

NOUVEAUTÉ

MADE IN FRANCE

LE RENOUVEAU DU MADE IN FRANCE

Création de valeur, consommation responsable, réindustrialisation, ... : le retour en force du Made in France dans l'équipement de la personne et de la maison

Découvrez dans cette étude :

- ▶ **Les motivations stratégiques et les freins** d'un positionnement sur le Made in France
- ▶ **Le décryptage** des business models et des stratégies gagnantes
- ▶ **La place du Made in France** dans les critères de choix des consommateurs à l'heure du consommer « moins et mieux » et de l'inflation



ENQUÊTE QUALITATIVE

Des entretiens
approfondis réalisés
auprès des différents
types d'acteurs présents
sur le marché

LA TENDANCE MADE IN FRANCE S'ACCÉLÈRE



Cécile DESCLOS

Directrice Editoriale



@c_desclos

Depuis plusieurs années, le Made in France a les faveurs des Français en quête d'une consommation plus responsable. Cette tendance s'est accélérée avec la crise sanitaire qui a mis en lumière l'importance de la fabrication française, qu'il s'agisse de création d'emplois, de revitalisation des territoires, de préservation des savoir-faire, de souveraineté industrielle ou de réduction de l'empreinte carbone. Le Made in France s'impose ainsi comme un levier d'attractivité et de différenciation.

L'offre s'étoffe dans l'équipement de la personne et de la maison. A côté de marques établies dont la production repose de longue date sur le territoire français et de jeunes pousses positionnées sur le local dans une démarche militante/*purpose-driven*, de nombreux acteurs relocalisent une partie de leur offre. Dans la distribution, parallèlement à la multiplication des concepts dédiés au fabriqué en France, une place croissante est accordée au Made in France chez les distributeurs traditionnels, y compris sous MDD.

Si l'envie de consommer local est forte, le Made in France se heurte toutefois à une tension croissante sur le pouvoir d'achat des ménages et à un retour de l'inflation. Parallèlement, en fonction des secteurs et/ou des positionnements, une relocalisation totale n'est ni pertinente, ni possible. Se pose alors la question du poids de l'offre française dans l'assortiment et des stratégies industrielles. Quelles options s'offrent aux marques et enseignes ? Quels modèles mettre en œuvre pour quels objectifs ? Quelles sont les initiatives inspirantes ? Dans cette étude, Les Echos Etudes vous livre son analyse pour éclairer vos décisions.

Méthodologie



DESK RESEARCH

Des recherches documentaires approfondies sur le développement Made in France et les ressorts de la demande afin de disposer de toutes les clés pour comprendre l'intérêt stratégique et le potentiel économique du Made in France.



INTERVIEWS

Des entretiens qualitatifs approfondis pour enrichir nos analyses de la réalité du terrain.



BENCHMARK

Un très large panel d'acteurs -marques et distributeurs - passés au crible pour analyser et comparer les modèles, les stratégies mises en œuvre et les objectifs.

Plan de l'étude

Aller à l'essentiel : synthèse de l'étude et enseignements clés

Quel intérêt stratégique du Made in France pour les marques et distributeurs ?

Quels modèles pour quels objectifs ?

Des drivers puissants mais de nombreux défis à relever

L'appétence des consommateurs pour le Made in France, une tendance de fond accélérée par la crise sanitaire

Plus que jamais, les acteurs économiques sont également des acteurs sociaux/sociétaux

Des freins à lever : prix, tensions sur le pouvoir d'achat des ménages, inflation, multiplication des logos, labels et allégations, ...

Offre : les propositions se multiplient

Analyse des stratégies d'offre : quelle part du Made in France/local dans l'offre globale pour quels objectifs ?

De la DNVB/marque de niche positionnée sur le local à l'industriel positionné sur les volumes : typologie des acteurs et benchmark des stratégies à l'œuvre

Production : le Made in France challenge les modèles établis

Analyse des modèles industriels

Le retour à une production de proximité : une démarche volontariste

Coûts, capacités, main-d'œuvre, ... : adapter/repenser la chaîne de valeur

Secteur, positionnement, volumes : des marges de manœuvre différentes selon les acteurs

Distribution : le déploiement du Made in France

L'émergence de boutiques Made in France

GSA, GSS, grands magasins, e-tailers, ... : une place croissante accordée au Made in France, y compris sous MDD

Typologie des acteurs et benchmark des stratégies mises en œuvre



PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

Segments

- ▶ Equipement de la personne (prêt-à-porter, souliers, accessoires, horlogerie)
- ▶ Equipement de la maison (meubles, électroménager, literie, ...)
- ▶ Eclairage sur d'autres secteurs ayant investi le Made in France

Acteurs

- ▶ Marques d'équipement de la personne et de la maison, centrées sur le Made in/local ou ayant un sourcing diversifié
- ▶ Distributeurs spécialisés dans le Made in France
- ▶ GSA
- ▶ GSS
- ▶ Grands magasins
- ▶ E-tailers

Champ géographique

- ▶ France



QUI SOMMES-NOUS ?

Depuis plus de 30 ans, **Les Echos Etudes** aide les décideurs à anticiper les tendances de leur marché et capter de nouvelles opportunités d'affaires.

Tendances émergentes, scénarios prospectifs, valorisation de marchés, data inédites : nos études vous permettent de prendre un temps d'avance !

Découvrez, également, nos offres sur-mesure pour :

- vous accompagner dans la mise en œuvre de votre plan stratégique : estimation de potentiel, positionnement d'offre, insights consommateurs...
- valoriser votre expertise et répondre à vos enjeux de communication grâce à nos baromètres et études co-brandées.

CES ETUDES POURRAIENT ÉGALEMENT VOUS INTÉRESSER :

- ▶ **Occasion, location, réparation : les nouvelles offres durables des marques et enseignes du neuf**
Quelles stratégies gagnantes pour les acteurs du neuf ? Quels sont les secteurs les plus prometteurs ?
- ▶ **Le marché de la décoration et de l'aménagement intérieur**
Comment profiter du boom de la demande ?
- ▶ **Le renouveau du discount en France**
Quel potentiel et quel visage pour le discount à 5 ans ? Quelles stratégies gagnantes pour les enseignes à petits prix ?

Bon de commande

Le renouveau du Made in France

Version PDF

- Pour 1 utilisateur*
3 150 € HT - 3 323,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs*
4 095 € HT - 4 320,23 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs*
4 725 € HT - 4 984,88 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs*, nous contacter

Version papier

- 3 150 € HT - 3 323,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 315 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires :

Option présentation orale de l'étude par l'expert auprès de vos équipes.

- Pour une présentation personnalisée, nous vous proposons un accompagnement sur-mesure.

Contactez nous au 01.49.53.63.00

Email : etudes@lesechos.fr.

Coordonnées de l'utilisateur final

(Si plusieurs utilisateurs, nous communiquer leurs coordonnées accompagnées de ce bon de commande)

Nom : Prénom :

Fonction : Société :

Adresse :

Tél : E-mail :

Facturation

Société :

Adresse :

E-mail :

SIRET :

Règlement

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47 Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date :/...../..... Signature :

* L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective. En complétant ce formulaire, j'accepte les conditions générales de ventes et d'utilisation qui sont disponibles sur le site www.lesechos-etudes.fr

Les Echos Etudes collecte et traite vos données personnelles aux fins de gestion de votre commande. Si vous y consentez, vos données, notamment votre numéro de téléphone, pourront être utilisées à des fins de prospections commerciales par le groupe Les Echos Le Parisien et/ou ses partenaires.

Conformément à la réglementation en vigueur, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, d'opposition, de limitation, de suppression et de portabilité de vos données.

Pour en savoir plus sur vos droits et nos traitements, consultez notre politique de confidentialité sur notre site internet www.lesechos-etudes.fr

Si vous souhaitez recevoir de notre part des offres de produits et services analogues, vous pouvez cocher cette case

Si vous souhaitez recevoir les offres de Groupe Les Echos Le Parisien, merci de cocher cette case

Si vous souhaitez recevoir les offres des partenaires du Groupe Les Echos Le Parisien, merci de cocher cette case

