



Focus zones extérieures de la Bretagne

Une grande notoriété, une bonne connaissance des valeurs de la marque, une utilité pour les ventes

Le logo est connu

49% de notoriété en IDF (21% en 2007)

78% dans les DLB

Le logo fait vendre

Le logo est prescripteur dans l'achat d'un produit pour
74% des consommateurs en Ile-de-France, **71%**
dans les DLB

Hors Bretagne également, la revendication bretonne sur le non alimentaire a un sens

32% des Franciliens potentiellement incités à choisir une entreprise de services si elle se revendique bretonne

22% des Franciliens connaissent la dimension Culture et Art de Vivre de Produit en Bretagne, **45%** ne sont pas surpris de l'association entre le logo Produit en Bretagne et les produits culturels et de loisir

Les valeurs de la marque bien connues par les personnes habitants hors Bretagne

Acheter Produit en Bretagne, c'est :

> Faire travailler des entreprises qui s'engagent pour le respect de l'environnement :

84% en IDF, **76%** dans les DLB

> Faire travailler des entreprises qui respectent leurs salariés :

83% en IDF, **67%** dans les DLB

> Favoriser les emplois bretons :

94% en IDF, **90%** dans les DLB





Une demande dans les magasins hors Bretagne

Les consommateurs voudraient davantage de mises en avant dans les magasins

54% des Franciliens trouvent insuffisante la mise en avant des Produits en Bretagne dans les magasins en général (non-mesuré dans les DLB)

Les consommateurs privilégient des magasins qui leur proposent plus de Produits en Bretagne

43% des DLB affirment qu'elles auraient tendance à privilégier un magasin qui leur proposerait beaucoup de produits signés Produit en Bretagne (question non posée en IDF)

Satisfaction produit : en forte progression

68% de satisfaction suite à l'achat d'un Produit en Bretagne (38% en 2007).

Un taux non négligeable d'acheteurs réguliers

31% des Franciliens, **39%** des DLB achètent au moins plusieurs fois par mois des Produits en Bretagne

Habitudes de consommation

23% associent Produit en Bretagne à des produits que l'on consomme au quotidien

33% à des produits autant quotidiens qu'occasionnels

35% à des produits que l'on consomme de façon occasionnelle

Base étudiée : 200 Franciliens, enquête online

La perception du Prix varie selon les régions

Des produits abordables pour **58%** des DLB,

Des produits d'un bon rapport qualité / prix pour **62%** des Franciliens (non posée aux DLB)

MAIS

Des produits chers pour **52%** des Franciliens