



*Communiqué de presse
Le 24 janvier 2013*

Sondage ATOL-IFOP

Les Français plébiscitent les produits Made in France

**77% des sondés sont prêts à payer plus cher
un produit fabriqué en France**

A l'heure où le gouvernement par la voix du Ministre du Redressement Productif, Arnaud Montebourg, met au centre du débat national la question du Made in France et annonce sa volonté de convaincre près de 300 entreprises françaises de relocaliser leur production en métropole, Atol les Opticiens, 4^e enseigne d'optique française et pionnier de la relocalisation, annonce les résultats de son sondage Atol-Ifop « Les Français et le Made In France ».

Véritable baromètre sur le rapport des Français au Made in France, le sondage démontre que, dans un contexte économique pourtant défavorable, 77% des Français sont prêts à payer plus cher un produit fabriqué en France.

« La création de la marque France par le gouvernement est un nouveau pas en faveur de la relocalisation vers l'industrie française et répond à une demande forte des Français. Dans un contexte économique difficile, ces derniers ont compris l'importance d'un effort national constant en faveur du Made in France » déclare Philippe Peyrard, Directeur général délégué « En 2013, Atol continue et amplifie sa démarche pionnière entreprise depuis près de 10 ans (plus de 300.000 paires de lunettes relocalisées et fabriquées entre 2009 et 2012) et soutient ainsi la filière française de production lunetière pour maintenir une main d'œuvre de qualité. »

95% des Français veulent soutenir l'industrie nationale

Le sondage Atol-Ifop « Les Français et le Made in France » révèle que les Français ont une perception particulièrement positive sur les produits fabriqués en France. Pour 95% d'entre eux, acheter un produit Made in France est un acte citoyen : ils déclarent que leur achat permet de soutenir l'industrie nationale.

Les mérites du Made in France, selon les Français, sont nombreux tant dans le domaine économique que social ou environnemental. En effet, **pour plus de neuf personnes sur dix, acheter un produit français offre une meilleure garantie sur la qualité (93%)**, et permet de s'assurer qu'il est fabriqué selon des normes sociales respectueuses des salariés (92%). De plus, 87% des Français voient dans cette consommation locale le moyen de favoriser le respect de l'environnement.

77% des Français prêts à payer plus chers les produits Made in France

Le critère du Made in France est suffisamment important pour justifier de payer plus cher un produit, à condition que la différence soit comprise entre 5% et 10% : 40% des sondés déclarent être prêts à payer 5% plus cher et 29% de 5 à 10% plus cher.

Un engagement en faveur des produits Made in France qui dépasse le clivage de l'âge. En effet, si les personnes âgées de 65 ans et plus, sont naturellement plus enclines à payer davantage (84%), la proportion de 18 à 24 ans prêts à payer de 5 à 10% plus cher un produit Made in France est aussi à souligner (64%).

Il est à noter qu'un écart s'est creusé, depuis le dernier sondage paru sur le sujet en 2011², entre les personnes qui soutiennent les produits Made in France (+5%) et les personnes qui ne sont pas prêtes à les payer plus cher (-5%).

Le pays de fabrication du produit : 89% des Français en font un critère de choix

Plus de la moitié des sondés (52%) déclarent accorder de l'importance au pays d'origine d'un produit, lors du passage à l'achat, et 37% avouent y être sensibles.

Une préoccupation qui varie avec l'âge du consommateur : les personnes âgées de 65 ans et plus, déclarent à plus de 70% prendre en considération l'origine des produits avant l'achat, quand les 50-64 ans ou les 35-49 ans y sont sensibles respectivement à 59% et 48%.

Quel rôle pour l'Etat dans le soutien des entreprises ?

Pour 91% des Français, l'Etat doit nécessairement intervenir face aux entreprises qui délocalisent ; voire 20% d'entre eux se prononcent en faveur d'une prise de sanctions. Quand pour 71%, l'intervention du gouvernement doit prendre la forme d'une incitation en faveur de la relocalisation.

« Chez Atol, nous avons l'expérience de la relocalisation, de ses avantages mais aussi des difficultés qu'il faut affronter. C'est pourquoi, nous appelons à la mise en place d'une véritable politique d'accompagnement à la relocalisation et soutenons l'action du Gouvernement en faveur de la réindustrialisation de la France. » déclare Philippe Peyrard, Directeur Général Délégué.

L'ensemble des résultats du sondage Atol-Ifop est à votre disposition auprès du service de presse.

Notes

¹ Le sondage commandité par Atol a été mené par l'Ifop, du 07 au 09 janvier 2013, par questionnaire auto-administré en ligne auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française de 18 ans et plus.

² Sondage Cedre-Ifop, Les Français et le Made in France, réalisée en octobre 2011

A propos des Opticiens Atol

Fondée en 1970, Atol (l'Association des Techniciens en Optique et Lunetterie) est aujourd'hui la **4^e enseigne du marché** de l'optique en France gérée sous forme de groupement coopératif. Le réseau compte à ce jour **800 magasins** à l'enseigne et développe un chiffre d'affaires **fin 2011 de 375 millions d'euros TTC**.

Atol appuie son développement sur sa structure **100% coopérative**, contrôlée par des opticiens de métier, et animée par des professionnels compétents, tournés avant tout sur la **qualité du produit**, la **formation de ses professionnels**, et une **implication sur le terrain pour la santé visuelle**. Les opticiens Atol s'engagent au quotidien pour **maintenir la qualité de la filière optique en**

France, et apporter le bien voir à tous.

Certifié ISO 9001 en 2008, Atol est toujours le seul réseau national détenteur de cette norme à ce jour, apportant une **garantie de la qualité de service au consommateur** : transparence, traçabilité et standards de qualité élevés. L'enseigne **s'engage pour la fabrication française** depuis près de 10 ans. **En 2011**, le **1^{er} produit** à obtenir le **label Origine France Garantie est une collection de lunettes Atol**, un gage de qualité et de traçabilité pour les consommateurs.

En 2012, Atol confirme son **engagement éco-responsable** en obtenant la **certification ISO 14001**, la seule de **nature environnementale**. Avec cette nouvelle certification, Atol s'inscrit dans une **politique durable** et se donne pour objectif de poursuivre et accroître les actions déjà initiées : réduire l'impact environnemental, les émissions de CO2 et développer des outils de contrôle adaptés, et les actions solidaires.

www.opticiens-atol.com



Contacts Médias

Delphine SENS

Tel : 01 58 65 10 76 / Email : dsens@hopscotch.fr

Morgane LEONARD

Tel : 01 58 65 00 59 / Email : mleonard@hopscotch.fr