

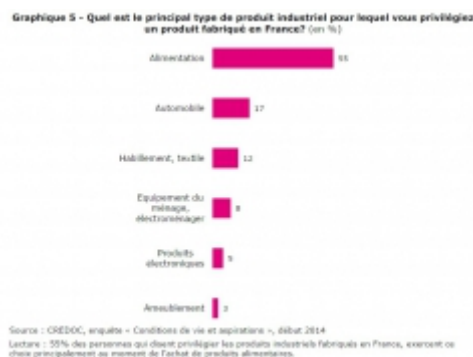
L'attachement des Français au Made in France

15 janvier 2015

À la demande de la Direction Générale des Entreprises (DGE), le CREDOC a réalisé une étude sur l'attachement des Français au *Made in France*, publiée en novembre dernier. Réalisée en face à face auprès d'un échantillon représentatif de la population française, entre décembre 2013 et janvier 2014, cette enquête visait à analyser les opinions et attitudes en matière d'achats de produits industriels, afin d'évaluer l'attachement à l'origine française de fabrication des produits. Elle fait suite à plusieurs travaux similaires conduits par le CREDOC depuis 1997.

De manière générale, il ressort qu'« un consommateur sur deux déclare privilégier les produits français » et que, malgré la crise économique, plus de trois sur cinq se disent prêts à payer plus cher les produits manufacturés en France. Ce consentement est en augmentation depuis quinze ans, mais est toutefois devenu « une question de revenus ». Les résultats font également apparaître différents profils : les partisans du *Made in France* (plutôt âgés, peu ou pas diplômés, plus présents en zone rurale, etc.), ceux qui privilégient la production européenne (sur-représentés chez les cadres, les diplômés et les hauts revenus) et ceux qui sont indifférents au pays de fabrication (plutôt jeunes, étudiants et sans enfants).

Cette enquête fait apparaître la place particulière des produits alimentaires puisque plus de 55 % des personnes interrogées les citent comme le principal type de produit industriel pour lequel elles privilégient un produit fabriqué en France :



Le CREDOC identifie plusieurs facteurs pouvant expliquer ce résultat : un étiquetage des produits alimentaires qui permet de repérer facilement leur origine, une certaine assurance quant à la qualité sanitaire des produits et une « forme de fierté pour la qualité des produits gastronomiques français ». Pourrait également entrer en jeu le fait que l'effort financier est moindre pour l'achat de produits alimentaires français qu'il ne l'est pour les autres produits listés.

Julia Gassie, Centre d'études et de prospective

Source : [CREDOC](#)