



*Communiqué de presse
Le 6 novembre 2013*

Baromètre [ATOL-IFOP](#)¹ 2013- « Les Français et le Made in France »

Equipements optiques : le Made in France emporte la préférence

**Près de 6 Français sur 10 refusent l'achat de lunettes fabriquées
hors de France (même moins chères)
et plus de 7 sur 10 considèrent le Made in France comme un critère de choix
plus important qu'il y a 10 ans**

Le Made in France connaît depuis quelques années un nouvel engouement, notamment comme une garantie de qualité, tous secteurs confondus (textile, alimentaire, automobile, optique,...). Une tendance largement majoritaire, qui s'est renforcée au cours des dix dernières années, comme critère de choix lors de l'acte d'achat au quotidien (pour 73% des Français, en 2013). Le baromètre annuel sur le rapport des Français au Made in France réalisé pour Atol les Opticiens par l'Ifop depuis 3 ans, montre également que malgré le contexte de crise économique qui dure, plus de 7 Français sur 10 (73%) sont prêts à payer plus cher un produit fabriqué en France. Ils sont la même proportion à indiquer que le Made in France est un indicateur qu'ils prennent plus en compte aujourd'hui qu'il y a 10 ans, lors d'un acte d'achat. Plus encore, 57% des Français se refusent à acheter des produits fabriqués hors de France, même si cela pourrait leur revenir moins cher.

Près de 6 Français sur 10 défavorables à s'équiper hors de France en lunettes

57% des Français ne sont « plutôt pas » (40%) à « pas du tout » (17%) prêts à payer moins cher leurs équipements optiques (que ce soit des lunettes pour la vue ou solaires) si la condition est de les commander hors de France.

Une tendance de consommation et un acte citoyen adopté de façon unanime par toutes les tranches d'âges et quel que soit leur revenu. En effet, si les consommateurs âgés de 65 ans et plus, sont naturellement plus enclins à rester fidèles aux produits français (71%), la **proportion des 35 ans et plus** qui ne sont pas prêts à commander des lunettes hors de France **est aussi à souligner** (60%).

¹ Le sondage commandité par Atol a été mené par l'Ifop, du 23 au 25 octobre 2013, par questionnaire auto-administré en ligne auprès d'un échantillon de 1002 personnes, représentatif de la population française de 18 ans et plus.

Sans compter que 50% des plus jeunes (24/35 ans), consommateurs de demain particulièrement connectés, **restent fortement attachés au critère du Made in France** quand il s'agit d'acheter un équipement optique.

Si l'on s'attache aux revenus, **plus de la moitié des Français dont le revenu est inférieur à 1500€ par mois (53%), est prête à payer plus chers leurs équipements optiques s'ils sont fabriqués en France.** L'écart avec les revenus les plus élevés (> 4000€ par mois) est peu important puisqu'ils sont 57% chez ces derniers à être prêts à payer plus cher leurs lunettes ou lentilles de contact.

« Cela fait une dizaine d'années qu'Atol s'est lancé dans une production responsable en choisissant de relocaliser sa fabrication en France. La coopérative d'opticiens est convaincue qu'il est possible de mener de front une politique profitable et socialement responsable », déclare Philippe Peyrard, Directeur général délégué d'Atol les Opticiens, 4^{ème} enseigne d'optique française et pionnier de la relocalisation « notre volonté était de préserver les savoir-faire lunetier en France et d'assurer la dynamique industrielle de la filière optique dans leurs régions d'origine, protégeant ainsi plus de 1000 emplois. » précise Philippe Peyrard.

71% des moins de 35 ans sont prêts à payer plus cher un produit Made in France

Un chiffre qui monte même jusqu'à 78% chez les 65 ans et plus.

Dans son baromètre, Atol a souhaité poser aux Français deux questions phares pour mesurer leur attachement au Made in France et son évolution sur les 10 dernières années :

- « Est-ce que vous seriez **prêt à payer plus cher un produit** dont vous savez qu'il a été **fabriqué en France** ? »
- « Dans votre démarche d'achat au quotidien, diriez-vous que le **Made in France est un critère plus important pour vous qu'il y a 10 ans**, que vous prenez davantage en considération ? »

Les Français ont répondu OUI pour près des trois quarts d'entre eux aux deux questions (73%).

Aujourd'hui, **et plus encore qu'il y a 10 ans, les Français prennent en considération le critère du Made in France dans leurs actes d'achats tout au long de l'année.** Loin d'être éphémère, ce phénomène s'inscrit comme une véritable tendance de consommation de fond. Malgré un surcoût éventuel, la part des Français prêts à payer plus cher un produit fabriqué en France reste stable sur ces 3 dernières années accusant une très légère baisse en cette fin 2013 (-4%). De 72% en octobre 2011², puis 77%³ un an plus tard, nous passons à 73% en 2013. Une propension qui reste **largement majoritaire dans un contexte économique difficile quel que soit l'âge** : il apparaît clairement que les Français considèrent toujours le critère du Made in France comme justifiant un prix plus élevé (71% des moins de 35 ans). **37% des sondés déclarent être prêts à payer jusqu'à 5% plus cher et 28% de 5 à 10% plus cher.**

« En privilégiant des prestataires français, Atol assure aux porteurs de lunettes le meilleur de l'optique et un service après-vente efficace et rapide. Pour cela, la coopérative mise sur une croissance solidaire et

² Le sondage commandité par Atol a été menée par l'Ifop, du 07 au 09 janvier 2012, par questionnaire auto-administré en ligne auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française de 18 ans et plus.

³ L'étude d'opinion commanditée par le CEDRE a été menée par téléphone par l'Ifop, du 04 au 06 octobre 2011, auprès d'un échantillon de 1004 personnes, représentatif de la population française de 18 ans et plus, et auprès de 301 dirigeants d'entreprises représentatifs des entreprises des secteurs de l'industrie et des services aux industries de 10 à 2000 salariés du 3 au 7 octobre

durable : en commercialisant ses collections privées, les opticiens Atol proposent des lunettes made in France, innovantes et de qualité, dans des gammes de prix très concurrentielles à partir de 79€ », conclut-il.

Pour 75% des sondés le label « Origine France Garantie » induit naturellement la traçabilité

Interrogés sur ce qu'ils comprennent et attendent d'un produit bénéficiant du label « Origine France Garantie », les Français restent sur une définition littérale : en effet, **trois quarts des personnes interrogées y associent la « garantie d'un produit fabriqué en France » (75%)**, avec une traçabilité facilitée pour 44% d'entre eux.

Viennent ensuite, l'idée d'une plus grande confiance (23%) dans des produits qui seraient de meilleure qualité (27%). C'est aussi l'assurance d'un achat responsable pour une personne sur cinq (20%).

« En mai 2011, ATOL a été le 1er réseau d'opticiens à obtenir le label Origine France Garantie, véritable gage de qualité et de traçabilité pour les consommateurs. » déclare Philippe Peyrard, Directeur général délégué. *« Par ailleurs, Atol s'engage à garantir clairement la qualité et la traçabilité de ses lunettes et encourage les entreprises soucieuses de mener une politique responsable à faire de même. »*

9 personnes interrogées sur 10 sont en faveur d'une taxe réduite pour les produits fabriqués en France.

La France est le pays du monde où la pression fiscale est la plus lourde. Les Français réclament aujourd'hui une pause fiscale de la part du Gouvernement, et seraient **favorables à 90% à l'application d'une fiscalité particulière à l'égard des produits fabriqués en France**. Ils seraient même plus de la moitié à penser que ce serait une très bonne chose (51%).

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



Contacts Médias

Delphine SENS - Aurélia NATALI

Tel : 01 58 65 10 76 / Email : dsens@hopscotch.fr - Tel : 01 58 65 01 46 / Email : anatali@hopscotch.fr

Contacts Médias audiovisuels

Emilie BARRAIL

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

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