

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



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.

