

NOTES DE POSITION MERCH

POW
PROTECTOURWINTERS.FR

L'histoire du merchandising chez POW France

Le merchandising est au cœur d'une discussion chez POW France depuis de nombreuses années. Sujet inévitable — au sens strict du terme tant l'industrie du textile fait partie du monde de l'outdoor — on a pourtant longtemps décidé de le laisser de côté, considérant que POW France n'avait pas à venir se rajouter dans la longue liste des acteurs de la montagne sollicitant les gens avec un proposition mercantile. En plus, quand on sait à quel point les vêtements polluent, ce serait un comble pour une ONG environnementale non ?

Et bien cette année on lance une offre de merch POW France, et on vous explique le pourquoi du comment on en est arrivé là, sans se renier.

Proposer une alternative

D'où on part ?

D'abord, il faut savoir qu'acheter des vêtements POW, c'est possible depuis des années. POW étant une ONG internationale avec une maison mère aux Etats-Unis et des chapitres dans une quinzaine de pays dans le monde, et la culture du merchandising n'étant pas (du tout) la même partout, du merch POW il en existait déjà ailleurs. Simplement, on n'en faisait jamais la promotion, parce qu'on n'était pas à l'aise avec ça. On se disait toujours que si les gens voulaient nous soutenir, il y avait d'autres moyens.

Et surtout, on voulait trouver une réponse à la question qu'on se posait tout le temps : est-ce qu'on ne pourrait pas trouver une alternative cool aux sempiternels t-shirts and co ?

Alors on a réfléchi, on s'est activé, puis on a bossé sur une alternative peu coûteuse au vêtement neuf, accessible à toutes les bourses : le patch.

Un patch POW à coudre sur un vêtement laissé au fond du placard, pour faire d'une pierre 2 coups : rendre un vêtement plus stylé et porter les couleurs de POW !

Des enjeux financiers et de représentations

Les patchs c'est trop cool. Mais on est transparent à 100% : aussi bien soient-ils, ce ne sont pas des patchs vendus 6 euros qui allaient financer le travail de l'asso, surtout dans les quantités limitées dans lesquelles nous les vendons.

S'en est alors suivi 2 constats.

LE 1ER CONSTAT :

Chez POW France on se pose peut-être beaucoup (trop ?) de questions sur le merchandising. Pourtant, il est facile de trouver des vêtements brandés POW, y compris en France, vendus par des marques de l'outdoor, dans des boutiques en France, sans aucun lien avec nous (ndlr : pas question ici d'appropriations de logos mais simplement de collaborations avec d'autres chapitres Protect Our Winters.).

On avait donc envie de reprendre la main en proposant quelque chose 100% nous !

LE 2ÈME CONSTAT :

Puisque nous avons fait le choix de ne demander aucune subventions publiques pour être libres de nos prises de paroles sans être exposés à des menaces de coupes budgétaires à la moindre position jugée déplaisante par une strate de l'Etat (dédicace à Laurent Wauquiez), notre fragilité financière est extrêmement importante. Trouver un moyen alors d'arriver à allier la survie financière de l'asso avec l'ambition de faire davantage pour défendre nos luttes et nos valeurs est de plus en plus difficile. La question d'aller chercher de l'argent par le soutien de personnes à qui on offrirait en contrepartie de quoi afficher fièrement les couleurs de POW est alors revenue fort sur la table.

Mais qu'en pense notre communauté dans tout ça ? Et bien on a pris la température autour de nous, à travers nos différents canaux. La direction globale des réponses ? Tant que vous êtes transparents et que vous faites les choses bien, alors c'est normal que vous alliez sur ce terrain

Alors c'est ce qu'on a essayé de faire !

Se réapproprier notre image par l'exemple

C'est indéniable, proposer du merchandising en tant qu'asso c'est à la fois un enjeu financier important, mais aussi de représentation. Avoir des gens qui portent des vêtements POW, c'est contribuer à nous faire connaître, à véhiculer les valeurs que l'on défend. Porter un t-shirt POW sur un événement comme le High Five, l'UTMB et consorts, c'est contribuer à véhiculer un message !

C'est un acte qui a du sens, si tant est que la démarche derrière en ait aussi. Alors c'était important pour nous de faire du mieux qu'on pouvait, avec honnêteté et transparence.

On a donc bossé sur 2 alternatives complémentaires pour 2025/2026 :

DES T-SHIRTS ET DES CASQUETTES

Neuves made in France en collaboration avec Pavenrod, une petite entreprise basée à Chambéry

DES SWEATS

Revalorisés en collaboration avec l'entreprise 3.5 pour des pièces de secondes mains uniques

L'objectif pour nous, comme toujours : être honnête et transparent sur nos intentions, sur ce qu'on défend, sur nos choix, et vous proposer des alternatives qui nous conviennent.

Ton armoire est pleine à craquer : les patchs sont disponibles ! C'est pas cher et on a même un tuto pour t'apprendre à le coudre.

T'es chaud·e de nous soutenir en achetant un vêtement POW mais t'aimerais bien éviter le neuf : avec 3.5, opte pour de la seconde main revalorisée pour une pièce unique.

T'es à l'aise avec le fait d'acheter du neuf car t'es plutôt de la team roulement de quelques t-shirts dans l'armoire : offre toi un vêtement neuf de qualité, fabriqué d'une bien meilleure façon que 99% de ce que tu pourras voir passer lors du Black Friday.

Sinon, le message le plus important : si l'unique motivation t'amenant à vouloir acheter un vêtement POW c'est soutenir notre travail, alors il y a d'autres façons de le faire, comme faire un don (que tu pourras défiscaliser !).

Quel que soit ton choix, on te remercie de nous aider à porter et amplifier la voix de la communauté outdoor en faveur du climat, du vivant et de la justice sociale.