



Communiqué de presse

Baromètre Atol-Ifop 2015 : une tendance d'achat de produits Made in France qui se confirme

A l'occasion des toutes premières Assises du Produire en France, organisées par Arnaud Montebourg et Yves Jégo les 10 et 11 septembre 2015, Philippe Peyrard, Directeur Général Délégué d'Atol les Opticiens, reviendra sur le succès de la relocalisation de l'enseigne effectuée il y a plus de 10 ans et les bonnes pratiques en faveur d'une production Made in France. Des perspectives et une tendance de fond confirmées par les résultats d'une question baromètre Atol-Ifop sur le Made in France : **71 % des français se disent prêts à payer davantage pour un produit fabriqué en France¹.**

7 Français sur 10 sont prêts à payer plus cher pour un produit fabriqué en France

Les résultats du quatrième baromètre Atol-Ifop² concernant l'intention d'achat des Français quant aux produits fabriqués en France démontre que **la consommation Made in France responsable reste au cœur des préoccupations des citoyens. Ainsi, ce sont toujours plus de 7 Français sur 10 qui sont disposés à dépenser plus pour un produit fabriqué en France.** Ce nouveau chiffre atteste de la stabilité de la tendance d'achat de produits hexagonaux, et confirme que pour une large majorité de la population, le Made in France est une garantie de qualité. La conjoncture économique actuelle ne semble donc pas avoir eu d'impact négatif sur la vision qu'ont les citoyens des biens fabriqués en France. A la question « seriez-vous prêt à payer plus cher un produit dont vous savez qu'il a été fabriqué en France », les sondés répondent « oui jusqu'à 5% plus cher » à 41 %, et « oui de 5 à 10 % plus cher » à 23 %.

Des assises pour soutenir le Produire en France

Après le lancement de « Vive la France », une initiative ayant pour but de défendre la fabrication et le savoir-faire français, Arnaud Montebourg et Yves Jégo organisent les toutes premières Assises du Produire en France, les 10 et 11 septembre à Reims. Ce rendez-vous exceptionnel réunit des acteurs partageant une valeur commune : le patriotisme économique. **Il est donc naturel pour Atol les Opticiens, qui a relocalisé sa production depuis plus de 10 ans, de marquer sa présence lors de ces assises, afin de réaffirmer son engagement pour le Made in France, et pour la préservation du tissu économique local.**

¹ Le sondage commandité par Atol a été mené par l'Ifop, du 18 au 20 août 2015, par questionnaire auto-administré en ligne auprès d'un échantillon de 1004 personnes, représentatif de la population française de 18 ans et plus.

² Les résultats de ce baromètre s'élevaient à 72% en 2011, 77% en 2012 et 73% en 2013.

En effet, l'enseigne s'est donnée pour mission d'améliorer la vie quotidienne de ses concitoyens, en proposant des produits au meilleur rapport qualité-prix, répondant aux besoins des consommateurs, fabriqués en France. Pour ce faire, Atol a fait le pari de s'associer à des PME et TPE françaises sur le principe de partenariat « gagnant-gagnant », dans le but de mettre en place un cercle vertueux au profit de l'industrie de notre pays. Eric Plat, Président Directeur Général, précise que « *le Conseil d'Administration a souhaité depuis 10 ans ancrer dans le paysage l'attachement au développement durable d'Atol* ».

De la start-up spécialisée dans le développement d'objets connectés, basée en Bretagne, à l'usine jurassienne qui fabrique les montures de la dernière paire de lunettes géolocalisables *Téou d'Atol*, la coopérative a réussi, grâce à la relocalisation, à positionner l'innovation au cœur de sa stratégie. En effet, du premier process industriel révolutionnaire (design-to-cost) aux lunettes connectées, Atol fait le choix de l'innovation ouverte (système d'innovation basé sur la coopération et le partage) pour allier la puissance de son enseigne à l'inventivité de PME et de start-up françaises, et donner de la valeur au marché de l'optique.

Philippe Peyrard, Directeur Général Délégué d'Atol les Opticiens, partagera l'expérience et les secrets de réussite de l'enseigne : « *Après avoir orchestré en 2004 le retour de la production dans l'Hexagone, notre démarche a été couronnée de succès, et a constitué un réel levier de croissance pour l'entreprise. Ce retour en France nous a notamment permis de sauvegarder et de créer quelques 1.000 emplois dans le bassin jurassien, berceau historique de la fabrication de lunettes en France, mais aussi et surtout de proposer à nos concitoyens des produits technologiques à haute valeur ajoutée, répondant à leurs besoins du quotidien, et à un prix compétitif* ».

À 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 791 magasins à l'enseigne et développe un chiffre d'affaires fin 2014 de 390.4 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.

Exigeants envers ses consommateurs, l'enseigne a souhaité traduire son engagement pour la qualité à travers une certification ISO 9001. Cette certification garantit au consommateur une transparence, une traçabilité et des standards de qualité élevés dans l'ensemble des magasins Atol.

Atol fait partie des premières entreprises à avoir relocalisé il y a plus de 10 ans son activité dans le Jura, berceau de la lunetterie française. Ce mouvement de ré industrialisation a permis de créer et maintenir un millier d'emplois et nouer des partenariats sur le long terme. En s'associant aux PME françaises, Atol a pris le virage en 2015 de l'innovation en commercialisant des lunettes connectées, 100% fabriquées en France, une première mondiale.

Pour plus d'informations à propos des opticiens Atol, rendez-vous sur le site de l'entreprise : www.opticiens-atol.com

H O P
S C O
T C H
PARIS

Contacts Médias

Delphine SENS

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

Anne-Florence BLANGIER

Tel : 01 58 65 01 38 / Email : afblangier@hopscotch.fr

LA COMPÉTITIVITÉ FRANÇAISE REVISITÉE CHEZ ATOL, LES OPTICIENS



MAI 2007

COÛT MAIN D'ŒUVRE 5\$



• COÛT MAIN D'ŒUVRE 4\$

• COÛT ROBOTIQUE ET MACHINES OUTIL 3\$

TOTAL : 7\$

JANVIER 2010

COÛT MAIN D'ŒUVRE 5,5\$

• COÛT MAIN D'ŒUVRE 4\$

augmentation de la productivité et baisse des rebuts,
uniquement augmentation des coût salariaux

• COÛT ROBOTIQUE ET MACHINES OUTIL
AVEC PASSAGE EN 2/8 1,5\$

TOTAL : 5,5\$

JANVIER 2014

COÛT MAIN D'ŒUVRE 6\$

• COÛT MAIN D'ŒUVRE 4\$

augmentation de la productivité et baisse des rebuts,
uniquement l'augmentation des coût salariaux

• COÛT ROBOTIQUE ET MACHINES OUTIL
AVEC PASSAGE EN 3/8 1\$

TOTAL : 5\$



www.opticiens-atol.com
