



Enquête de marque Produit en Bretagne – TMO
Juin 2010 / Janvier 2011



Focus Loire-Atlantique

Perception par tous de l'intégration d'entreprises du 44 dans Produit en Bretagne
Perception des habitants du 44 comparée aux autres départements

Le logo est connu, autant que dans les autres départements :

94% de notoriété (97% en moyenne sur les 5 départements bretons)

Un fort sentiment d'appartenance dans le 44 (lieu de fabrication des produits)

62% des Ligériens placent des entreprises membres de Produit en Bretagne dans leur département (seulement 37% des Costarmoricains)

L'utilité d'une revendication Bretagne dans les Services pour le public du 44

44% des Ligériens accordent une importance positive à ce qu'une entreprise de services se revendique bretonne (32% des Franciliens)

Une fréquence d'achat en progression et qui tend à rejoindre les taux des autres départements bretons

49% des Ligériens sont acheteurs réguliers de Produits en Bretagne (44% en 2007), (57% en moyenne en Bretagne, 39% dans les DLB en 2010-2011)

Progression du rôle prescripteur du logo Produit en Bretagne

70% des Ligériens affirment que la présence du logo pourrait les inciter à choisir un produit plutôt qu'un autre (64% en 2007)