

# Made in France et relocalisation comme priorités des Français

Pour 86 % des Français, le Made in France doit être  
au cœur de la campagne présidentielle de 2022.

## Les Français sont de plus en plus attirés par les meubles Made in France



85%

d'entre eux aimeraient mieux connaître les marques  
qui fabriquent des meubles Made in France



L'aspect financier n'est pas  
le facteur qui prime

89%  
chez les **CSP -**

86%  
chez les **CSP +**

68% des Français assurent vouloir privilégier le Made in France  
dans leurs futurs achats de meubles depuis la crise du Covid.

→ Une volonté qui se fait davantage ressentir chez les femmes

71%  
66%

Les motivations sont multiples :



Pour **65%**,  
**le soutien au tissu  
économique local** est  
une motivation importante  
dans l'achat de meubles  
Made in France.

→ Motivation qui  
se ressent davantage  
chez les hommes  
(**69%**) que  
chez les femmes  
(**61%**)



Pour **48%**,  
**choisir des meubles  
de qualité** est un élément  
important.

→ Surtout chez  
les propriétaires  
**51%** contre **40%**  
pour les locataires



Pour **47%**,  
le choix du Made in France  
réside dans le fait de **vouloir  
réduire son empreinte carbone,**  
et **42%** souhaitent **avoir  
des meubles durables.**

→ Motivation davantage  
partagée par les femmes  
(**45%**) contre (**39%**)  
chez les hommes ;  
et plus forte chez  
les 18-24 ans (**56%**)

## Les Français souhaitent voir l'industrie nationale défendue lors de la prochaine campagne présidentielle



90%

attendent des candidats à la présidentielle 2022 qu'ils prennent  
en compte les difficultés industrielles rencontrées en France  
durant la crise sanitaire.

Pour **86%**, le Made in France doit être  
au cœur de la prochaine campagne présidentielle.

Pour **89%** d'entre eux, la priorité est  
de favoriser la relocalisation des industries.



Après une année marquée par la crise sanitaire.

## Les plus jeunes sont prescripteurs du Made in France au sein des familles



64%

des 18-24 ans déclarent être ceux qui insistent pour  
acheter des meubles Made in France au sein de leur famille  
(contre **54%** qui déclarent que ce sont leurs parents)

34%

Plus du tiers des parents admettent que leurs enfants  
sont les plus attachés à l'achat de meubles Made in France  
au sein de leur famille.

