

[Le Courrier de l'Ouest](#) Publié le 05/12/2020 à 17h43

<https://www.ouest-france.fr/societe/fetes/noel/la-question-du-jour-comptez-vous-consommer-francais-ou-local-pour-vos-cadeaux-de-noel-bef0c788-370e-11eb-8229-03ae87b010bf>

## La question du jour. Comptez-vous consommer français ou local pour vos cadeaux de Noël ?

Les achats de Noël seront-ils plus « patriotiques » en raison de la crise sanitaire et du confinement selon vous ?



Les cadeaux apportés par le père Noël au pied du sapin seront-ils produits près de chez vous ?  
| PHOTO CO – LAURENT COMBET

Les initiatives se multiplient pour valoriser les produits « Made in France » et inciter les consommateurs à soutenir, voire sauver, les entreprises de l'Hexagone.

« **La carte bancaire, c'est un bulletin de vote au quotidien. Il faut que les gens aient vraiment conscience de ça : on ne peut pas râler contre le réchauffement climatique et acheter des choses qui viennent de l'autre bout de la planète** », résume Amandine Hesse, présidente de la Fédération indépendante du Made in France (Fimif).

Mi-novembre, cette association de Loi 1901 fédérant producteurs et consommateurs a publié une « **Lettre ouverte à tous les Français et à toutes les Françaises** », cosignée par 70 marques hexagonales : « **il appartient aux consommateurs de soutenir la demande et d'inverser la tendance** », martèle-t-elle, car « **sans un effort collectif, des milliers d'emplois sont voués à disparaître** ».

« **Noël peut représenter 40 % du chiffre d'affaires pour certains produits** », souligne auprès de l'AFP Amandine Hesse, tout en reconnaissant que « **cela peut être encore compliqué de trouver un produit français, même s'il y a aujourd'hui des plateformes spécialisées** ».

Le Salon du Made in France, privé d'édition 2020, a ainsi décidé de mettre en ligne un catalogue de [Noël](#) avec près de 900 produits « fabriqués en France ».

« **Au regard de la domination écrasante d'un géant du commerce en ligne** », soit Amazon, cette initiative « **pourra paraître modeste, mais nous pensons qu'elle pourra améliorer une visibilité numérique et offrir des débouchés commerciaux vitaux** », souligne Fabienne Delahaye, présidente de l'événement.

## « Une vraie envie »

« **Sur internet, on trouve tout et n'importe quoi. Notre démarche est de mettre en avant des entreprises qui ont fait le choix et l'effort de maintenir une production en France** », renchérit Élodie Lapierre, cofondatrice du site Marques de France, qui propose des idées de cadeaux « **fabriqués et/ou assemblés en France** » issus de 500 marques.

Elle estime qu'« **il y a une vraie envie de consommer différemment qui s'est accélérée avec les [confinements](#)** ».

« **Cette prise de conscience profite à des marques comme la nôtre. Les gens se disent que c'est insensé de porter des vêtements qui ont parcouru des milliers de kilomètres, ils veulent des cadeaux qui ont du sens, qui favorisent l'emploi local** », confirme Caroline Tiquet, directrice marketing et communication de la marque Le Slip Français.

Lors du deuxième confinement, « **on a dû fermer nos boutiques physiques mais on a réalisé le double de notre objectif de ventes en ligne sur plusieurs semaines, ce qui est inédit. A fin novembre, nous étions en croissance par rapport au chiffre d'affaires de l'année dernière, et pensons atteindre notre objectif de 24 millions d'euros** » de ventes annuelles, détaille-t-elle.

## **« Pas forcément plus cher de consommer français »**

Sur Google, les recherches pour les mots-clés « fabriqué en France » ont augmenté de plus de 60 % entre janvier-novembre 2019 et janvier-novembre 2020, précise le groupe.

Reste à savoir si ces intentions d'acheter tricolore se traduiront de façon nette : **« la demande est là, c'est indéniable. Et du fait de la crise, commerçants et artisans ont commencé à se développer en ligne pour y répondre »**, estime Olivier Salomon, directeur au sein du cabinet de conseil AlixPartners.

**« Mais entre l'intention et la concrétisation, il n'est pas certain que ce soit très massif encore, ni très visible tout de suite. Sans compter qu'il y a aussi des contraintes budgétaires, les gens vont regarder à la dépense »**, souligne l'expert.

**« Les produits français ne sont pas systématiquement plus chers, il faut juste chercher, et surtout ils permettent une meilleure répartition de la valeur ajoutée »**, tient à souligner Amandine Hesse pour la Fimif.