 avec une nouvelle configuration de son activité, après avoir intégré celle de Prodimarques.

Comme ses homologues européens, l'Ilec compte désormais dans son périmètre les actions de défense et de promotion des marques, jusqu'alors et depuis 1987 dévolues à Prodimarques, association à laquelle contribuaient une partie de ses propres adhérents.

Avec cette fusion, l'Ilec donnera plus de visibilité à l'une de ses vocations, la promotion des marques de fabricant et de leurs valeurs. Une dimension qui va pour lui de pair avec la promotion des bonnes pratiques et la défense des entreprises, de leur valeur ajoutée dans l'économie et de leur rôle dans la société. L'actualité industrie-commerce, avec des négociations qui se noueront de plus en plus autour des questions de responsabilité sociale et de la part que cette responsabilité tient dans la valorisation des marques et des enseignes, atteste le bien-fondé de ce positionnement.

Dans un secteur ouvert à tous les vents du changement, qu'il soit technique, social ou réglementaire, l'Ilec vise à être toujours plus en phase avec les attentes de ses adhérents, qui tiennent de son expertise l'assurance d'être mieux défendus. Il entend se donner les moyens d'être toujours plus à même de jouer son rôle de porte-parole, auprès de leurs partenaires du commerce comme des pouvoirs publics, et en retour son rôle d'interprète et de passeur auprès de ses adhérents. Il agira plus que jamais avec le souci d'être un acteur clairement positionné mais non moins soucieux d'œuvrer à l'intérêt général en apporteur de solutions.

L'intégration de Prodimarques à l'Ilec ne fait d'ailleurs pas que commencer, puisque depuis 2018 les deux associations partageaient un même portail, www.ilec.asso.fr. Un nouveau support périodique sera lancé au printemps prochain qui succédera à la Revue des marques et au Bulletin de l'Ilec.

À l'occasion et en illustration de ce redéploiement, l'Ilec, dont la raison sociale est désormais « *Institut de liaisons des entreprises de consommation* », s'est doté d'une nouvelle identité visuelle que soutient la volonté explicite d'être « *la voix des marques* » et de leur expression collective.

Une nouvelle année commence, dont chacun sait qu'il en est beaucoup attendu dans les filières de la grande consommation. À tous leurs acteurs, l'Ilec adresse ses vœux de réussite, par l'esprit de dialogue et de coopération.

À propos de l'Ilec

L'Ilec (Institut de liaisons des entreprises de consommation) regroupe quatre-vingts entreprises fabriquant des produits de marque de grande consommation, de notoriété nationale et internationale, alimentaires et non alimentaires. Les entreprises de l'Ilec pèsent près de 37 Mds d'euros (la moitié du CA des PGC en GMS), dont plus de 18 Mds dans les filières agricoles françaises. L'activité du millier d'établissements français des adhérents de l'Ilec, sites de production, de logistique ou tertiaires, représente 400 000 emplois directs, indirects et induits.

Contacts Presse Ilec – Agence Pressario

Gypsie Bloch – gypsie@pressario.fr - 06 23 75 21 67

Hortense Grégoire – hortense.gregoire@pressario.fr – 01 46 24 19 80