



“opinionway

pour

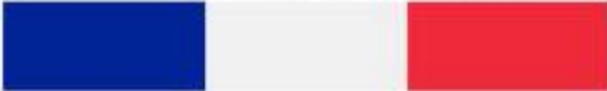


CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

Les Français et le

MADE IN FRANCE



ESOMAR²³
Corporate

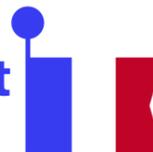


Les critères les plus importants lors de l'achat d'un produit



Q. Lors de l'achat d'un produit, quels sont les 3 critères auxquels vous accordez le plus d'importance ?

85% des Français achètent du Made In France



Les 3 types de produits Made in France les plus achetés :



70%
L'alimentaire



33%
L'hygiène et la cosmétique



32%
Les vêtements

Q. Dans quelles grandes catégories parmi les suivantes achetez-vous des produits « Made in France » ?

on en consomme...

63%

...pour soutenir les producteurs locaux

56%

...pour soutenir l'économie française

47%

...parce qu'ils sont de meilleure qualité



89%

des Français souhaitent consommer davantage de produits Made In France

67%

des Français déclarent que l'inflation a eu un impact sur l'achat de produits **Made in France**

dont...

80%

ont restreint ces achats

63%

ont différé ces achats

64%

ont renoncé à ces achats



Les freins à la consommation

 **70%** Ils sont trop chers

 **43%** Certains produits n'existent pas ou plus en 'Made in France'

 **35%** Vous n'êtes pas sûr que les produits soient vraiment 'Made in France'

52%



trouvent que les produits **Made in France** ne sont **pas suffisamment mis en avant** par les acteurs de la **grande distribution**



Des produits à **relocaliser** en priorité...



69%
L'alimentaire



58%
Les vêtements



52%
L'électroménager



Méthodologie & principaux enseignements

“*opinionway*” pour

 CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

MADE IN
FRANCE



ESOMAR²³
Corporate



La méthodologie

Echantillon de **1 013 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Les interviews ont eu lieu **du 4 au 6 octobre 2023**.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.

Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Les résultats

“*opinionway*” pour

 CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

MADE IN
FRANCE



ESOMAR²³
Corporate



85% des Français achètent des produits Made in France



- ▶ La crise des prix traversée depuis maintenant deux ans est très clairement visible dans les critères d'achat des Français : **80% citent le prix, seulement talonné par la qualité (73%)**. Le pays de fabrication est certes le quatrième cité, mais occupe une place secondaire (23%). Pour autant, malgré la crise **plus de huit Français sur dix déclarent acheter des produits Made in France (85%)**.
 - Le pays de fabrication est un critère plus important chez les Français disposant de revenus élevés : 30% chez les personnes dont le foyer gagne 3 500€ ou plus par mois, contre 20% chez les personnes moins aisées.
- ▶ **L'achat de Made in France est particulièrement porté par les produits alimentaires : 70% des Français en achètent**, soit au moins deux fois plus que chacune des autres catégories proposées (33% pour les produits d'hygiène et cosmétique, 32% pour les vêtements). L'alimentation n'est toutefois pas le seul secteur d'achat de produits Made in France, **73% des personnes interrogées faisant des achats d'autres types de produits fabriqués en France**.
 - La consommation de produits Made in France est particulièrement courante au sein des catégories socioprofessionnelles supérieures (88%), et moins au sein des catégories populaires (79%).
- ▶ **Le patriotisme économique apparaît comme la première motivation pour l'achat de produit Made in France**. 63% des acheteurs de ces produits déclarent qu'ils le font pour soutenir les producteurs locaux, et 56% pour soutenir l'économie française. La deuxième source de motivation renvoie davantage aux critères d'achats des Français et à la valeur intrinsèque des produits : 47% déclarent qu'ils achètent des produits Made in France parce qu'ils sont de meilleure qualité.



9 Français sur 10 souhaitent consommer plus de produits Made in France



- ▶ La population française dans son ensemble exprime le **souhait de consommer plus de produits fabriqués dans l'Hexagone** : 89%, et même **93% des personnes qui consomment déjà ce type de produits**. Le prix est une nouvelle fois évoqué, mais ici en tant que frein empêchant une consommation plus assidue de Made in France (70%).
- ▶ Sur le sujet financier plus largement, **67% de l'ensemble des Français interrogés déclarent que l'inflation a eu un impact sur leur consommation de Made in France**. Dans le détail, 80% de ces Français ont dû se restreindre sur les achats de Made in France, 63% ont choisi d'en différer et 64% ont été contraints de renoncer à des achats de ce type.
 - L'inflation a eu un impact plus fort sur les achats de Made in France des personnes appartenant aux catégories populaires (74%), mais a également eu un effet sur les achats d'une majorité des personnes des catégories socioprofessionnelles supérieures (65%).
- ▶ En dehors du prix, l'information sur les produits Made in France est également citée comme un obstacle par les personnes qui aimeraient consommer davantage de produits français. Précisément, 35% de ces personnes déclarent ne pas être convaincues que les produits soient vraiment Made in France. Le **manque de visibilité des produits français** est d'ailleurs largement reconnu : **45% des répondants estiment qu'ils ne sont pas facilement identifiables dans les points de vente**, et une majorité juge même que les acteurs de la distribution ne les mettent pas suffisamment en avant (52%).
 - 59% des personnes qui n'achètent pas de produits Made in France déclarent que ces produits ne sont pas facilement identifiables dans les points de vente.



94% des Français désignent au moins un type de produit dont il faudrait relocaliser la production en France



- ▶ Au-delà de la simple visibilité, 43% des interviewés qui aimeraient acheter davantage de Made in France indiquent que **certains produits qu'ils consomment n'existent pas ou plus en production locale**. Ce chiffre renvoie plus largement aux attentes très fortes des Français en matière de relocalisation des produits : **94% citent au moins un type de produit pour lesquels ils estiment que les entreprises devraient relocaliser leurs productions en France**. Plus de deux tiers citent en particulier le secteur de l'alimentation (69%), et une majorité cite également les vêtements (58%) et l'électroménager (52%).
- ▶ Fortement réclamée par les personnes interrogées, la relocalisation en France peut avoir un impact positif pour les entreprises. 83% des Français déclarent ainsi que le fait qu'une entreprise relocalise sa production sur le territoire national pourrait les inciter à acheter des produits qu'ils n'achetaient pas auparavant. Pour 22% des personnes interrogées, cet effet serait même certain.



L'achat de produits « Made in France »

“*opinionway*” pour

 CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

MADE IN
FRANCE



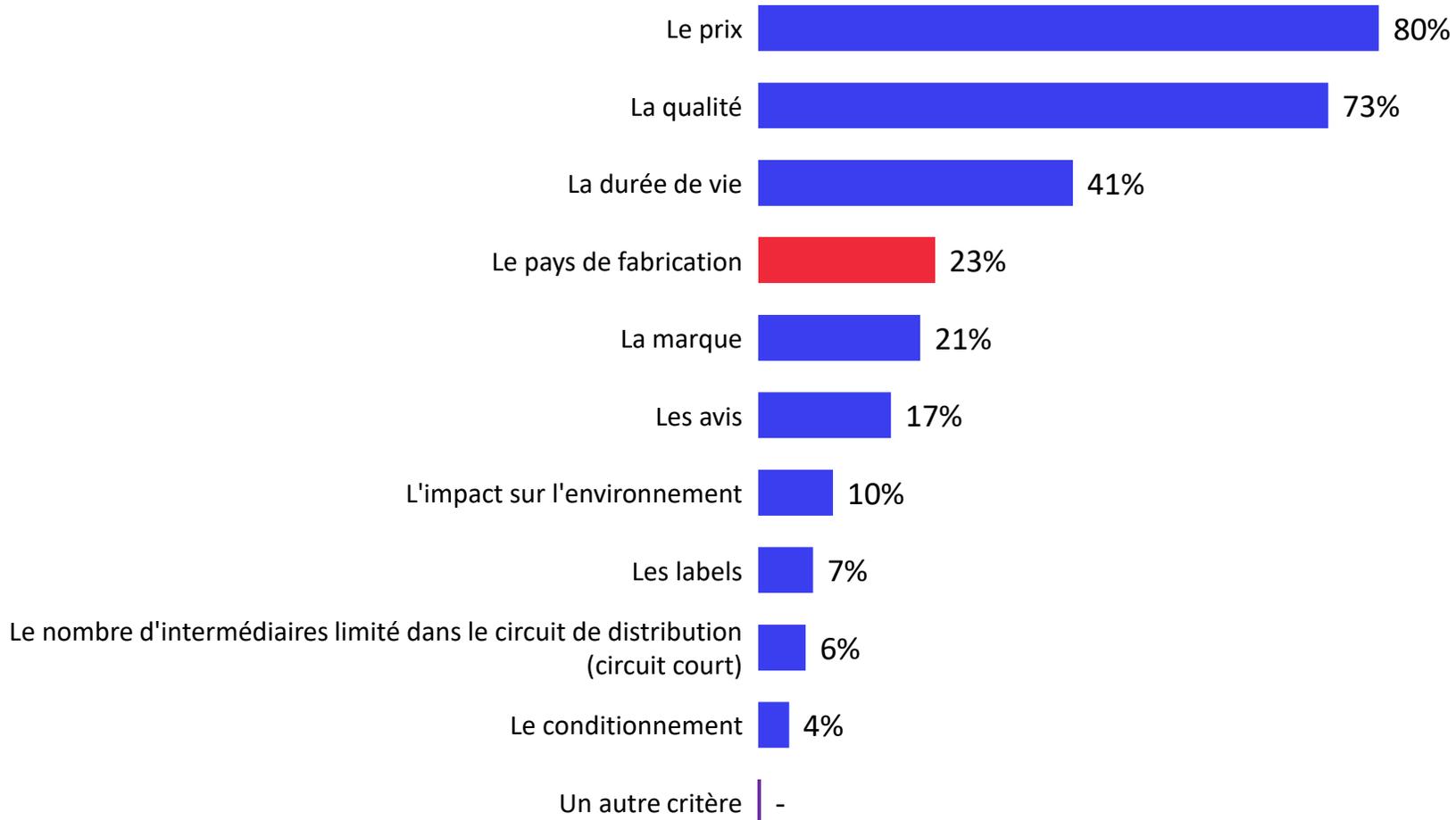
ESOMAR²³
Corporate



Les critères les plus importants lors de l'achat d'un produit

Q. Lors de l'achat d'un produit, quels sont les 3 critères auxquels vous accordez le plus d'importance ?

BASE : Ensemble (1013 répondants) / Trois réponses possibles, total supérieur à 100%





Les critères les plus importants lors de l'achat d'un produit

Q. Lors de l'achat d'un produit, quels sont les 3 critères auxquels vous accordez le plus d'importance ?

BASE : Ensemble (1013 répondants) / Trois réponses possibles, total supérieur à 100%

	% TOTAL	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Le prix	80%	78%	82%	82%	77%	80%	81%	80%	75%	84%	80%
La qualité	73%	75%	72%	61%	62%	73%	80%	79%	74%	70%	76%
La durée de vie	41%	41%	40%	26%	35%	40%	47%	44%	41%	39%	42%
Le pays de fabrication	23%	21%	24%	20%	12%	21%	23%	31%	20%	18%	29%
La marque	21%	23%	19%	22%	26%	23%	18%	18%	19%	26%	19%
Les avis	17%	13%	20%	25%	26%	23%	12%	8%	19%	20%	14%
L'impact sur l'environnement	10%	9%	10%	10%	10%	8%	9%	11%	11%	9%	9%
Les labels	7%	8%	7%	10%	6%	8%	7%	6%	9%	6%	7%
Le nombre d'intermédiaires limité dans le circuit de distribution (circuit court)	6%	7%	6%	1%	5%	7%	7%	7%	8%	6%	5%
Le conditionnement	4%	5%	3%	8%	6%	4%	3%	2%	6%	3%	4%
Un autre critère	-	1%	-	-	-	-	1%	1%	-	-	1%



Les critères les plus importants lors de l'achat d'un produit

Q. Lors de l'achat d'un produit, quels sont les 3 critères auxquels vous accordez le plus d'importance ?

BASE : Ensemble (1013 répondants) / Trois réponses possibles, total supérieur à 100%

	% TOTAL	Revenu mensuel du foyer				Consomme « Made In France »	
		Moins de 1000 €	1 000 à 1 999 €	2 000 à 3 499 €	3 500 € ou plus	Oui	Non
Le prix	80%	84%	80%	82%	73%	78%	92%
La qualité	73%	64%	67%	77%	80%	73%	74%
La durée de vie	41%	29%	39%	42%	44%	40%	41%
Le pays de fabrication	23%	23%	18%	21%	30%	26%	5%
La marque	21%	22%	21%	21%	19%	21%	22%
Les avis	17%	15%	19%	17%	17%	17%	21%
L'impact sur l'environnement	10%	13%	10%	10%	9%	11%	2%
Les labels	7%	4%	7%	5%	11%	7%	7%
Le nombre d'intermédiaires limité dans le circuit de distribution (circuit court)	6%	2%	6%	8%	5%	7%	2%
Le conditionnement	4%	6%	6%	2%	4%	4%	1%
Un autre critère	-	-	-	1%	1%	-	1%

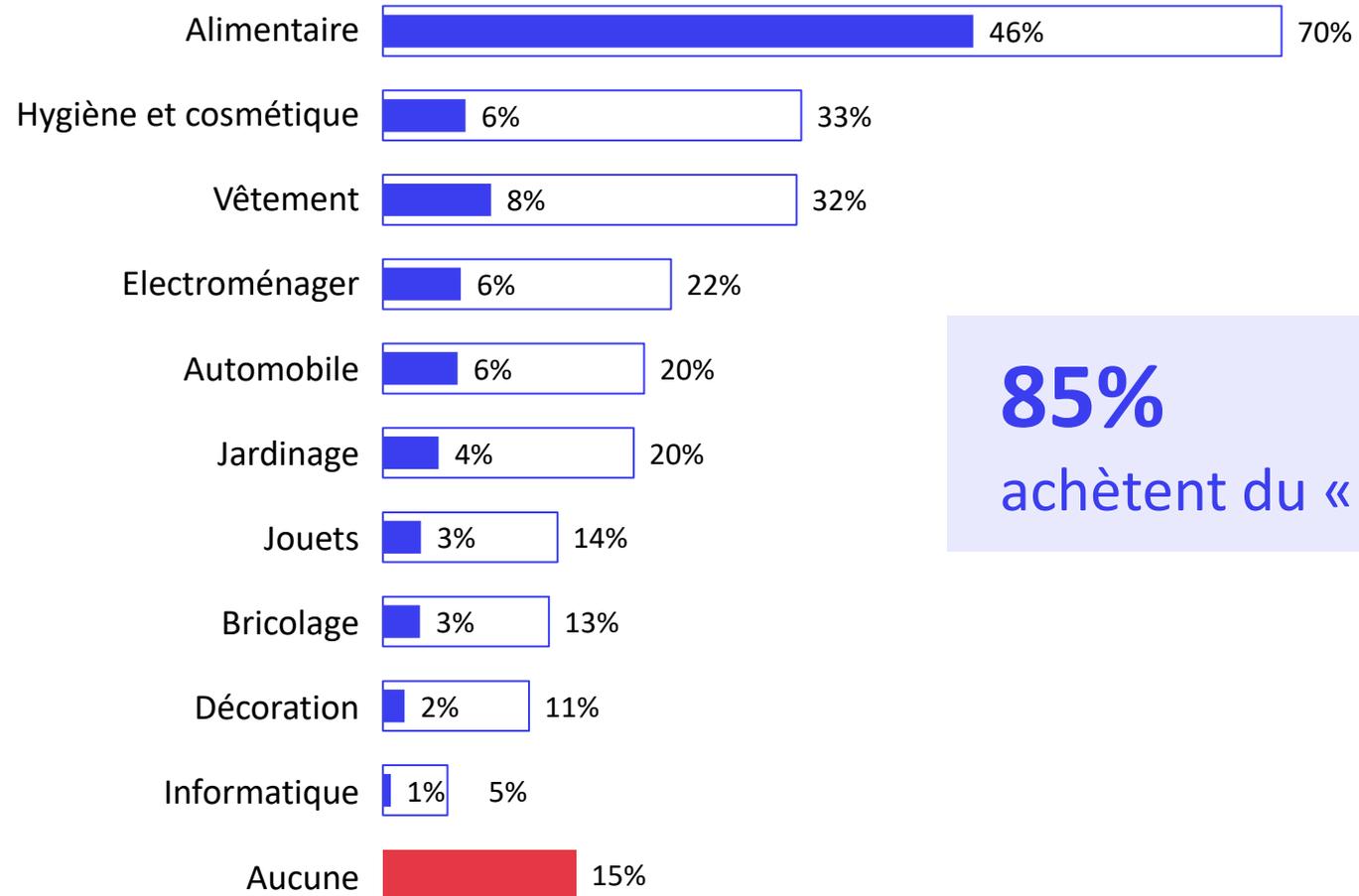


L'achat de produits « Made In France »

Q. Dans quelles grandes catégories parmi les suivantes achetez-vous des produits « Made in France » ?

BASE : Ensemble (1013 répondants) / Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

En premier Au total



85%
achètent du « Made in France »



L'achat de produits « Made In France »

Q. Dans quelles grandes catégories parmi les suivantes achetez-vous des produits « Made in France » ?

BASE : Ensemble (1013 répondants) / Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% TOTAL	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Achètent du « Made in France »	85%	83%	87%	86%	81%	81%	90%	87%	88%	79%	88%
Alimentaire	70%	67%	73%	66%	62%	64%	77%	75%	66%	66%	75%
Hygiène et cosmétique	33%	21%	43%	40%	35%	32%	34%	27%	34%	28%	34%
Vêtement	32%	30%	34%	32%	31%	30%	28%	39%	32%	28%	35%
Electroménager	22%	22%	23%	17%	23%	17%	25%	27%	22%	19%	25%
Automobile	20%	25%	16%	5%	11%	20%	23%	30%	25%	16%	21%
Jardinage	20%	24%	15%	16%	13%	19%	23%	21%	22%	17%	20%
Jouets	14%	10%	16%	9%	20%	12%	12%	15%	18%	10%	14%
Bricolage	13%	18%	8%	7%	7%	11%	15%	18%	11%	15%	13%
Décoration	11%	10%	13%	14%	14%	14%	8%	10%	10%	13%	11%
Informatique	5%	6%	4%	7%	6%	3%	5%	6%	7%	5%	3%
Aucune	15%	17%	13%	14%	19%	19%	10%	13%	12%	21%	12%



L'achat de produits « Made In France »

Q. Dans quelles grandes catégories parmi les suivantes achetez-vous des produits « Made in France » ?

BASE : Ensemble (1013 répondants) / Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

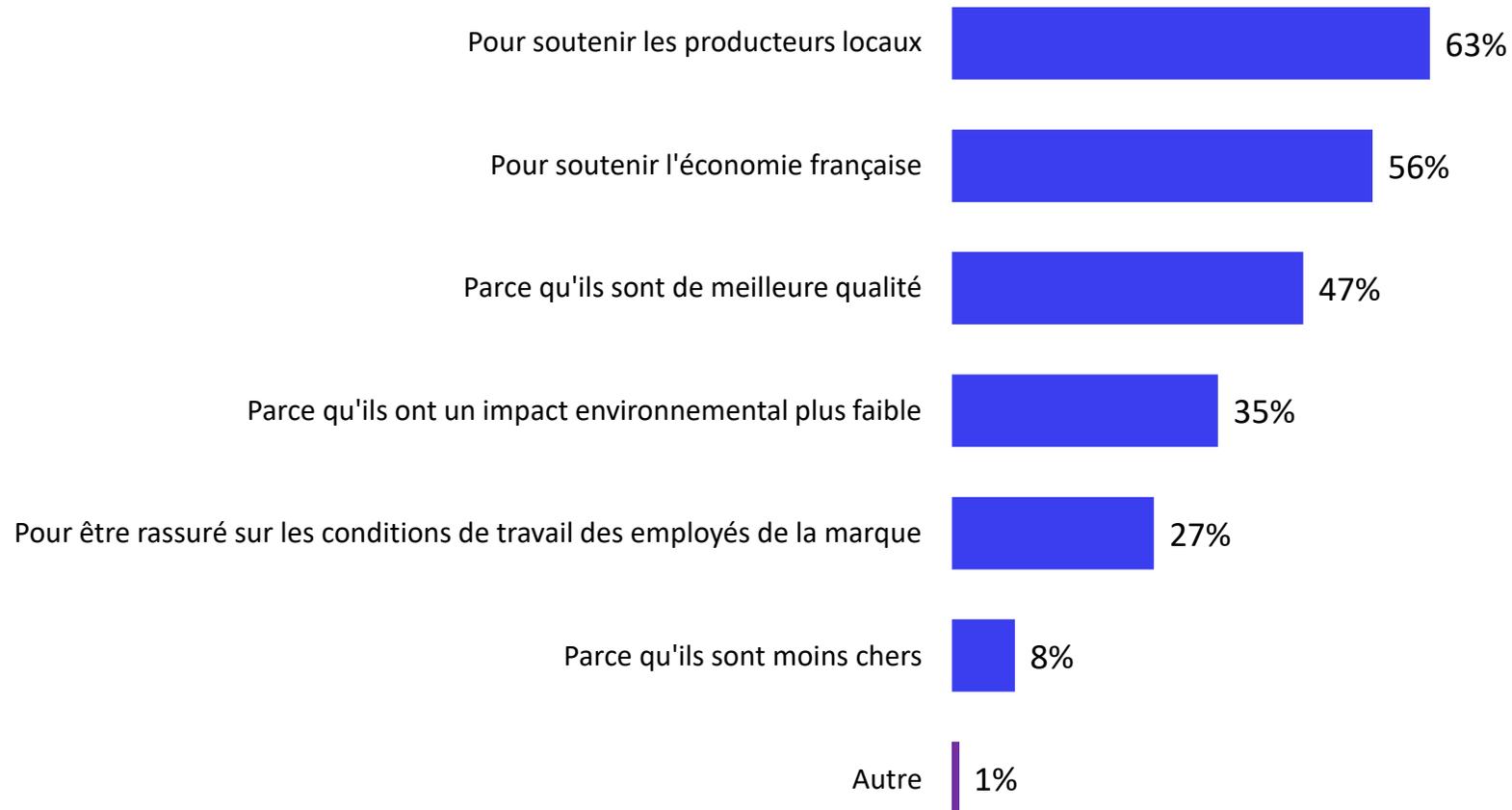
	% TOTAL	Revenu mensuel du foyer			
		Moins de 1000 €	1 000 à 1 999 €	2 000 à 3 499 €	3 500 € ou plus
Sous-total Achètent du « Made in France »	85%	87%	78%	88%	86%
Alimentaire	70%	71%	62%	70%	75%
Hygiène et cosmétique	33%	38%	28%	33%	34%
Vêtement	32%	29%	31%	33%	36%
Electroménager	22%	29%	28%	21%	19%
Automobile	20%	6%	14%	24%	29%
Jardinage	20%	14%	16%	23%	22%
Jouets	14%	11%	15%	13%	15%
Bricolage	13%	6%	9%	18%	14%
Décoration	11%	10%	12%	12%	13%
Informatique	5%	9%	6%	5%	4%
Aucune	15%	13%	22%	12%	14%



Les raisons de consommer des produits « Made In France »

Q. Pour quelles raisons consommez-vous des produits « Made In France » ?

Question posée uniquement aux personnes qui achètent des produits Made in France, soit 85% de l'échantillon (863 répondants) / Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%





Les raisons de consommer des produits « Made In France »

Q. Pour quelles raisons consommez-vous des produits « Made In France » ?

Question posée uniquement aux personnes qui achètent des produits Made in France, soit 85% de l'échantillon (863 répondants) / Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% TOTAL	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Pour soutenir les producteurs locaux	63%	61%	65%	52%	57%	50%	68%	78%	61%	58%	70%
Pour soutenir l'économie française	56%	58%	54%	36%	47%	50%	61%	68%	52%	55%	60%
Parce qu'ils sont de meilleure qualité	47%	49%	44%	32%	39%	49%	53%	47%	50%	47%	44%
Parce qu'ils ont un impact environnemental plus faible	35%	32%	38%	24%	40%	35%	36%	37%	40%	33%	34%
Pour être rassuré sur les conditions de travail des employés de la marque	27%	23%	30%	27%	21%	27%	26%	30%	25%	23%	30%
Parce qu'ils sont moins chers	8%	9%	8%	22%	10%	9%	8%	1%	11%	10%	5%
Autre	1%	2%	-	-	-	4%	-	-	1%	1%	1%



Les raisons de consommer des produits « Made In France »

Q. Pour quelles raisons consommez-vous des produits « Made In France » ?

Question posée uniquement aux personnes qui achètent des produits Made in France, soit 85% de l'échantillon (863 répondants) / Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% TOTAL	Revenu mensuel du foyer			
		Moins de 1000 €	1 000 à 1 999 €	2 000 à 3 499 €	3 500 € ou plus
Pour soutenir les producteurs locaux	63%	54%	60%	59%	78%
Pour soutenir l'économie française	56%	45%	52%	53%	68%
Parce qu'ils sont de meilleure qualité	47%	46%	40%	50%	48%
Parce qu'ils ont un impact environnemental plus faible	35%	27%	30%	37%	41%
Pour être rassuré sur les conditions de travail des employés de la marque	27%	21%	30%	25%	31%
Parce qu'ils sont moins chers	8%	15%	12%	7%	5%
Autre	1%	1%	2%	1%	-



Les freins à la consommation de « Made in France »

“*opinionway*” pour

 CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

MADE IN
FRANCE



ESOMAR²³
Corporate



Le souhait de consommer davantage des produits « Made In France »

Q. Aimeriez-vous consommer davantage des produits « Made In France » ?

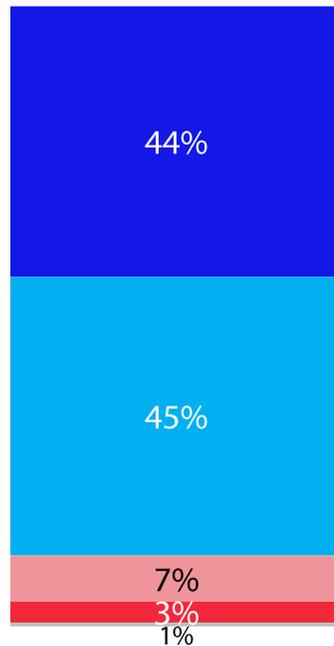
BASE : Ensemble (1013 répondants)

% Oui

- Oui, tout à fait ●
- Oui, plutôt ●
- Non, plutôt pas ●
- Non, pas du tout ●
- NSP ●

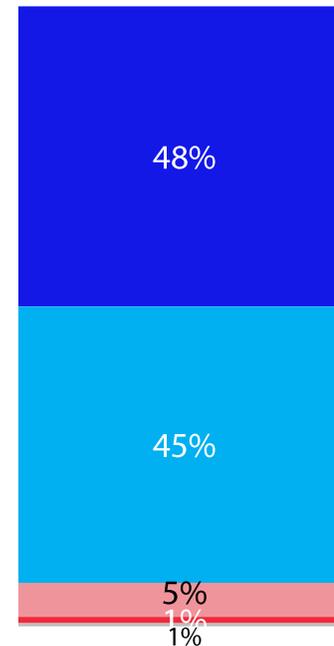
Ensemble des Français
1013 personnes

89%



Acheteurs de « Made In France »
863 personnes

93%





Le souhait de consommer davantage des produits « Made In France »

Q. Aimeriez-vous consommer davantage des produits « Made In France » ?

BASE : Ensemble (1013 répondants)

	% TOTAL	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	89%	87%	90%	72%	83%	90%	92%	93%	88%	89%	89%
<i>...Oui, tout à fait</i>	44%	40%	47%	30%	36%	46%	48%	47%	48%	39%	44%
<i>...Oui, plutôt</i>	45%	47%	43%	42%	47%	44%	44%	46%	40%	50%	45%
Sous-total Non	10%	12%	9%	28%	17%	9%	8%	6%	12%	10%	10%
<i>...Non, plutôt pas</i>	7%	7%	7%	24%	12%	5%	5%	4%	8%	6%	8%
<i>...Non, pas du tout</i>	3%	5%	2%	4%	5%	4%	3%	2%	4%	4%	2%



Le souhait de consommer davantage des produits « Made In France »

Q. Aimeriez-vous consommer davantage des produits « Made In France » ?

BASE : Ensemble (1013 répondants)

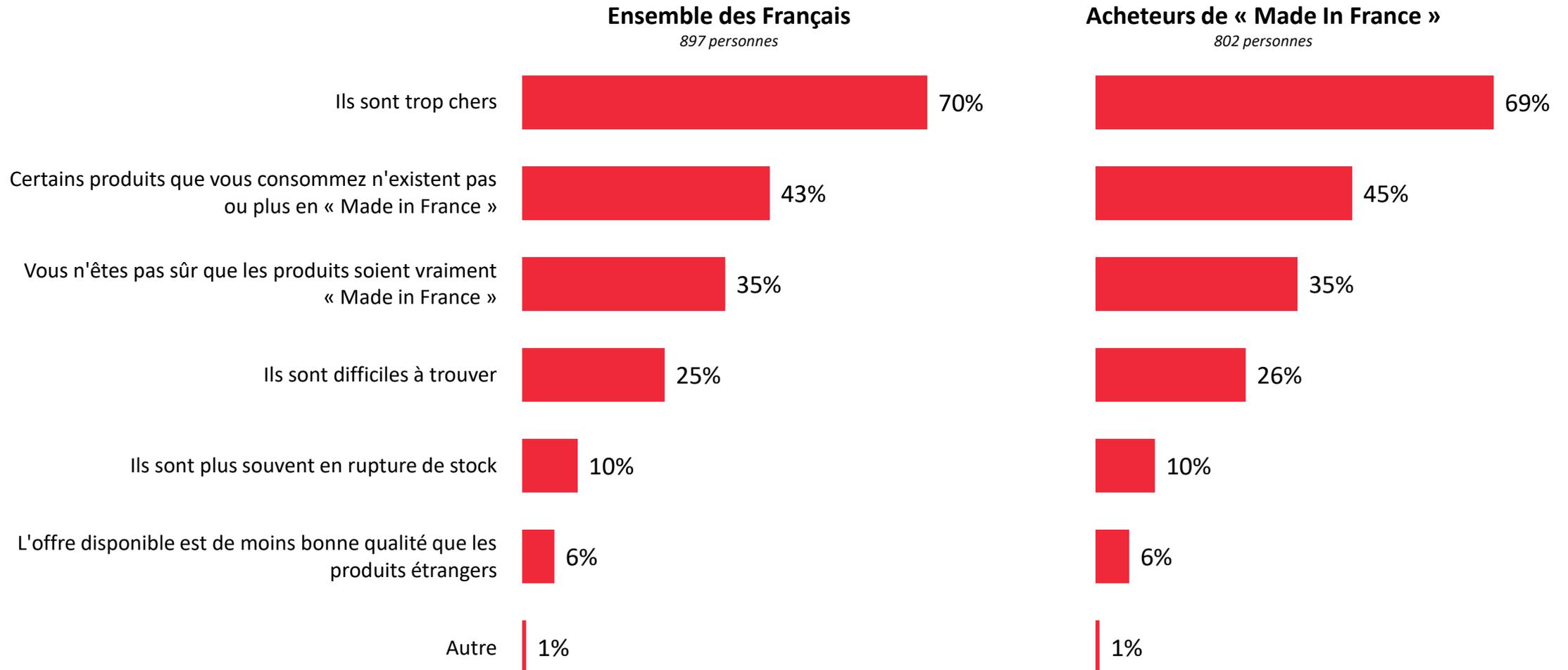
	% TOTAL	Revenu mensuel du foyer				Consomme « Made In France »	
		Moins de 1000 €	1 000 à 1 999 €	2 000 à 3 499 €	3 500 € ou plus	Oui	Non
Sous-total Oui	89%	80%	85%	90%	92%	93%	63%
<i>...Oui, tout à fait</i>	44%	40%	37%	43%	53%	48%	16%
<i>...Oui, plutôt</i>	45%	40%	48%	47%	39%	45%	47%
Sous-total Non	10%	20%	15%	9%	7%	6%	36%
<i>...Non, plutôt pas</i>	7%	17%	10%	6%	4%	5%	19%
<i>...Non, pas du tout</i>	3%	3%	5%	3%	3%	1%	17%



Les freins à la consommation de produits « Made In France »

Q. Pour quelles raisons ne pouvez-vous pas consommer autant de produits « Made in France » que vous aimeriez ?

Question posée aux personnes qui aimeraient consommer davantage de produits Made in France, soit 89% de l'échantillon (897 répondants) / Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%





Les freins à la consommation de produits « Made In France »

Q. Pour quelles raisons ne pouvez-vous pas consommer autant de produits « Made in France » que vous aimeriez ?

Question posée aux personnes qui aimeraient consommer davantage de produits Made in France, soit 89% de l'échantillon (897 répondants) / Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% TOTAL	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Ils sont trop chers	70%	63%	77%	74%	70%	71%	73%	66%	70%	73%	68%
Certains produits que vous consommez n'existent pas ou plus en « Made in France »	43%	48%	39%	34%	29%	41%	44%	54%	45%	33%	50%
Vous n'êtes pas sûr que les produits soient vraiment « Made in France »	35%	40%	31%	26%	26%	32%	38%	43%	38%	27%	40%
Ils sont difficiles à trouver	25%	25%	24%	17%	21%	26%	29%	24%	28%	23%	25%
Ils sont plus souvent en rupture de stock	10%	12%	7%	11%	8%	8%	12%	9%	9%	12%	9%
L'offre disponible est de moins bonne qualité que les produits étrangers	6%	7%	4%	9%	10%	5%	4%	5%	6%	7%	5%
Autre	1%	1%	-	-	-	1%	2%	-	2%	1%	-



Les freins à la consommation de produits « Made In France »

Q. Pour quelles raisons ne pouvez-vous pas consommer autant de produits « Made in France » que vous aimeriez ?

Question posée aux personnes qui aimeraient consommer davantage de produits Made in France, soit 89% de l'échantillon (897 répondants) / Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	% TOTAL	Revenu mensuel du foyer				Consomme « Made In France »	
		Moins de 1000 €	1 000 à 1 999 €	2 000 à 3 499 €	3 500 € ou plus	Oui	Non
Ils sont trop chers	70%	78%	72%	72%	63%	69%	80%
Certains produits que vous consommez n'existent pas ou plus en « Made in France »	43%	40%	33%	42%	56%	45%	30%
Vous n'êtes pas sûr que les produits soient vraiment « Made in France »	35%	26%	31%	37%	41%	35%	37%
Ils sont difficiles à trouver	25%	18%	23%	26%	28%	26%	14%
Ils sont plus souvent en rupture de stock	10%	9%	12%	12%	6%	10%	4%
L'offre disponible est de moins bonne qualité que les produits étrangers	6%	7%	2%	6%	7%	6%	4%
Autre	1%	-	1%	1%	-	1%	1%



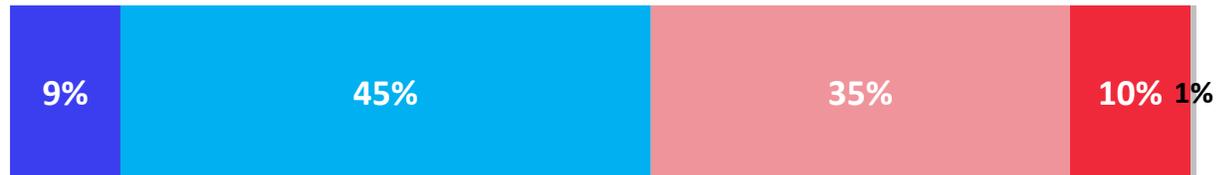
La visibilité donnée aux produits « Made In France »

Q. Vous personnellement, trouvez-vous que... ?

BASE : Ensemble (1013 répondants)

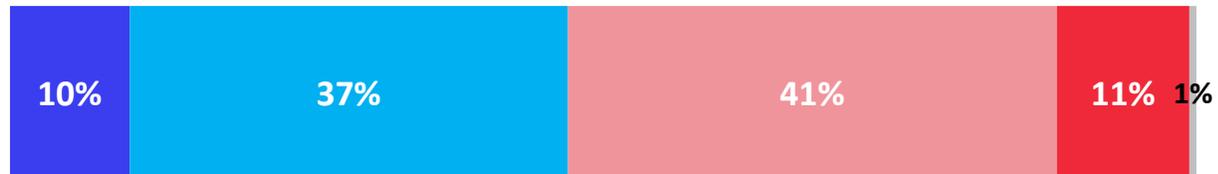
% Oui

Les produits « Made in France » sont facilement identifiables dans les points de vente



54%

Les produits « Made in France » sont assez mis en avant par les acteurs de la distribution



47%

● Oui, tout à fait ● Oui, plutôt ● Non, plutôt pas ● Non, pas du tout ● NSP



La visibilité donnée aux produits « Made In France »

Q. Vous personnellement, trouvez-vous que... ?

BASE : Ensemble (1013 répondants)

	% OUI	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Les produits « Made in France » sont facilement identifiables dans les points de vente	54%	53%	54%	55%	59%	58%	53%	48%	54%	63%	48%
Les produits « Made in France » sont assez mis en avant par les acteurs de la distribution	47%	47%	47%	47%	48%	56%	47%	39%	53%	52%	40%

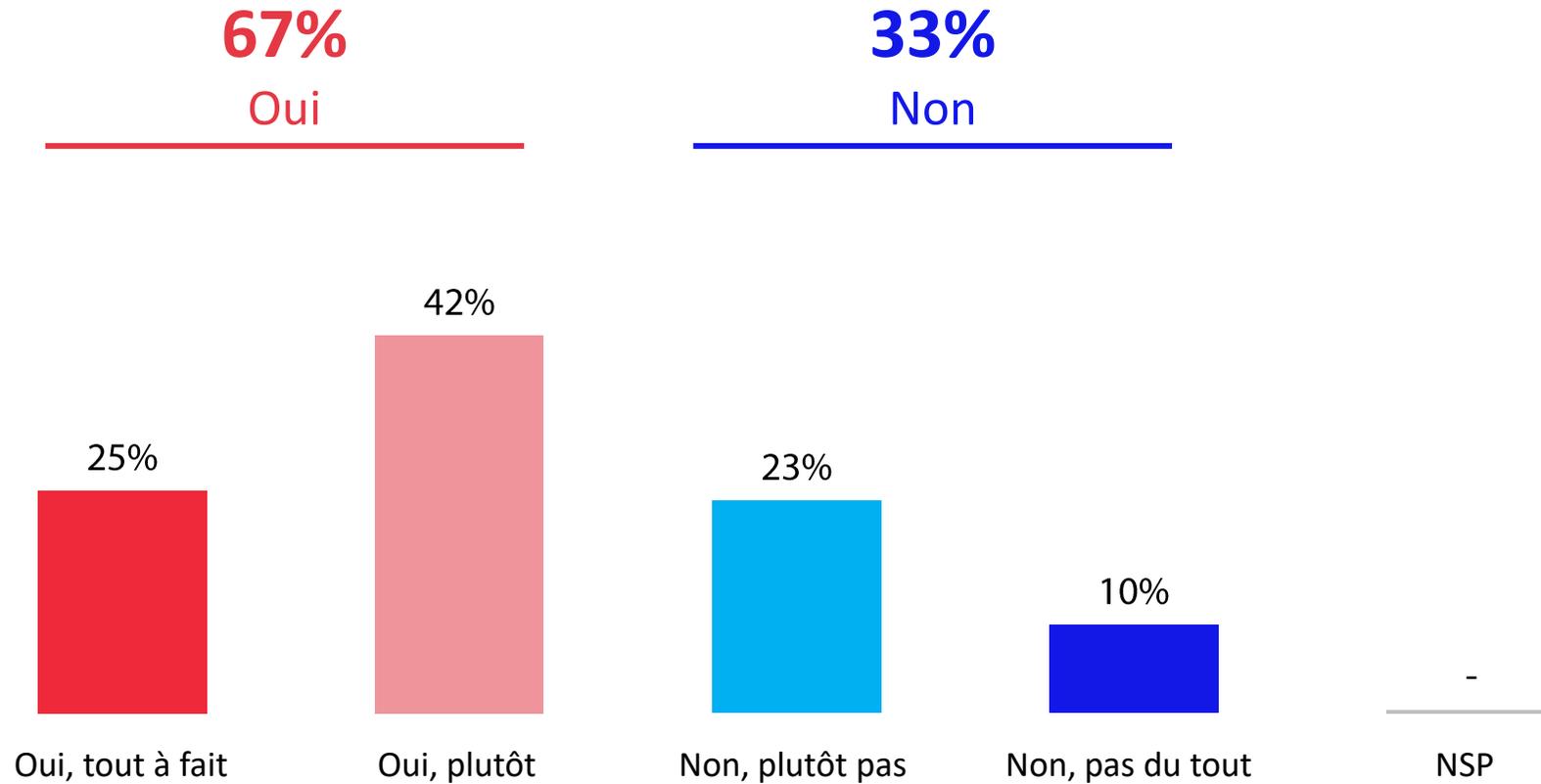
	% OUI	Revenu mensuel du foyer				Consomme « Made In France »	
		Moins de 1000 €	1 000 à 1 999 €	2 000 à 3 499 €	3 500 € ou plus	Oui	Non
Les produits « Made in France » sont facilement identifiables dans les points de vente	54%	58%	53%	55%	52%	57%	39%
Les produits « Made in France » sont assez mis en avant par les acteurs de la distribution	47%	48%	42%	50%	48%	49%	39%



L'impact de l'inflation sur les produits « Made in France »

Q. Diriez-vous ou non que l'inflation a eu un impact sur votre consommation de produits « Made in France » ?

BASE : Ensemble (1013 répondants)





L'impact de l'inflation sur les produits « Made in France »

Q. Diriez-vous ou non que l'inflation a eu un impact sur votre consommation de produits « Made in France » ?

BASE : Ensemble (1013 répondants)

	% TOTAL	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	67%	61%	71%	61%	76%	72%	68%	57%	65%	74%	61%
<i>...Oui, tout à fait</i>	25%	21%	28%	30%	26%	29%	22%	20%	26%	26%	23%
<i>...Oui, plutôt</i>	42%	40%	43%	31%	50%	43%	46%	37%	39%	48%	38%
Sous-total Non	33%	39%	29%	39%	24%	28%	32%	43%	35%	25%	39%
<i>...Non, plutôt pas</i>	23%	26%	22%	26%	17%	21%	22%	30%	25%	18%	28%
<i>...Non, pas du tout</i>	10%	13%	7%	13%	7%	7%	10%	13%	10%	7%	11%



L'impact de l'inflation sur les produits « Made in France »

Q. Diriez-vous ou non que l'inflation a eu un impact sur votre consommation de produits « Made in France » ?

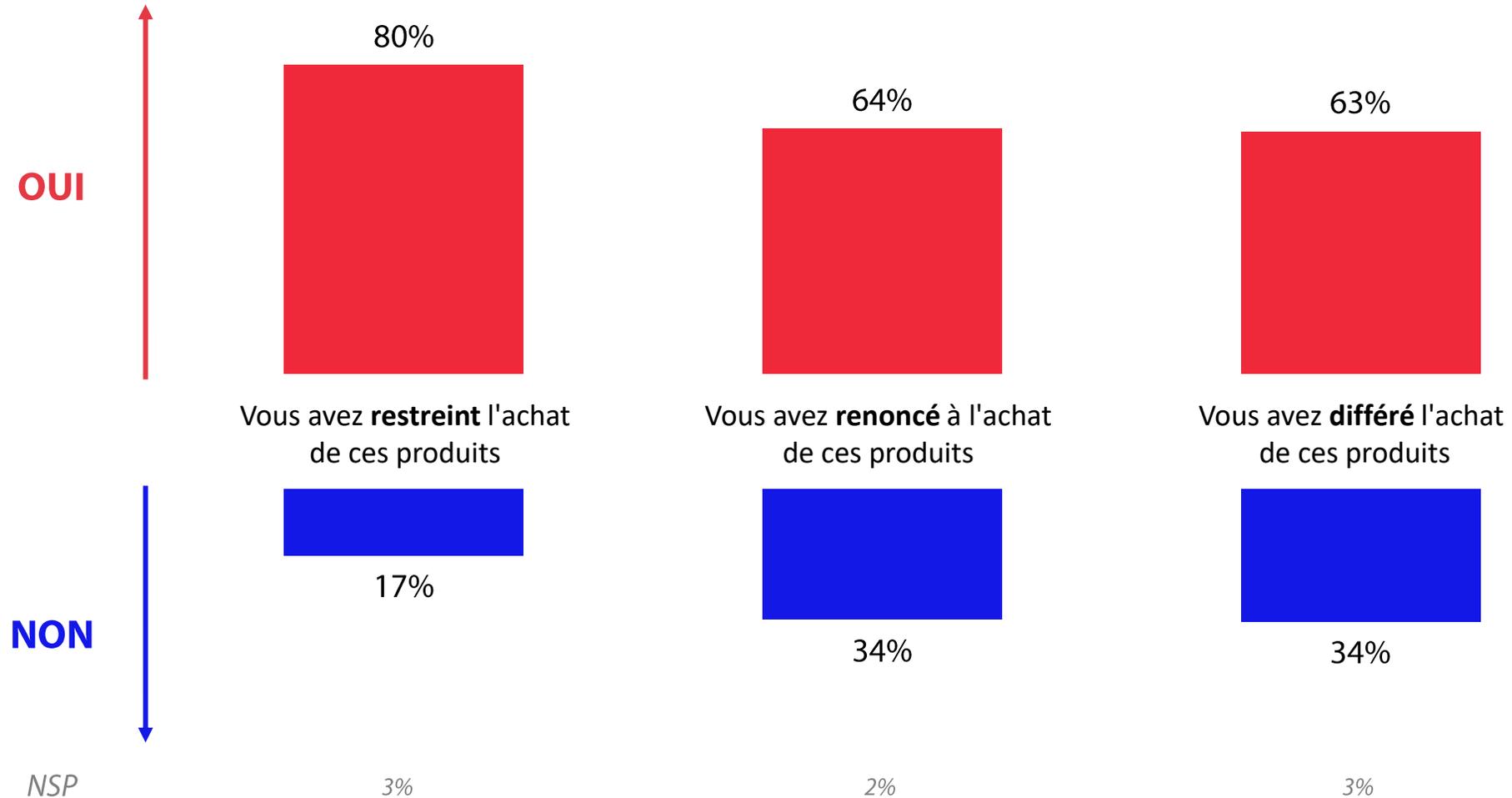
BASE : Ensemble (1013 répondants)

	% TOTAL	Revenu mensuel du foyer				Consomme « Made In France »	
		Moins de 1000 €	1 000 à 1 999 €	2 000 à 3 499 €	3 500 € ou plus	Oui	Non
Sous-total Oui	67%	70%	74%	70%	53%	69%	50%
<i>...Oui, tout à fait</i>	25%	38%	34%	22%	16%	24%	25%
<i>...Oui, plutôt</i>	42%	32%	40%	48%	37%	45%	25%
Sous-total Non	33%	30%	26%	29%	46%	31%	50%
<i>...Non, plutôt pas</i>	23%	27%	17%	21%	30%	23%	28%
<i>...Non, pas du tout</i>	10%	3%	9%	8%	16%	8%	22%



Les impacts de l'inflation

Q. Vous avez dit que l'inflation a eu un impact sur votre consommation de produits « Made in France ». Vous diriez que du fait de l'inflation...
Question posée aux personnes qui ont perçu un impact de l'inflation sur leur consommation de produits Made in France, soit 67% de l'échantillon (672 personnes)





Les impacts de l'inflation

Q. Vous avez dit que l'inflation a eu un impact sur votre consommation de produits « Made in France ». Vous diriez que du fait de l'inflation...
Question posée aux personnes qui ont perçu un impact de l'inflation sur leur consommation de produits Made in France, soit 67% de l'échantillon (672 personnes)

	% OUI	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Vous avez restreint l'achat de ces produits	80%	75%	85%	83%	79%	75%	81%	85%	79%	75%	84%
Vous avez renoncé à l'achat de ces produits	64%	63%	64%	75%	69%	62%	61%	59%	60%	67%	62%
Vous avez différé l'achat de ces produits	63%	60%	65%	72%	61%	62%	66%	58%	69%	59%	62%

	% OUI	Revenu mensuel du foyer				Consomme « Made In France »	
		Moins de 1000 €	1 000 à 1 999 €	2 000 à 3 499 €	3 500 € ou plus	Oui	Non
Vous avez restreint l'achat de ces produits	80%	87%	87%	76%	78%	80%	77%
Vous avez renoncé à l'achat de ces produits	64%	78%	72%	60%	53%	61%	84%
Vous avez différé l'achat de ces produits	63%	76%	65%	61%	58%	64%	56%



Les Français et la relocalisation des produits

“*opinionway*” pour

 CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

MADE IN
FRANCE



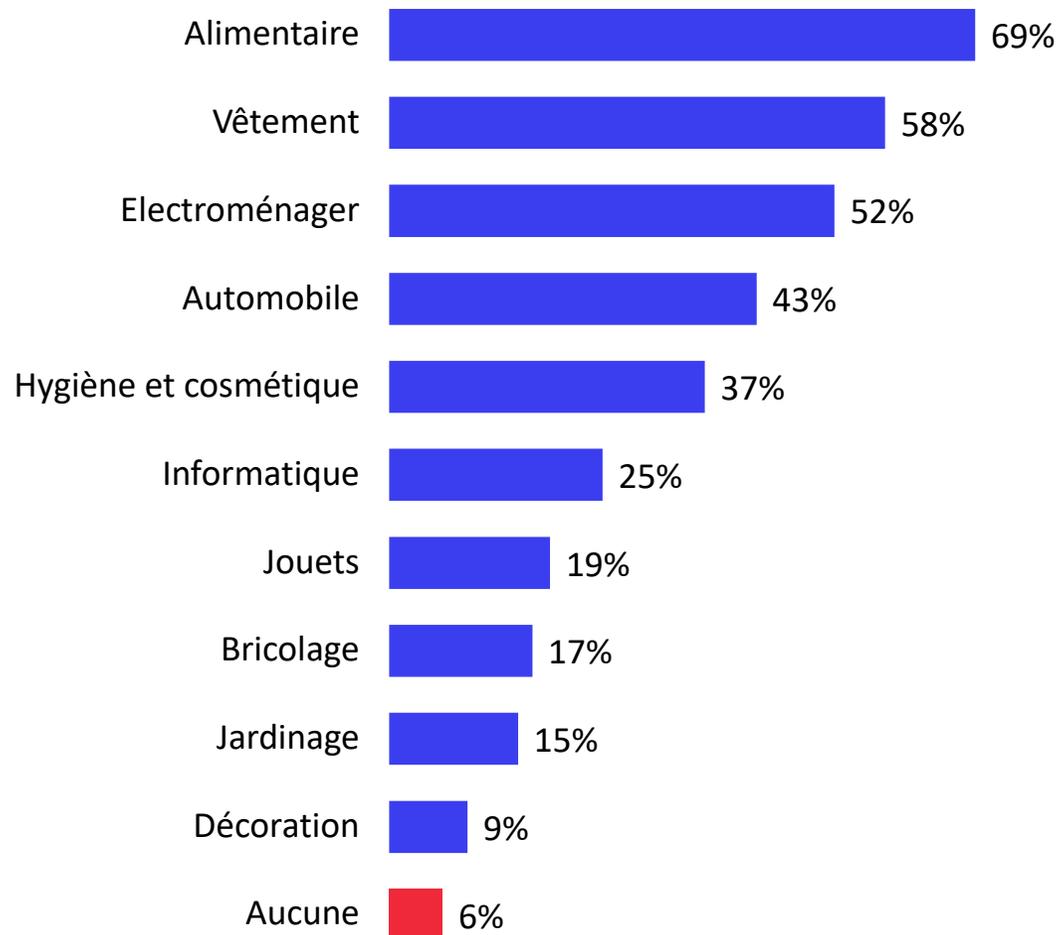
ESOMAR²³
Corporate



Les catégories de produits à relocaliser en priorité

Q. Parmi les grandes catégories de produits suivants, pour lesquelles jugeriez-vous le plus important que les entreprises relocalisent leur production en France ?

BASE : Ensemble (1013 répondants) / Cinq réponses possibles, total supérieur à 100%





Les catégories de produits à relocaliser en priorité

Q. Parmi les grandes catégories de produits suivants, pour lesquelles jugeriez-vous le plus important que les entreprises relocalisent leur production en France ?

BASE : Ensemble (1013 répondants) / Cinq réponses possibles, total supérieur à 100%

	% TOTAL	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Alimentaire	69%	69%	68%	58%	59%	62%	76%	78%	67%	64%	74%
Vêtement	58%	57%	59%	51%	44%	55%	64%	67%	59%	50%	63%
Electroménager	52%	56%	49%	26%	43%	48%	61%	63%	52%	47%	55%
Automobile	43%	50%	37%	24%	29%	34%	56%	55%	46%	37%	45%
Hygiène et cosmétique	37%	31%	43%	33%	30%	39%	41%	37%	34%	38%	38%
Informatique	25%	28%	22%	16%	18%	23%	26%	34%	26%	18%	29%
Jouets	19%	15%	23%	15%	19%	19%	18%	20%	17%	20%	19%
Bricolage	17%	21%	13%	3%	13%	17%	22%	20%	15%	23%	14%
Jardinage	15%	17%	14%	15%	15%	12%	18%	15%	12%	17%	16%
Décoration	9%	8%	11%	11%	10%	15%	8%	4%	11%	12%	6%
Aucune	6%	4%	8%	14%	14%	7%	2%	2%	6%	8%	6%



Les catégories de produits à relocaliser en priorité

Q. Parmi les grandes catégories de produits suivants, pour lesquelles jugeriez-vous le plus important que les entreprises relocalisent leur production en France ?

BASE : Ensemble (1013 répondants) / Cinq réponses possibles, total supérieur à 100%

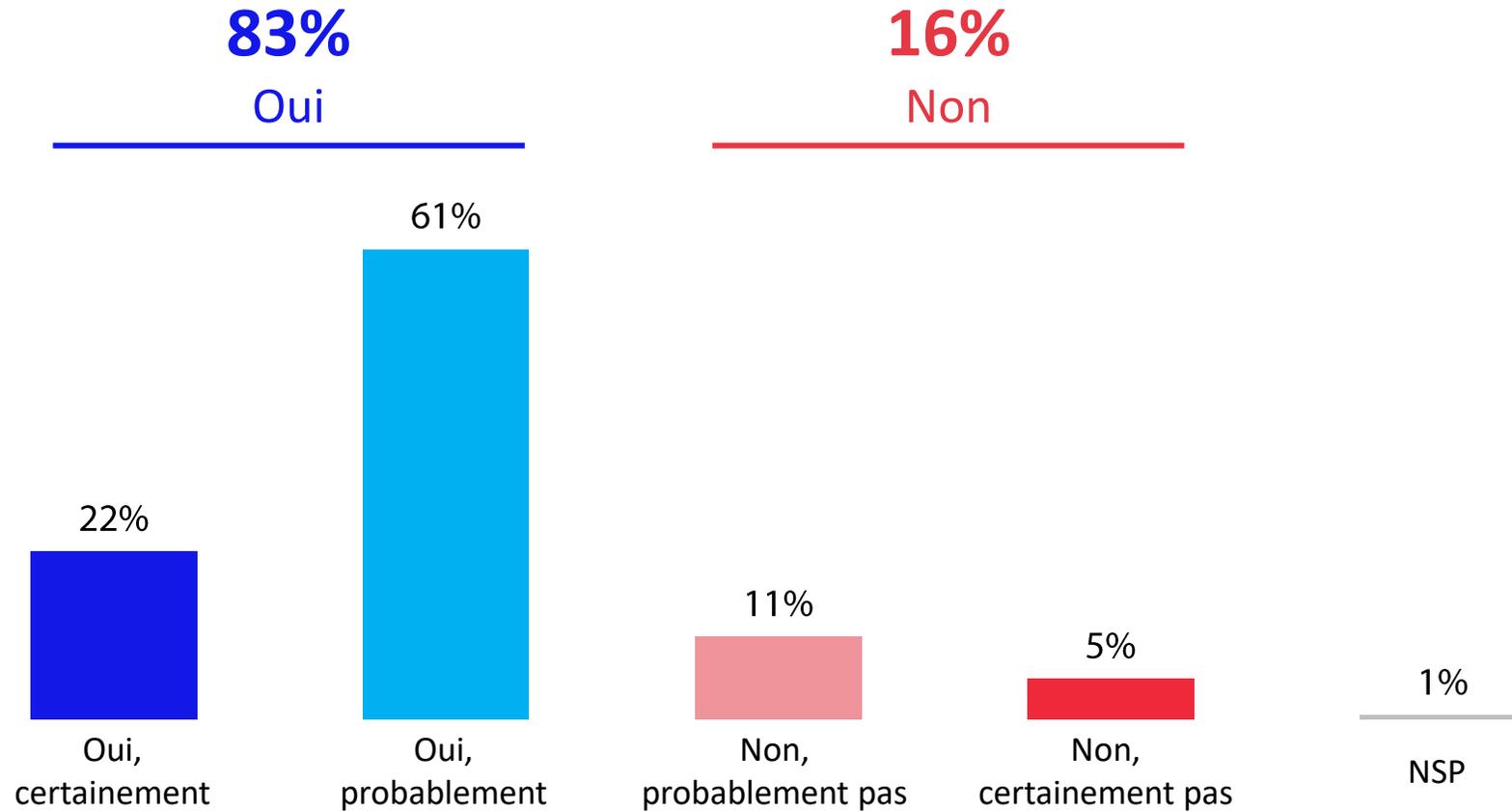
	% TOTAL	Revenu mensuel du foyer				Consomme « Made In France »	
		Moins de 1000 €	1 000 à 1 999 €	2 000 à 3 499 €	3 500 € ou plus	Oui	Non
Alimentaire	69%	63%	71%	65%	74%	71%	52%
Vêtement	58%	50%	58%	59%	63%	60%	47%
Electroménager	52%	43%	54%	50%	58%	53%	50%
Automobile	43%	22%	36%	49%	51%	45%	31%
Hygiène et cosmétique	37%	31%	37%	35%	43%	39%	26%
Informatique	25%	22%	27%	24%	29%	25%	25%
Jouets	19%	21%	20%	19%	21%	20%	15%
Bricolage	17%	13%	16%	19%	19%	17%	14%
Jardinage	15%	21%	15%	15%	14%	16%	10%
Décoration	9%	8%	7%	12%	7%	9%	8%
Aucune	6%	10%	9%	4%	4%	3%	23%



L'impact d'une relocalisation sur l'intention d'achat des produits

Q. Diriez-vous que le fait qu'une entreprise relocalise sa production en France pourrait vous inciter à acheter des produits que vous n'achetiez pas auparavant ?

BASE : Ensemble (1013 répondants)





L'impact d'une relocalisation sur l'intention d'achat des produits

Q. Diriez-vous que le fait qu'une entreprise relocalise sa production en France pourrait vous inciter à acheter des produits que vous n'achetiez pas auparavant ?

BASE : Ensemble (1013 répondants)

	% TOTAL	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	83%	83%	84%	78%	76%	81%	87%	89%	84%	79%	86%
...Oui, certainement	22%	21%	23%	22%	20%	22%	23%	22%	25%	23%	20%
...Oui, probablement	61%	62%	61%	56%	56%	59%	64%	67%	59%	56%	66%
Sous-total Non	16%	17%	16%	22%	23%	19%	13%	10%	16%	20%	14%
...Non, probablement pas	11%	12%	10%	10%	14%	12%	10%	9%	9%	15%	9%
...Non, certainement pas	5%	5%	6%	12%	9%	7%	3%	1%	7%	5%	5%



L'impact d'une relocalisation sur l'intention d'achat des produits

Q. Diriez-vous que le fait qu'une entreprise relocalise sa production en France pourrait vous inciter à acheter des produits que vous n'achetiez pas auparavant ?

BASE : Ensemble (1013 répondants)

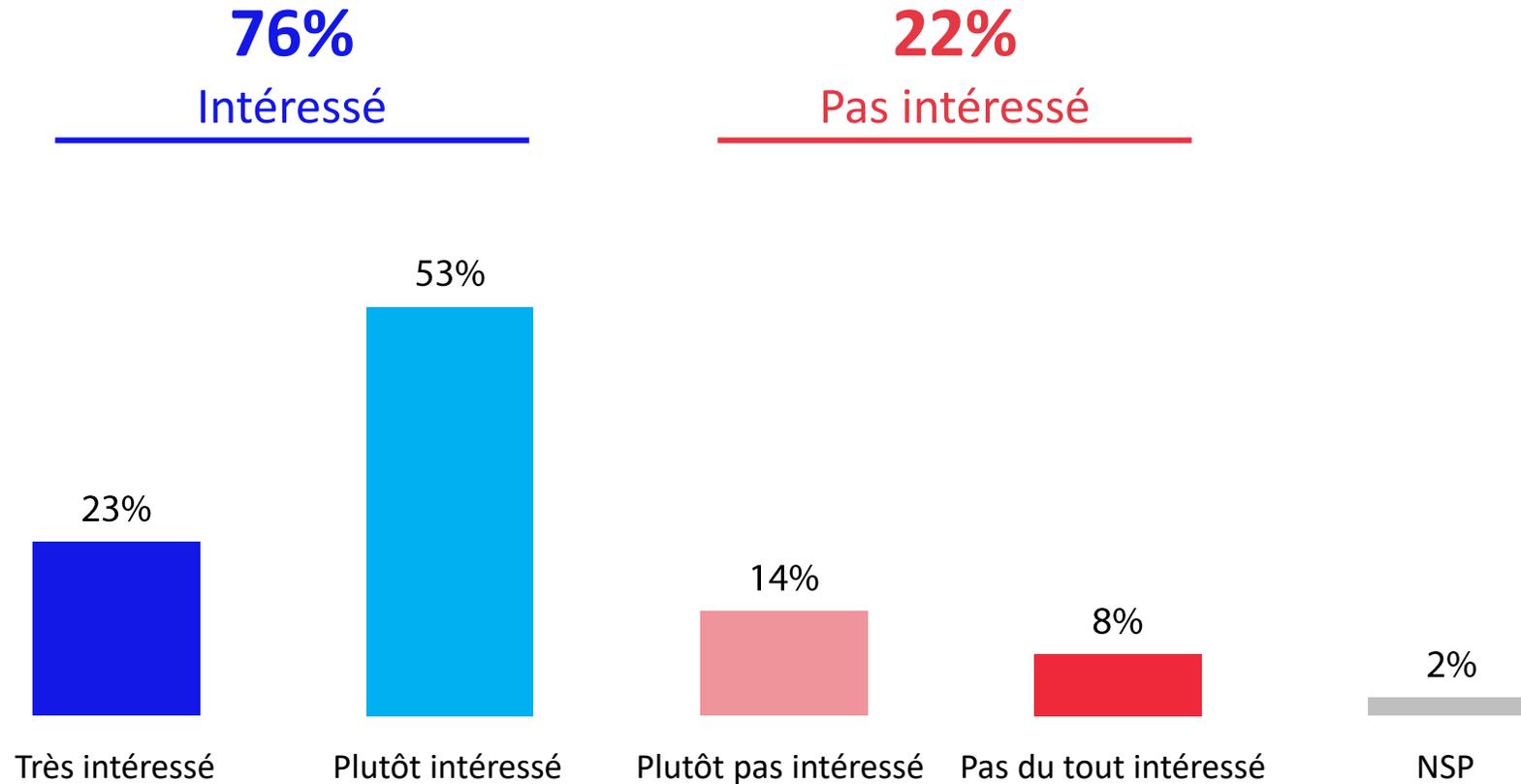
	% TOTAL	Revenu mensuel du foyer				Consomme « Made In France »	
		Moins de 1000 €	1 000 à 1 999 €	2 000 à 3 499 €	3 500 € ou plus	Oui	Non
Sous-total Oui	83%	78%	76%	88%	89%	87%	61%
...Oui, certainement	22%	27%	15%	22%	28%	23%	13%
...Oui, probablement	61%	51%	61%	66%	61%	64%	48%
Sous-total Non	16%	22%	24%	11%	11%	12%	39%
...Non, probablement pas	11%	13%	15%	8%	8%	9%	22%
...Non, certainement pas	5%	9%	9%	3%	3%	3%	17%



Le souhait de découvrir davantage les produits « Made in France »

Q. Seriez-vous intéressé ou pas intéressé par la possibilité de découvrir davantage les produits « Made in France » dans des événements de promotion du « Made in France » (salons, expositions, colloques...)?

BASE : Ensemble (1013 répondants)





Le souhait de découvrir davantage les produits « Made in France »

Q. Seriez-vous intéressé ou pas intéressé par la possibilité de découvrir davantage les produits « Made in France » dans des événements de promotion du « Made in France » (salons, expositions, colloques...)?

BASE : Ensemble (1013 répondants)

	% TOTAL	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Intéressé	76%	76%	76%	71%	74%	77%	81%	74%	80%	78%	72%
...Très intéressé	23%	21%	24%	27%	18%	24%	24%	21%	27%	22%	21%
...Plutôt intéressé	53%	55%	52%	44%	56%	53%	57%	53%	53%	56%	51%
Sous-total Pas intéressé	22%	21%	22%	28%	26%	20%	18%	21%	19%	21%	24%
...Plutôt pas intéressé	14%	13%	14%	13%	13%	14%	12%	15%	11%	14%	15%
...Pas du tout intéressé	8%	8%	8%	15%	13%	6%	6%	6%	8%	7%	9%



Le souhait de découvrir davantage les produits « Made in France »

Q. Seriez-vous intéressé ou pas intéressé par la possibilité de découvrir davantage les produits « Made in France » dans des événements de promotion du « Made in France » (salons, expositions, colloques...)?

BASE : Ensemble (1013 répondants)

	% TOTAL	Revenu mensuel du foyer				Consomme « Made In France »	
		Moins de 1000 €	1 000 à 1 999 €	2 000 à 3 499 €	3 500 € ou plus	Oui	Non
Sous-total Intéressé	76%	67%	68%	81%	82%	79%	59%
...Très intéressé	23%	28%	20%	20%	28%	25%	12%
...Plutôt intéressé	53%	39%	48%	61%	54%	54%	47%
Sous-total Pas intéressé	22%	32%	27%	17%	15%	18%	40%
...Plutôt pas intéressé	14%	19%	15%	12%	10%	12%	23%
...Pas du tout intéressé	8%	13%	12%	5%	5%	6%	17%



“opinionway

pour

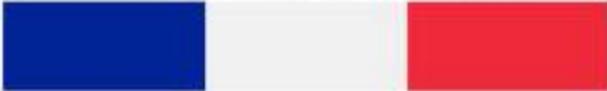


CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

Les Français et le

MADE IN FRANCE



ESOMAR²³
Corporate