opinionway

POUR

CCI FRANCE

ORIGINE FRANCE GARANTIE

Les Français et le *Made in France*

Rapport | Octobre 2026



Crédits : Jean Fourche pour Pexels



opinionway

Crédits : dev-asangbam

La méthodologie

La méthodologie

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour CCI France, en partenariat avec Origine France Garantie »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé

Echantillon de **1 505 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 à 49 ans.

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

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

Les interviews ont été réalisées **du 8 au 14 octobre 2026.**
Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.

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** : 1,1 à 2,5 points au plus pour un échantillon de 1 500 répondants.



Crédits : adobe stock

opinionway

Le profil de l'échantillon

Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 à 49 ans.

Source : INSEE

Sexe	%
Hommes	50%
Femmes	50%

Age	%
18 à 24 ans	21%
25 à 34 ans	30%
35 à 49 ans	49%

Région	%
Ile-de-France	21%
Nord-ouest	22%
Nord-est	22%
Sud-ouest	11%
Sud-est	24%

Activité professionnelle	%
Catégories socioprofessionnelles supérieures	42%
Catégories populaires	40%
Inactifs	18%



Crédits : adobe stock

opinionway

Les résultats

1



L’achat de produits *Made in France*

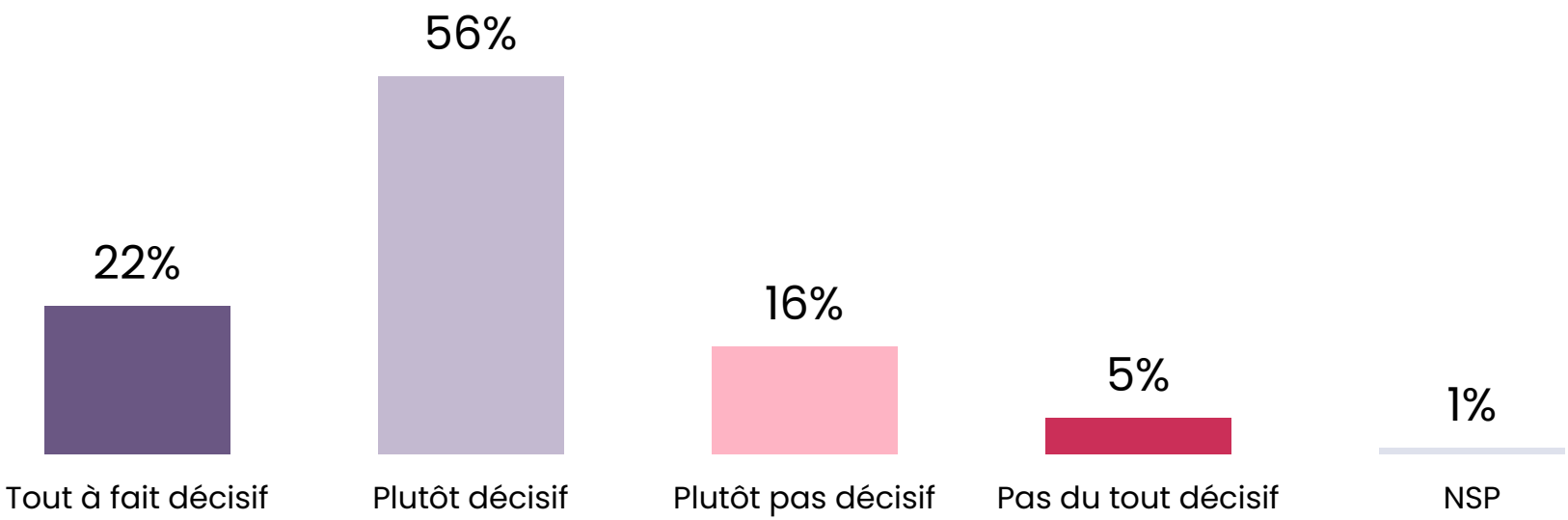
L'importance du *Made in France* dans les décisions d'achat

1505 personnes

Q. Le fait qu'un produit soit Made in France est-il un critère décisif ou pas lorsque vous faites des achats ?

78% Décisif

21% Pas décisif



L'importance du *Made in France* dans les décisions d'achat

1505 personnes

Q. Le fait qu'un produit soit Made in France est-il un critère décisif ou pas lorsque vous faites des achats ?

	% Total	SEXE		AGE			STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Décisif	**78%**	**80%**	**75%**	**76%**	**82%**	**76%**	**82%**	**77%**	**68%**
...Tout à fait décisif	***22%***	*23%*	*21%*	*23%*	*26%*	*19%*	*26%*	*20%*	*18%*
...Plutôt décisif	***56%***	*57%*	*54%*	*53%*	*56%*	*57%*	*56%*	*57%*	*50%*
Sous-total Pas décisif	**21%**	**19%**	**24%**	**22%**	**18%**	**24%**	**18%**	**23%**	**28%**
...Plutôt pas décisif	***16%***	*13%*	*19%*	*16%*	*14%*	*18%*	*13%*	*18%*	*21%*
...Pas du tout décisif	***5%***	*6%*	*5%*	*6%*	*4%*	*6%*	*5%*	*5%*	*7%*

L'importance du *Made in France* dans les décisions d'achat

1505 personnes

Q. Le fait qu'un produit soit Made in France est-il un critère décisif ou pas lorsque vous faites des achats ?

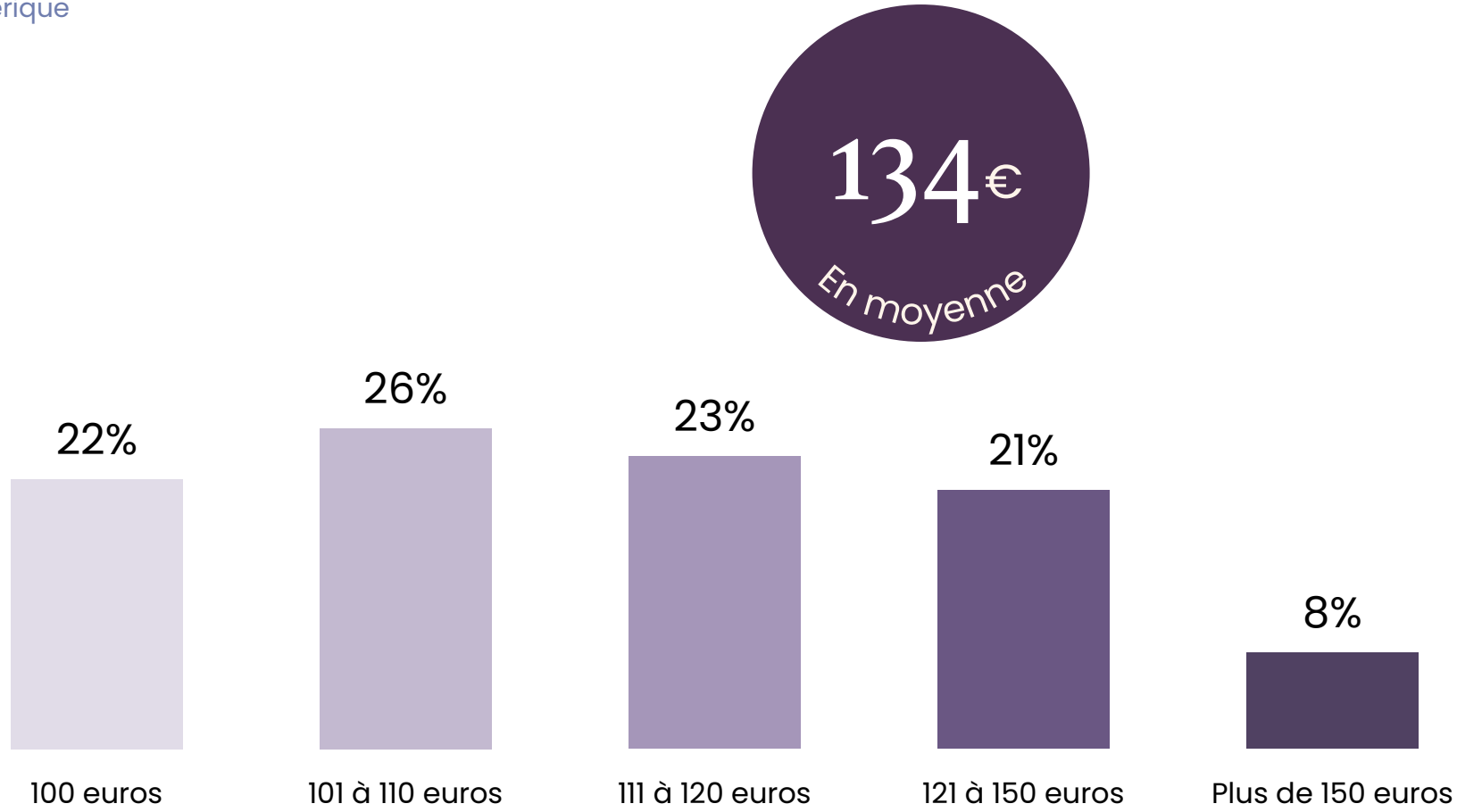
	% Total	REVENU MENSUEL NET DU FOYER				
		Moins de 1 000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3 500 à 4 999 euros	5 000 euros et plus
Sous-total Décisif	**78%**	**70%**	**76%**	**83%**	**81%**	**80%**
...Tout à fait décisif	***22%***	23%	23%	23%	20%	23%
...Plutôt décisif	***56%***	47%	53%	60%	61%	57%
Sous-total Pas décisif	**21%**	**28%**	**23%**	**17%**	**19%**	**20%**
...Plutôt pas décisif	***16%***	20%	17%	13%	14%	16%
...Pas du tout décisif	***5%***	8%	6%	4%	5%	4%

Le *juste* prix d'un produit *Made in France*

1505 personnes

Q. Pour un produit vendu 100 € lorsqu'il est fabriqué à l'étranger, jusqu'à combien seriez-vous prêt(e) à payer s'il était fabriqué en France ?

Question ouverte numérique



Le *juste* prix d'un produit *Made in France*

1505 personnes

Q. Pour un produit vendu 100 € lorsqu'il est fabriqué à l'étranger, jusqu'à combien seriez-vous prêt(e) à payer s'il était fabriqué en France ?

Question ouverte numérique

	% Total	SEXE		AGE			STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	CSP+	CSP-	Inactif
100 euros	**22%**	19%	24%	23%	20%	22%	19%	23%	22%
101 à 110 euros	**26%**	29%	22%	8%	27%	32%	29%	26%	16%
111 à 120 euros	**23%**	24%	22%	21%	20%	27%	24%	24%	21%
121 à 150 euros	**21%**	19%	23%	31%	24%	14%	18%	21%	25%
Plus de 150 euros	**8%**	8%	8%	16%	8%	4%	7%	6%	14%
Moyenne	**134€**	**139€**	**130€**	**174€**	**129€**	**120€**	**129€**	**138€**	**139€**

Le *juste* prix d'un produit *Made in France*

1505 personnes

Q. Pour un produit vendu 100 € lorsqu'il est fabriqué à l'étranger, jusqu'à combien seriez-vous prêt(e) à payer s'il était fabriqué en France ?

Question ouverte numérique

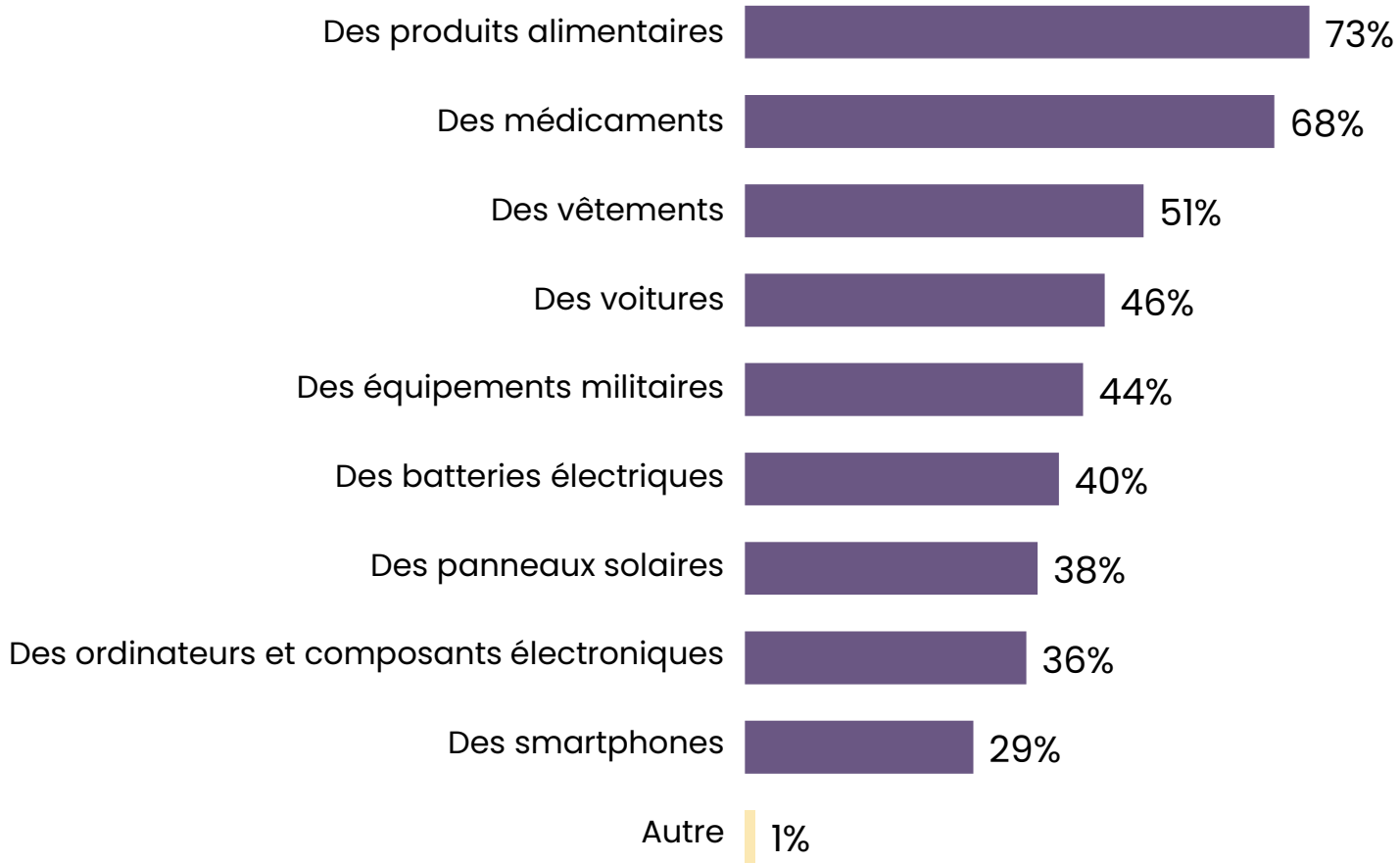
	% Total	REVENU MENSUEL NET DU FOYER					CRITÈRE D'ACHAT MADE IN FRANCE		
		Moins de 1 000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3 500 à 4 999 euros	5 000 euros et plus	Tout à fait décisif	Plutôt décisif	Pas décisif
100 euros	**22%**	27%	26%	19%	18%	11%	19%	17%	35%
101 à 110 euros	**26%**	15%	21%	27%	32%	45%	17%	28%	30%
111 à 120 euros	**23%**	14%	24%	26%	30%	21%	23%	27%	15%
121 à 150 euros	**21%**	28%	19%	22%	17%	17%	27%	22%	12%
Plus de 150 euros	**8%**	15%	8%	6%	3%	5%	14%	6%	6%
Moyenne	**134€**	**146€**	**131€**	**144€**	**118€**	**120€**	**140€**	**126€**	**147€**

Les *produits jugés prioritaires* à produire en France dans les 5 prochaines années

1505 personnes

Q. Parmi les produits suivants, lesquels la France devrait-elle absolument être capable de produire elle-même dans les cinq prochaines années ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



Les *produits jugés prioritaires* à produire en France dans les 5 prochaines années

1505 personnes

Q. Parmi les produits suivants, lesquels la France devrait-elle absolument être capable de produire elle-même dans les cinq prochaines années ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	SEXE		AGE			STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	CSP+	CSP-	Inactif
Des produits alimentaires	**73%**	69%	76%	60%	68%	81%	70%	79%	66%
Des médicaments	**68%**	66%	70%	56%	62%	77%	68%	72%	62%
Des vêtements	**51%**	50%	52%	55%	48%	52%	47%	53%	58%
Des voitures	**46%**	48%	45%	36%	43%	53%	48%	48%	37%
Des équipements militaires	**44%**	45%	42%	41%	39%	47%	45%	41%	45%
Des batteries électriques	**40%**	46%	35%	28%	36%	48%	45%	39%	31%
Des panneaux solaires	**38%**	38%	37%	33%	32%	44%	37%	40%	32%
Des ordinateurs et composants électroniques	**36%**	37%	36%	31%	35%	39%	36%	38%	34%
Des smartphones	**29%**	28%	31%	28%	33%	28%	30%	30%	27%
Autre	**1%**	2%	1%	1%	1%	2%	2%	1%	1%

Les *produits jugés prioritaires* à produire en France dans les 5 prochaines années

1505 personnes

Q. Parmi les produits suivants, lesquels la France devrait-elle absolument être capable de produire elle-même dans les cinq prochaines années ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	REVENU MENSUEL NET DU FOYER					CRITÈRE D'ACHAT MADE IN FRANCE		
		Moins de 1 000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3 500 à 4 999 euros	5 000 euros et plus	Tout à fait décisif	Plutôt décisif	Pas décisif
Des produits alimentaires	**73%**	62%	69%	74%	83%	78%	68%	73%	76%
Des médicaments	**68%**	55%	64%	71%	76%	83%	64%	70%	68%
Des vêtements	**51%**	48%	54%	53%	46%	52%	55%	52%	48%
Des voitures	**46%**	40%	44%	48%	52%	56%	48%	48%	41%
Des équipements militaires	**44%**	34%	40%	46%	51%	54%	41%	45%	43%
Des batteries électriques	**40%**	32%	38%	40%	49%	53%	43%	42%	35%
Des panneaux solaires	**38%**	36%	37%	37%	41%	42%	42%	38%	32%
Des ordinateurs et composants électroniques	**36%**	35%	34%	35%	44%	36%	43%	36%	32%
Des smartphones	**29%**	31%	33%	29%	30%	18%	38%	28%	25%
Autre	**1%**	1%	1%	1%	1%	5%	1%	2%	2%

2

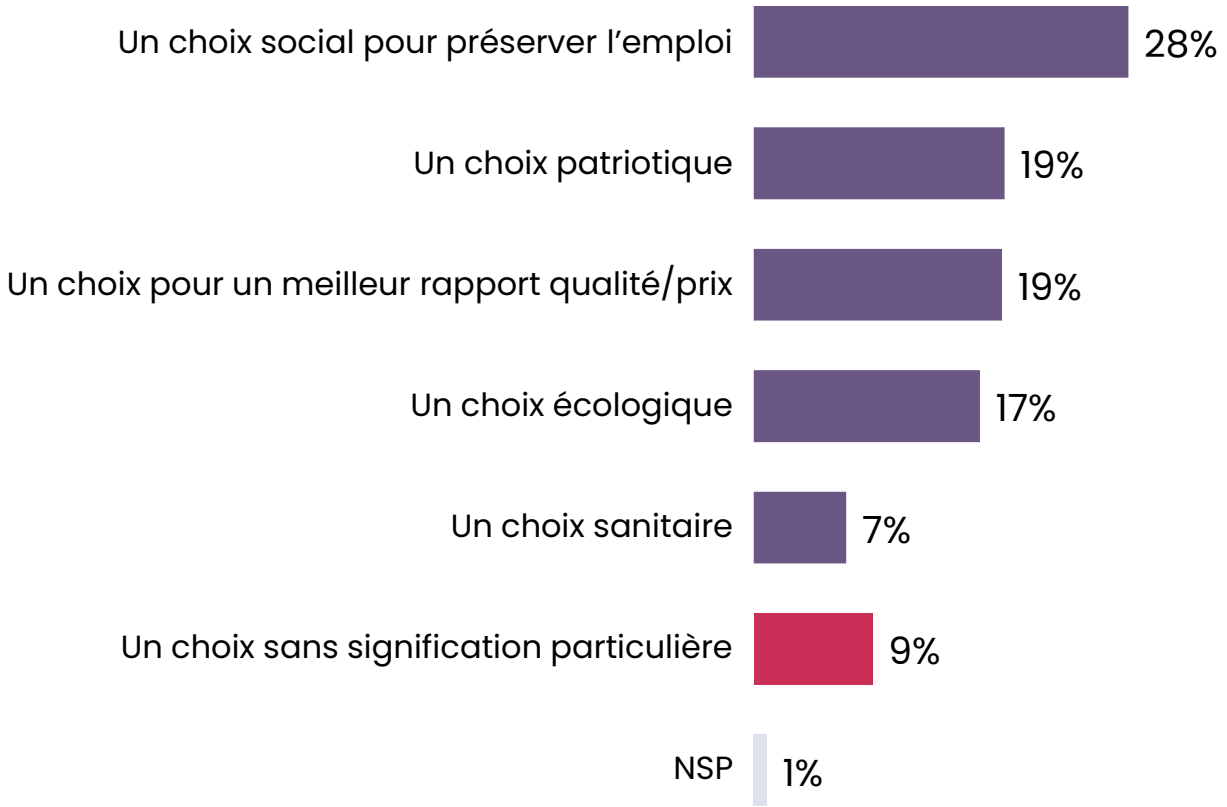


Les bénéfices du *Made in France*

La conviction principale derrière l'achat *Made in France*

1505 personnes

Q. Selon vous acheter français est avant tout … ?



90%

Un choix significatif

La conviction principale derrière l'achat *Made in France*

Q. Selon vous acheter français est avant tout … ?

1505 personnes

	% Total	SEXE		AGE			STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Un choix signifiant	**90%**	**90%**	**89%**	**88%**	**90%**	**90%**	**91%**	**90%**	**88%**
Un choix social pour préserver l'emploi	**28%**	27%	29%	17%	25%	35%	31%	30%	18%
Un choix patriotique	**19%**	24%	14%	18%	20%	19%	20%	17%	20%
Un choix pour un meilleur rapport qualité/prix	**19%**	18%	20%	21%	20%	17%	17%	20%	21%
Un choix écologique	**17%**	16%	18%	24%	16%	15%	16%	17%	22%
Un choix sanitaire	**7%**	5%	8%	8%	9%	4%	7%	6%	7%
Un choix sans signification particulière	**9%**	**9%**	**10%**	**11%**	**9%**	**9%**	**8%**	**10%**	**11%**

La conviction principale derrière l'achat *Made in France*

Q. Selon vous acheter français est avant tout … ?

1505 personnes

	% Total	REVENU MENSUEL NET DU FOYER					CRITÈRE D'ACHAT MADE IN FRANCE		
		Moins de 1 000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3 500 à 4 999 euros	5 000 euros et plus	Tout à fait décisif	Plutôt décisif	Pas décisif
Sous-total Un choix signifiant	**90%**	**89%**	**86%**	**92%**	**93%**	**93%**	**93%**	**93%**	**78%**
Un choix social pour préserver l'emploi	**28%**	22%	26%	31%	31%	36%	24%	31%	24%
Un choix patriotique	**19%**	17%	18%	18%	24%	22%	20%	18%	20%
Un choix pour un meilleur rapport qualité/prix	**19%**	19%	17%	20%	19%	18%	21%	19%	18%
Un choix écologique	**17%**	21%	17%	17%	14%	15%	20%	18%	13%
Un choix sanitaire	**7%**	10%	8%	6%	5%	2%	8%	7%	3%
Un choix sans signification particulière	**9%**	**10%**	**13%**	**7%**	**7%**	**7%**	**7%**	**6%**	**20%**

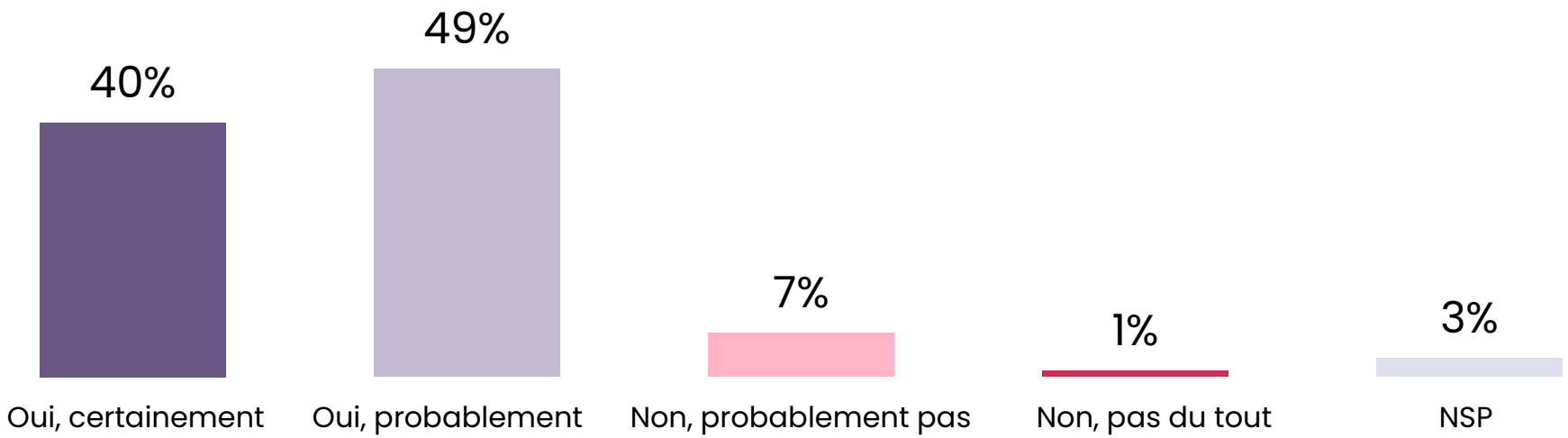
Les perspectives professionnelles offertes aux jeunes générations grâce au *Made in France*

Q. Pensez-vous que produire davantage de biens en France permettrait d'offrir de meilleures perspectives professionnelles aux jeunes générations ?

1505 personnes

89% Oui

8% Non



Les perspectives professionnelles offertes aux jeunes générations grâce au *Made in France*

Q. Pensez-vous que produire davantage de biens en France permettrait d'offrir de meilleures perspectives professionnelles aux jeunes générations ?

1505 personnes

	% Total	SEXE		AGE			STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	**89%**	**91%**	**88%**	**87%**	**89%**	**90%**	**90%**	**89%**	**85%**
...Oui, certainement	***40%***	*42%*	*39%*	*39%*	*42%*	*40%*	*43%*	*37%*	*40%*
...Oui, probablement	***49%***	*49%*	*49%*	*48%*	*47%*	*50%*	*47%*	*52%*	*45%*
Sous-total Non	**8%**	**7%**	**9%**	**10%**	**9%**	**7%**	**8%**	**7%**	**11%**
...Non, probablement pas	***7%***	*6%*	*7%*	*8%*	*8%*	*6%*	*7%*	*6%*	*9%*
...Non, pas du tout	***1%***	*1%*	*2%*	*2%*	*1%*	*1%*	*1%*	*1%*	*2%*

Les perspectives professionnelles offertes aux jeunes générations grâce au *Made in France*

Q. Pensez-vous que produire davantage de biens en France permettrait d'offrir de meilleures perspectives professionnelles aux jeunes générations ?

1505 personnes

	% Total	REVENU MENSUEL NET DU FOYER					CRITÈRE D'ACHAT MADE IN FRANCE		
		Moins de 1 000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3 500 à 4 999 euros	5 000 euros et plus	Tout à fait décisif	Plutôt décisif	Pas décisif
Sous-total Oui	**89%**	**82%**	**84%**	**94%**	**93%**	**97%**	**94%**	**91%**	**78%**
...Oui, certainement	***40%***	*39%*	*35%*	*45%*	*46%*	*41%*	*66%*	*38%*	*20%*
...Oui, probablement	***49%***	*43%*	*49%*	*49%*	*47%*	*56%*	*28%*	*53%*	*58%*
Sous-total Non	**8%**	**13%**	**12%**	**4%**	**6%**	**2%**	**3%**	**6%**	**19%**
...Non, probablement pas	***7%***	*10%*	*10%*	*3%*	*6%*	*1%*	*3%*	*5%*	*15%*
...Non, pas du tout	***1%***	*3%*	*2%*	*1%*	-	*1%*	-	*1%*	*4%*

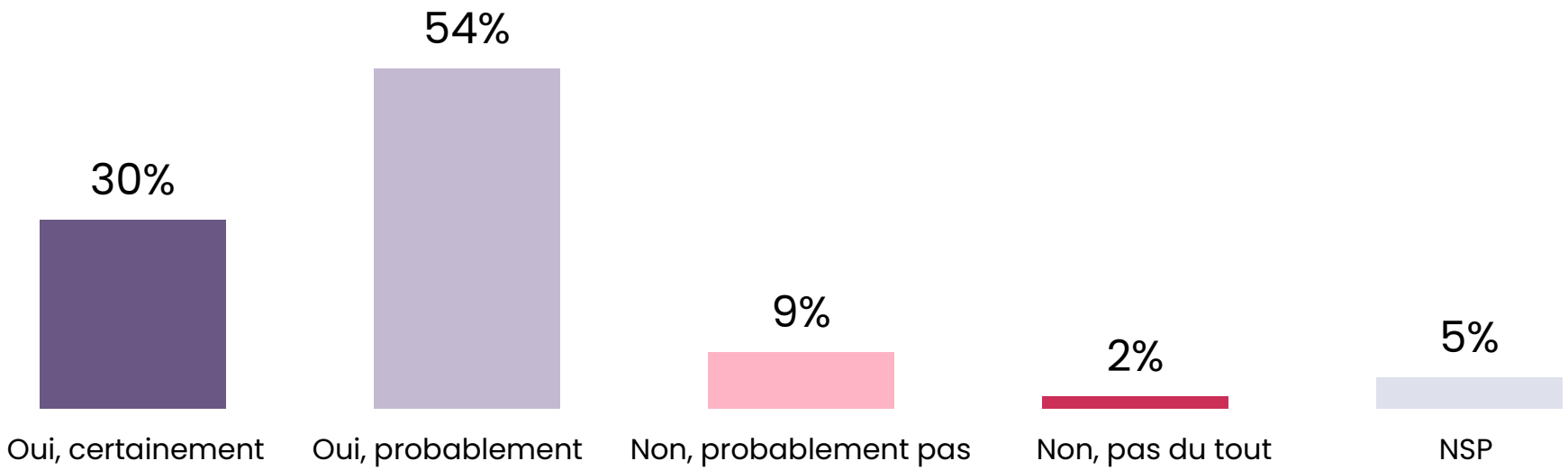
La confiance dans l'avenir de la France liée à la production de biens en France

Q. Si la France parvenait à augmenter la part de la production de biens dans son économie, auriez-vous davantage confiance dans l'avenir du pays ?

1505 personnes

84% Oui

11% Non



La confiance dans l'avenir de la France liée à la production de biens en France

Q. Si la France parvenait à augmenter la part de la production de biens dans son économie, auriez-vous davantage confiance dans l'avenir du pays ?

1505 personnes

	% Total	SEXE		AGE			STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	**84%**	**87%**	**81%**	**81%**	**82%**	**87%**	**85%**	**84%**	**80%**
...Oui, certainement	***30%***	*33%*	*28%*	*30%*	*34%*	*29%*	*33%*	*28%*	*28%*
...Oui, probablement	***54%***	*54%*	*53%*	*51%*	*48%*	*58%*	*52%*	*56%*	*52%*
Sous-total Non	**11%**	**9%**	**14%**	**11%**	**13%**	**10%**	**11%**	**12%**	**13%**
...Non, probablement pas	***9%***	*7%*	*12%*	*9%*	*12%*	*8%*	*9%*	*11%*	*9%*
...Non, pas du tout	***2%***	*2%*	*2%*	*2%*	*1%*	*2%*	*2%*	*1%*	*4%*

La confiance dans l'avenir de la France liée à la production de biens en France

Q. Si la France parvenait à augmenter la part de la production de biens dans son économie, auriez-vous davantage confiance dans l'avenir du pays ?

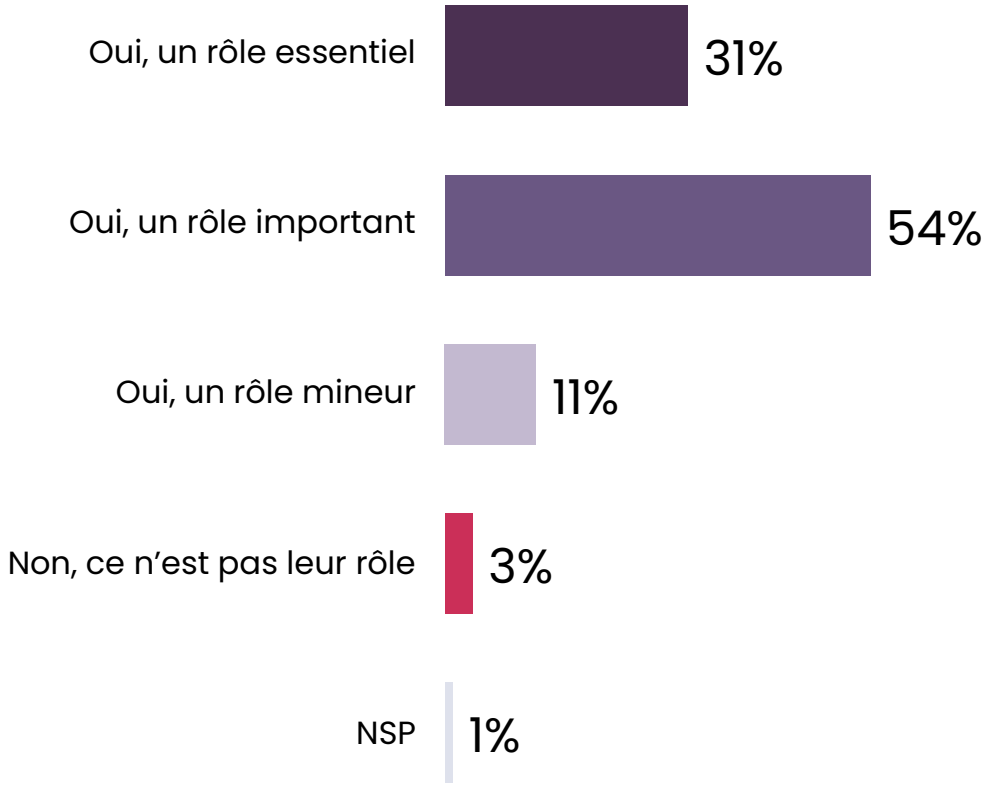
1505 personnes

	% Total	REVENU MENSUEL NET DU FOYER					CRITÈRE D'ACHAT MADE IN FRANCE		
		Moins de 1 000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3 500 à 4 999 euros	5 000 euros et plus	Tout à fait décisif	Plutôt décisif	Pas décisif
Sous-total Oui	**84%**	**77%**	**80%**	**90%**	**86%**	**89%**	**89%**	**89%**	**68%**
...Oui, certainement	***30%***	*27%*	*29%*	*33%*	*32%*	*37%*	*63%*	*26%*	*10%*
...Oui, probablement	***54%***	*50%*	*51%*	*57%*	*54%*	*52%*	*26%*	*63%*	*58%*
Sous-total Non	**11%**	**17%**	**14%**	**6%**	**10%**	**8%**	**5%**	**7%**	**29%**
...Non, probablement pas	***9%***	*15%*	*12%*	*5%*	*9%*	*7%*	*4%*	*6%*	*23%*
...Non, pas du tout	***2%***	*2%*	*2%*	*1%*	*1%*	*1%*	*1%*	*1%*	*6%*

La place des CCI dans la promotion des produits *Made in France*

1505 personnes

Q. Selon vous les Chambres de commerce et d'industrie (CCI) ont-elles un rôle à jouer dans la promotion des produits Made in France ?



85%
dont un rôle essentiel ou important

96%
Un rôle à jouer

La place des CCI dans la promotion des produits *Made in France*

1505 personnes

Q. Selon vous les Chambres de commerce et d'industrie (CCI) ont-elles un rôle à jouer dans la promotion des produits Made in France ?

	% Total	SEXE		AGE			STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total A un rôle à jouer	**96%**	**96%**	**96%**	**98%**	**96%**	**95%**	**96%**	**96%**	**95%**
Sous-total Un rôle essentiel ou important	**85%**	**85%**	**83%**	**83%**	**85%**	**84%**	**86%**	**84%**	**81%**
...Oui, un rôle essentiel	***31%***	*32%*	*29%*	*28%*	*32%*	*31%*	*32%*	*31%*	*25%*
...Oui, un rôle important	***54%***	*53%*	*54%*	*55%*	*53%*	*53%*	*54%*	*53%*	*56%*
...Oui, un rôle mineur	**11%**	11%	13%	15%	11%	11%	10%	12%	14%
Non, ce n'est pas leur rôle	**3%**	4%	3%	2%	3%	4%	3%	3%	4%

La place des CCI dans la promotion des produits *Made in France*

1505 personnes

Q. Selon vous les Chambres de commerce et d'industrie (CCI) ont-elles un rôle à jouer dans la promotion des produits Made in France ?

	% Total	REVENU MENSUEL NET DU FOYER					CRITÈRE D'ACHAT MADE IN FRANCE		
		Moins de 1 000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3 500 à 4 999 euros	5 000 euros et plus	Tout à fait décisif	Plutôt décisif	Pas décisif
Sous-total A un rôle à jouer	**96%**	**93%**	**95%**	**98%**	**97%**	**97%**	**97%**	**98%**	**90%**
Sous-total Un rôle essentiel ou important	**85%**	**77%**	**83%**	**89%**	**84%**	**91%**	**93%**	**87%**	**70%**
...Oui, un rôle essentiel	***31%***	*31%*	*28%*	*34%*	*31%*	*30%*	*56%*	*27%*	*16%*
...Oui, un rôle important	***54%***	*46%*	*55%*	*55%*	*53%*	*61%*	*37%*	*60%*	*54%*
...Oui, un rôle mineur	**11%**	16%	12%	9%	13%	6%	4%	11%	20%
Non, ce n'est pas leur rôle	**3%**	**5%**	**5%**	**2%**	**3%**	**2%**	**2%**	**2%**	**9%**

3

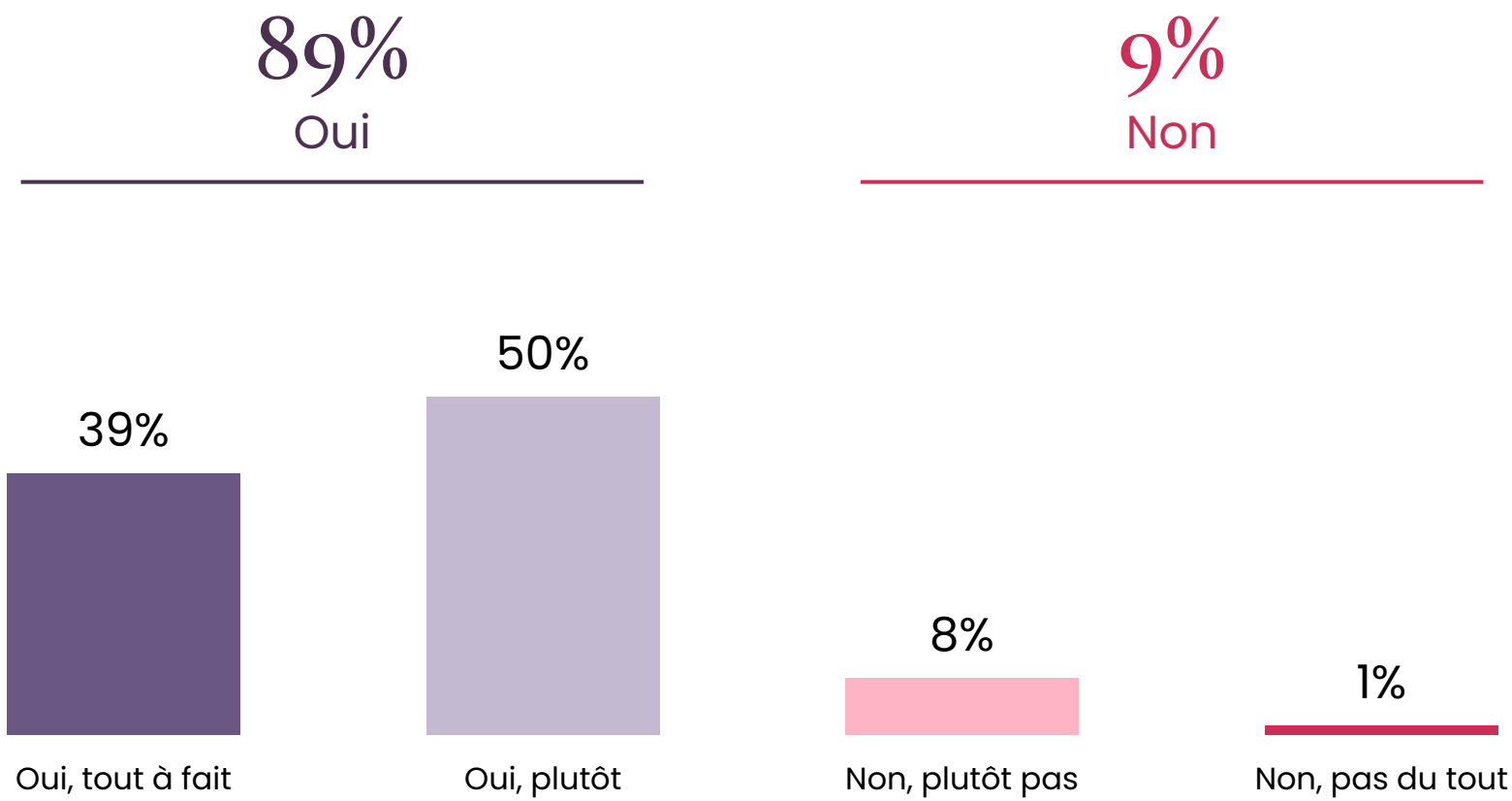
Le *Made in France*, un enjeu pour l'élection présidentielle



Le *Made in France* comme priorité du prochain président

Q. Selon vous, faire produire davantage de biens en France devrait-il être une priorité du prochain président de la République ?

1505 personnes



Le *Made in France* comme priorité du prochain président

1505 personnes

Q. Selon vous, faire produire davantage de biens en France devrait-il être une priorité du prochain président de la République ?

	% Total	SEXE		AGE			STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	**89%**	**89%**	**87%**	**82%**	**88%**	**91%**	**90%**	**90%**	**80%**
...Oui, tout à fait	***39%***	*38%*	*39%*	*31%*	*45%*	*37%*	*40%*	*39%*	*33%*
...Oui, plutôt	***50%***	*51%*	*48%*	*51%*	*43%*	*54%*	*50%*	*51%*	*47%*
Sous-total Non	**9%**	**9%**	**11%**	**15%**	**10%**	**7%**	**9%**	**8%**	**16%**
...Non, plutôt pas	***8%***	*7%*	*10%*	*13%*	*10%*	*6%*	*8%*	*7%*	*12%*
...Non, pas du tout	***1%***	*2%*	*1%*	*2%*	-	*1%*	*1%*	*1%*	*4%*

Le *Made in France* comme priorité du prochain président

1505 personnes

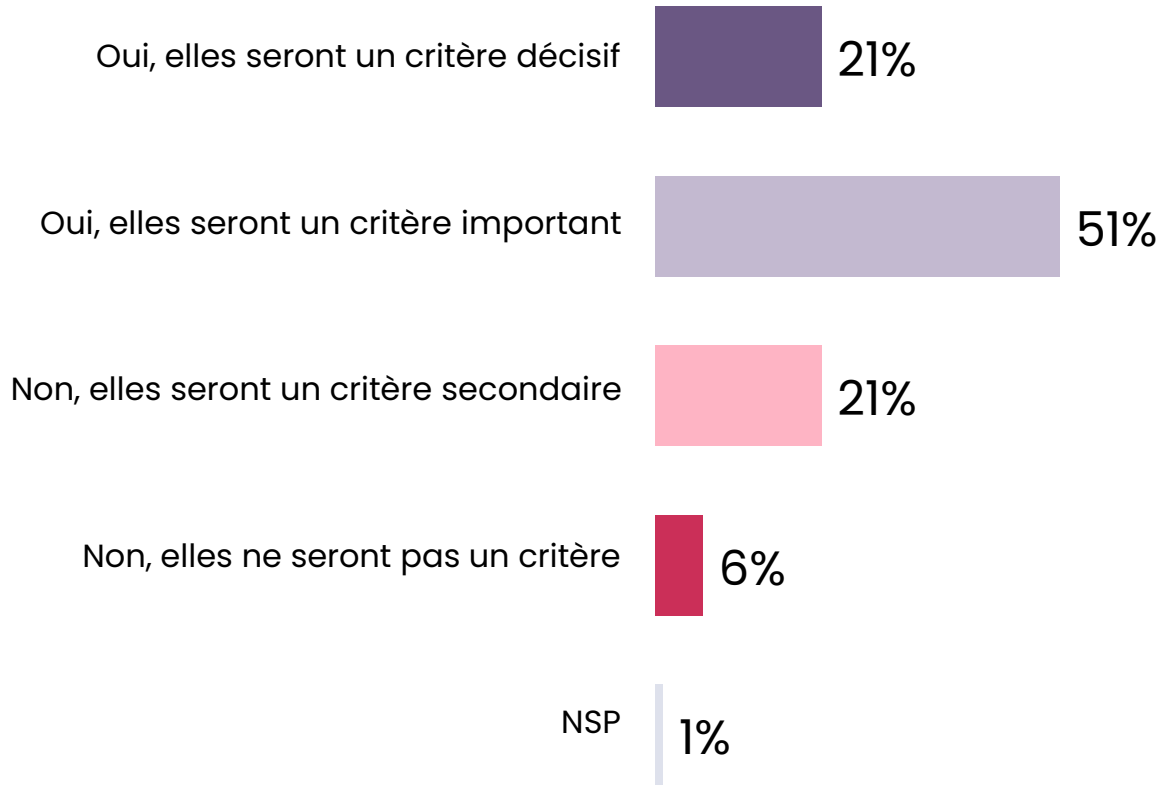
Q. Selon vous, faire produire davantage de biens en France devrait-il être une priorité du prochain président de la République ?

	% Total	REVENU MENSUEL NET DU FOYER					CRITÈRE D'ACHAT MADE IN FRANCE		
		Moins de 1 000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3 500 à 4 999 euros	5 000 euros et plus	Tout à fait décisif	Plutôt décisif	Pas décisif
Sous-total Oui	**89%**	**85%**	**85%**	**92%**	**91%**	**94%**	**95%**	**92%**	**74%**
...Oui, tout à fait	***39%***	*35%*	*37%*	*40%*	*45%*	*38%*	*70%*	*34%*	*19%*
...Oui, plutôt	***50%***	*50%*	*48%*	*52%*	*46%*	*56%*	*25%*	*58%*	*55%*
Sous-total Non	**9%**	**11%**	**13%**	**7%**	**8%**	**5%**	**3%**	**7%**	**23%**
...Non, plutôt pas	***8%***	*9%*	*10%*	*6%*	*8%*	*5%*	*3%*	*7%*	*18%*
...Non, pas du tout	***1%***	*2%*	*3%*	*1%*	-	-	-	-	*5%*

Le *Made in France* comme critère de vote en faveur d'un candidat aux élections présidentielles

Q. Les propositions des candidats pour favoriser la production en France pourraient-elles influencer votre vote à l'élection présidentielle ?

1505 personnes



72%
Un critère important

27%
Un critère pas important

Le *Made in France* comme critère de vote en faveur d'un candidat aux élections présidentielles

Q. Les propositions des candidats pour favoriser la production en France pourraient-elles influencer votre vote à l'élection présidentielle ?

1505 personnes

	% Total	SEXE		AGE			STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Un critère important	**72%**	**76%**	**68%**	**71%**	**72%**	**72%**	**74%**	**72%**	**67%**
...Oui, elles seront un critère décisif	***21%***	*22%*	*20%*	*21%*	*23%*	*20%*	*23%*	*20%*	*19%*
..Oui, elles seront un critère important	***51%***	*54%*	*48%*	*50%*	*49%*	*52%*	*51%*	*52%*	*48%*
Sous-total Un critère pas important	**27%**	**23%**	**31%**	**28%**	**27%**	**26%**	**25%**	**27%**	**31%**
...Non, elles seront un critère secondaire	***21%***	*19%*	*23%*	*24%*	*21%*	*19%*	*21%*	*20%*	*23%*
...Non, elles ne seront pas un critère	***6%***	*4%*	*8%*	*4%*	*6%*	*7%*	*4%*	*7%*	*8%*

Le *Made in France* comme critère de vote en faveur d'un candidat aux élections présidentielles

Q. Les propositions des candidats pour favoriser la production en France pourraient-elles influencer votre vote à l'élection présidentielle ?

1505 personnes

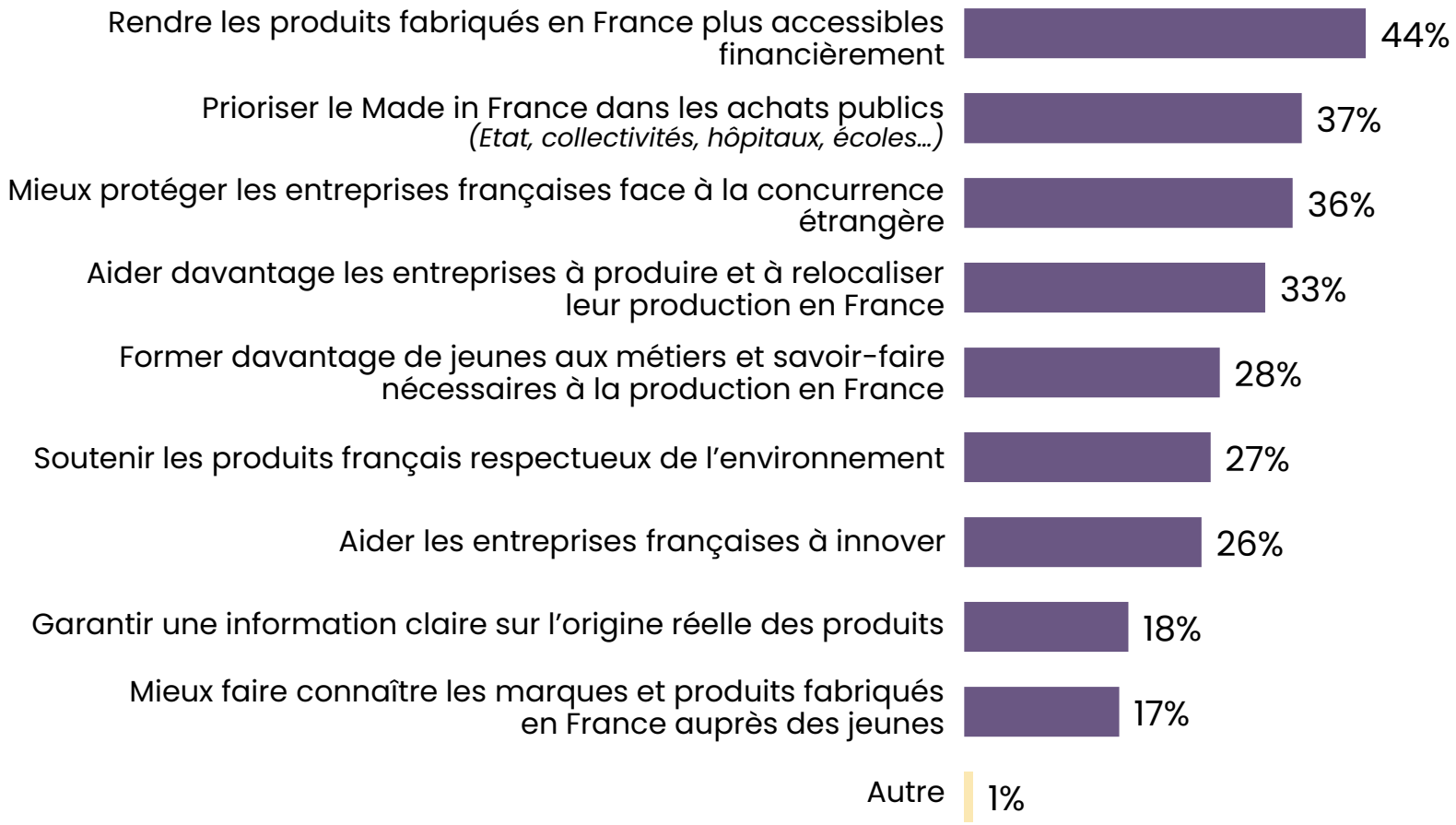
	% Total	REVENU MENSUEL NET DU FOYER					CRITÈRE D'ACHAT MADE IN FRANCE		
		Moins de 1 000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3 500 à 4 999 euros	5 000 euros et plus	Tout à fait décisif	Plutôt décisif	Pas décisif
Sous-total Un critère important	**72%**	**69%**	**71%**	**77%**	**71%**	**75%**	**90%**	**77%**	**42%**
...Oui, elles seront un critère décisif	***21%***	*21%*	*24%*	*20%*	*19%*	*24%*	*48%*	*17%*	*5%*
..Oui, elles seront un critère important	***51%***	*48%*	*47%*	*57%*	*52%*	*51%*	*42%*	*60%*	*37%*
Sous-total Un critère pas important	**27%**	**29%**	**27%**	**22%**	**28%**	**24%**	**9%**	**22%**	**56%**
...Non, elles seront un critère secondaire	***21%***	*23%*	*19%*	*18%*	*24%*	*19%*	*8%*	*18%*	*40%*
...Non, elles ne seront pas un critère	***6%***	*6%*	*8%*	*4%*	*4%*	*5%*	*1%*	*4%*	*16%*

Les trois priorités du prochain Président en faveur du *Made in France*

1504 personnes

Q. Quelles devraient être les trois priorités du prochain Président de la République pour favoriser le Made in France ?

Jusqu'à trois réponses possibles – Total supérieur à 100%



Les trois priorités du prochain Président en faveur du *Made in France*

1505 personnes

Q. Quelles devraient être les trois priorités du prochain Président de la République pour favoriser le Made in France ?

Jusqu'à trois réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	SEXE		AGE			STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	CSP+	CSP-	Inactif
Rendre les produits fabriqués en France plus accessibles financièrement	**44%**	41%	47%	41%	41%	47%	41%	46%	47%
Prioriser le Made in France dans les achats publics (Etat, collectivités, hôpitaux, écoles…)	**37%**	40%	35%	29%	36%	42%	41%	36%	32%
Mieux protéger les entreprises françaises face à la concurrence étrangère	**36%**	38%	35%	29%	38%	38%	38%	37%	30%
Aider davantage les entreprises à produire et à relocaliser leur production en France	**33%**	31%	35%	26%	34%	36%	35%	35%	27%
Former davantage de jeunes aux métiers et savoir-faire nécessaires à la production en France	**28%**	28%	27%	33%	27%	26%	27%	26%	32%
Soutenir les produits français respectueux de l'environnement	**27%**	26%	28%	29%	28%	25%	24%	28%	30%
Aider les entreprises françaises à innover	**26%**	27%	25%	28%	26%	25%	24%	27%	26%
Garantir une information claire sur l'origine réelle des produits	**18%**	19%	17%	20%	17%	18%	20%	17%	16%
Mieux faire connaître les marques et produits fabriqués en France auprès des jeunes	**17%**	18%	16%	23%	17%	15%	18%	15%	21%
Autre	**1%**	1%	-	1%	-	1%	-	-	1%

Les trois priorités du prochain Président en faveur du *Made in France*

1505 personnes

Q. Quelles devraient être les trois priorités du prochain Président de la République pour favoriser le Made in France ?

Jusqu'à trois réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	REVENU MENSUEL NET DU FOYER					CRITÈRE D'ACHAT MADE IN FRANCE		
		Moins de 1 000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3 500 à 4 999 euros	5 000 euros et plus	Tout à fait décisif	Plutôt décisif	Pas décisif
Rendre les produits fabriqués en France plus accessibles financièrement	**44%**	42%	44%	42%	48%	40%	36%	44%	51%
Prioriser le Made in France dans les achats publics (Etat, collectivités, hôpitaux, écoles…)	**37%**	32%	32%	40%	44%	45%	37%	39%	34%
Mieux protéger les entreprises françaises face à la concurrence étrangère	**36%**	31%	35%	35%	42%	46%	40%	35%	37%
Aider davantage les entreprises à produire et à relocaliser leur production en France	**33%**	31%	28%	36%	36%	42%	30%	35%	32%
Former davantage de jeunes aux métiers et savoir-faire nécessaires à la production en France	**28%**	32%	23%	28%	29%	28%	26%	29%	27%
Soutenir les produits français respectueux de l'environnement	**27%**	27%	29%	26%	22%	25%	32%	27%	20%
Aider les entreprises françaises à innover	**26%**	24%	28%	27%	22%	28%	24%	26%	28%
Garantir une information claire sur l'origine réelle des produits	**18%**	15%	21%	17%	19%	19%	22%	17%	16%
Mieux faire connaître les marques et produits fabriqués en France auprès des jeunes	**17%**	17%	16%	19%	15%	12%	18%	18%	13%
Autre	**1%**	-	1%	-	1%	1%	-	-	2%

opinionway

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

Enable *today*, shape *tomorrow*

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

esomar Corporate 2026

afaq ISO 20252 Étude marketing et d'opinion AFNOR CERTIFICATION

Restons *connectés* !

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boite mail en vous abonnant à notre newsletter !

Je m'abonne

Votre contact OpinionWay

Théo Ponchel
Directeur d'études – Pôle opinion

Tel: 01 81 81 83 00
tponchel@opinion-way.com