

Consommation et modes de vie

N° 239 • ISSN 0295-9976 • Mai 2011

FANETTE RECOURS

Les consommateurs sont prêts à payer plus cher les produits fabriqués en France

La crise a lourdement pesé sur les emplois de l'industrie, venant accélérer leur réduction inéluctable depuis cinquante ans. Inquiétés par les délocalisations, les Français deviennent plus réticents vis-à-vis de la mondialisation. Conscients que les choix de consommation peuvent influencer sur le comportement des entreprises, certains optent pour une consommation «solidaire», choisissant leurs produits selon des critères éthiques, allant même, parfois, jusqu'au boycott.

L'enquête réalisée par le CRÉDOC pour le compte du Conseil Général de l'Industrie, de l'Énergie et des Technologies (CGIET) du Ministère de l'Économie et de l'Emploi, montre que les consommateurs sont très sensibles au pays de fabrication des produits industriels. 64% sont même prêts à payer plus cher des produits fabriqués en France, non seulement parce qu'ils reconnaissent la qualité du savoir-faire national mais aussi, sans doute, parce qu'ils pensent ainsi contribuer à défendre les emplois de leur pays. Convaincus que le développement économique de la France ne peut pas se passer d'un secteur industriel fort, 73% déplorent le déclin de l'industrie française. Ils souhaitent d'ailleurs que les pouvoirs publics s'impliquent en soutenant les entreprises industrielles les plus en difficulté. Soucieux des performances françaises en termes d'innovation, ils plaident pour une augmentation des crédits alloués à la recherche.

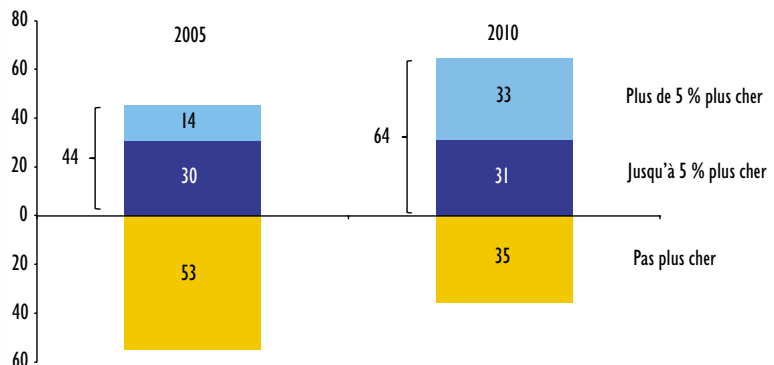
> Forte hausse de l'engagement pour le «made in France»

Près de deux Français sur trois (64%) se déclarent, en 2010, prêts à payer plus cher des produits industriels fabriqués en France plutôt qu'hors d'Europe. Cinq ans auparavant, moins d'un sur deux (44%) était disposé à payer ce supplément. Dans un contexte de fortes contraintes sur le pouvoir d'achat, à un moment où beaucoup de nos concitoyens s'imposent régulièrement des restrictions sur leur budget, cette tendance est révélatrice d'un changement profond d'attitude. En six ans, la majorité a basculé dans toutes les catégories sociales. Quel que soit le revenu, quel que soit l'âge, plus d'une personne sur deux consentirait à un effort financier. Même les personnes dont les revenus mensuels sont inférieurs à 900 € par mois se disent majoritairement prêtes à payer plus cher. La proportion atteint ou dépasse 70% chez les plus de 60 ans, les cadres, les professions intellectuelles supérieures, les diplômés du supérieur et les hauts revenus.

Comme en 2005, trois personnes sur dix accepteraient une augmentation limitée à 5%; mais cette année, 33% envisageraient un coût supérieur, alors qu'ils n'étaient que 14% cinq ans plus tôt. Non seulement le phénomène s'est diffusé dans l'ensemble du corps social, mais il s'est en plus intensifié au cours des cinq dernières années.

PAYER PLUS POUR LE «MADE IN FRANCE»

Par comparaison avec les produits fabriqués hors d'Europe, êtes-vous prêt à payer plus cher les produits industriels fabriqués en France? (en %)

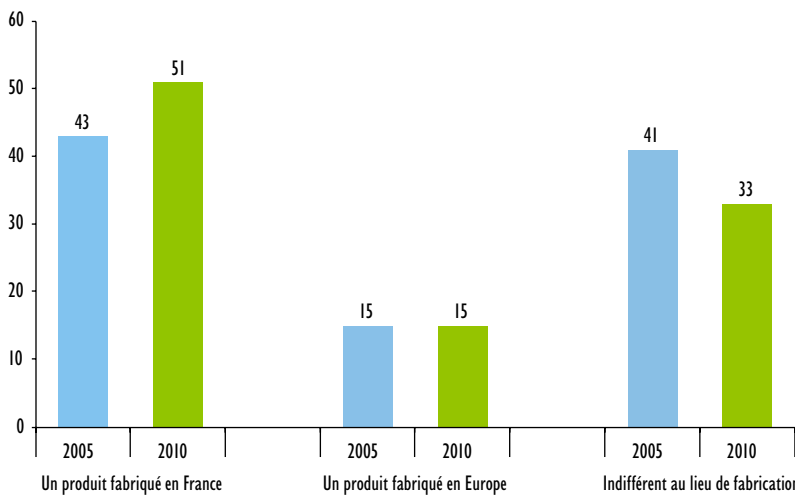


Source : CRÉDOC, Enquête «Image de l'industrie», septembre 2010 et Enquête «Conditions de vie et Aspirations», 2005.

Guide de lecture : En 2010, 64% des Français se déclarent prêts à payer plus cher un produit d'origine française contre 44% en 2005.

ACHETER FRANÇAIS EN PRIORITÉ

En général, quand vous achetez un produit industriel, privilégiez-vous...? (en %)



Source : CRÉDOC, Enquête « Image de l'industrie », septembre 2010 et Enquête « Conditions de vie et Aspirations », 2005.

Guide de lecture : En 2010, 51 % des enquêtés déclarent privilégier l'origine française des produits industriels qu'ils achètent, contre 43 % en 2005.

Cette inclination à payer plus cher des produits fabriqués en France témoigne de l'attachement croissant des consommateurs à la provenance locale des produits. En 2010, un peu plus d'une personne sur deux (51 %) privilégie, lors de leurs achats, les produits industriels d'origine française. Cette proportion a augmenté de huit points en cinq ans. L'attention portée à l'origine des produits est plus marquée chez les seniors, mais cette attitude se diffuse ces dernières années chez les 25-60 ans, notamment parmi les actifs, qu'ils soient cadres, employés ou ouvriers.

Les moins de 25 ans font exception. Leur préférence pour les produits français a peu augmenté depuis 2005; ils privilégient en revanche, plus qu'auparavant, les produits européens. Davantage attachés à l'Europe, ayant le sentiment d'appartenir à un espace géographique plus vaste que la France, les jeunes se tournent de plus en plus vers les produits fabriqués au sein de l'Union.

> Des produits jugés de meilleure qualité

L'enquête du CRÉDOC révèle que ce regain d'intérêt pour le « made in France » témoigne d'une confiance croissante dans la qualité des produits industriels fabriqués en France. En 2010, 52 % de la population estiment

en effet que ces produits sont de meilleure qualité que ceux fabriqués hors d'Europe; c'est 11 points de plus qu'en 2005 et 19 points de mieux qu'en 1997. Le nombre d'individus qui se déclarent insatisfaits de la qualité française a toujours été faible (6 % en 1997, 5 % en 2010); au fil du temps, les consommateurs sont passés d'un jugement plutôt neutre à une appréciation clairement positive.

Ce sont surtout les jeunes et les catégories sociales supérieures qui ont changé d'opinion sur ce point ces dernières

années : par exemple, entre 2005 et 2010, la proportion d'étudiants estimant que les produits français sont de meilleure qualité est passée de 31 % à 50 %; au sein des cadres, elle a crû de 31 % à 53 %. Tant et si bien qu'aujourd'hui, la propension à reconnaître le savoir-faire français est majoritaire dans la plupart des catégories sociales; ce n'est plus une spécificité des seniors, des bas revenus et des moins diplômés.

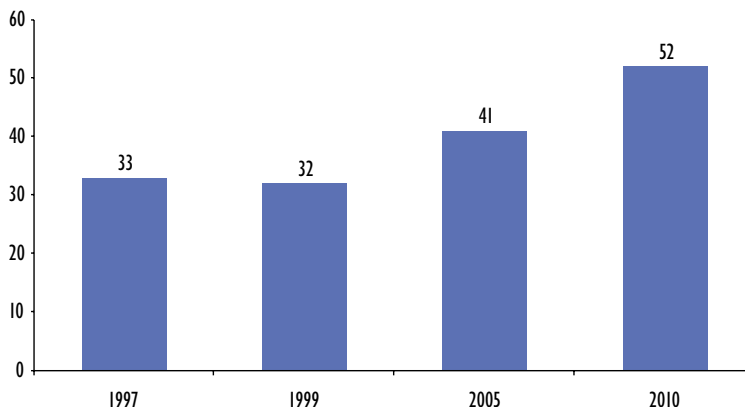
> Les consommateurs en quête de sens

La qualité n'est probablement pas le seul motif qui conduit nos concitoyens à rechercher plus attentivement les produits industriels français; ce n'est pas non plus la seule raison qui les invite à faire un effort financier. En effet, 51 % des personnes considérant que la qualité des produits fabriqués en France est équivalente à celle des produits fabriqués hors d'Europe et 53 % de celles qui la jugent moins bonne sont également prêtes à payer plus cher pour des produits d'origine française. D'autres éléments entrent donc en ligne de compte: la solidarité, l'engagement citoyen et les préoccupations pour l'environnement jouent ici un rôle non négligeable.

L'enquête « Conditions de vie et aspirations » du CRÉDOC indique une progression ces dernières années

UNE CONFIANCE CROISSANTE DANS LA QUALITÉ DES PRODUITS FRANÇAIS

Proportion d'individus qui considèrent que la qualité des produits industriels fabriqués en France est meilleure que celle des produits fabriqués hors d'Europe (en %)



Source : CRÉDOC, Enquête « Image de l'industrie », septembre 2010 et Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations », 1997, 1999, 2005.

Guide de lecture : En 2010, 52 % de la population considère que la qualité des produits industriels fabriqués en France est meilleure que celle des produits fabriqués hors d'Europe. La proportion n'était que de 33 % en 1997.

de la sensibilité à l'environnement: par exemple, au début 2011, 37% de la population sont disposés à payer plus de taxes qui seraient directement affectées à la protection de l'environnement, contre 25% seulement en 2008. La préférence pour les produits français pourrait ainsi refléter le souhait de limiter les coûts de transports, les dépenses d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre.

On peut également penser que, dans un climat de méfiance croissante vis-à-vis de la mondialisation – notamment en raison des craintes qu'inspirent les délocalisations –, une partie des consommateurs souhaitent témoigner de leur soutien envers les salariés et les entreprises les plus exposées à la crise. Leur acte d'achat prend une dimension éthique. En consommant des produits fabriqués sur le territoire, ils contribuent à soutenir l'emploi. Rappelons que le chômage est aujourd'hui le principal sujet de préoccupation de la population: l'enquête du CRÉDOC menée au début de l'année 2011 sur les « Conditions de vie et les aspirations » révèle que 70% de nos concitoyens se disent inquiets, pour eux-mêmes ou pour leurs proches, du risque de chômage.

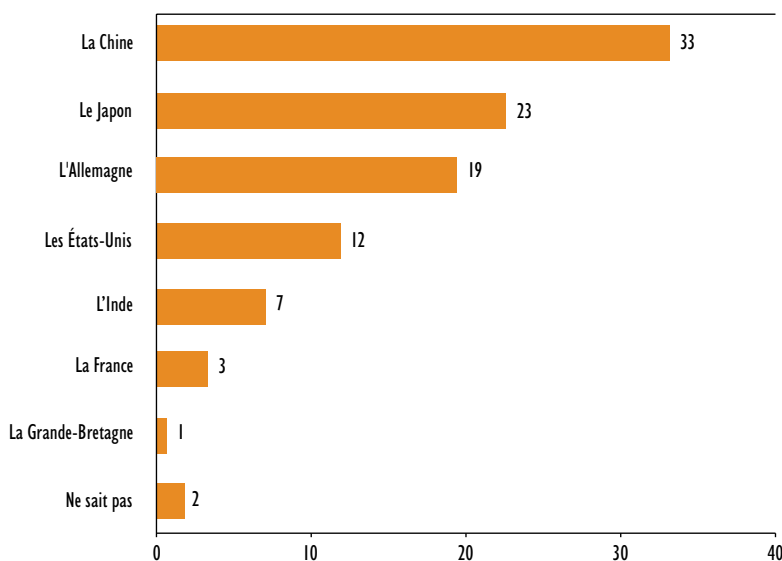
> Les Français déplorent le déclin de l'industrie

L'INSEE rappelle qu'en 2009, au plus fort de la crise, 170 000 emplois ont été détruits dans l'industrie en France. Le choc a été d'autant plus violent qu'il s'est produit à la suite d'une longue période de baisse des emplois industriels: au cours des trente dernières années, le secteur a perdu 36% de ses effectifs. De fait, 73% de la population juge que l'industrie française est en déclin. Ce sentiment est profondément ancré dans l'opinion, dans toutes les catégories sociales et dans toutes les tranches d'âge.

Or, huit personnes sur dix restent persuadées que le développement économique de la France ne peut pas se passer d'un secteur industriel fort. Le constat du déclin est donc à la

POUR L'OPINION, LA FRANCE EST EN BAS DU CLASSEMENT DE L'INNOVATION

Quel est, selon vous, le pays dans lequel l'industrie est la plus innovante? (en %)



Source: CRÉDOC, Enquête « Image de l'industrie », septembre 2010.

Guide de lecture: 33% de la population considère que la Chine est le pays dans lequel l'industrie est la plus innovante.

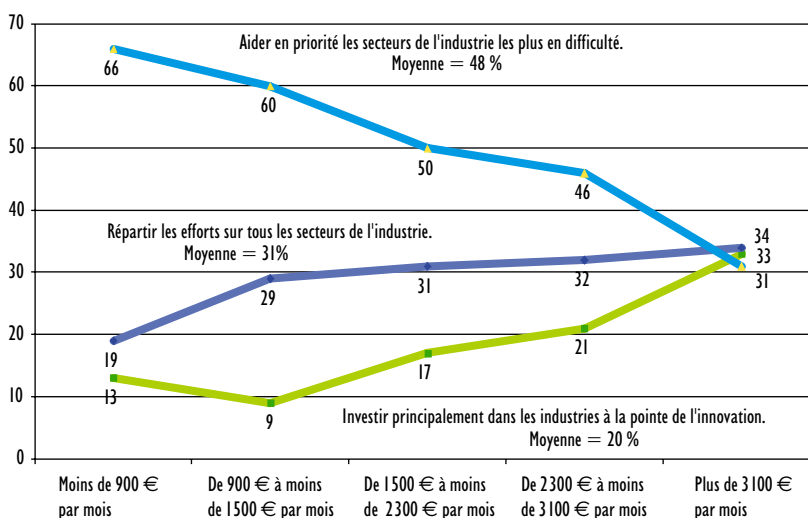
fois empreint d'amertume et vecteur d'inquiétudes par rapport à l'avenir.

Les perspectives ne sont pas vraiment encourageantes: même si une majorité de la population considère que l'industrie française est plutôt innovante, 40% considèrent qu'elle ne l'est pas.

D'ailleurs, lorsque l'on demande aux enquêtés de situer la France par rapport à d'autres pays en termes d'innovation, l'Hexagone se situe plutôt dans le bas du tableau. La Chine est considérée comme le pays dans lequel l'industrie est la plus innovante; elle est suivie par le Japon, l'Allemagne et les

LES FRANÇAIS, EN PARTICULIER LES PLUS MODESTES, SOUHAITENT QUE LES POUVOIRS PUBLICS PRIVILÉGIENT L'AIDE AUX SECTEURS EN DIFFICULTÉ

Réponse à la question: « Selon vous, les pouvoirs publics doivent-ils...? » selon le niveau de revenu des enquêtés (en %)



Source: CRÉDOC, Enquête « Image de l'industrie », septembre 2010.

Guide de lecture: 48% en moyenne des Français considèrent que les pouvoirs publics doivent aider en priorité les secteurs de l'industrie les plus en difficulté. Parmi les personnes disposant de moins de 900 € par mois dans leur foyer, la proportion d'individus défendant cette idée est de 66%. Elle est de 31% parmi les hauts revenus.

États-Unis. Même l'Inde est jugée plus innovante que la France. Ce classement, s'il ne reflète pas la réalité, prend la mesure de l'opinion : la France n'est pas perçue comme performante en matière d'innovation.

> Le soutien attendu des politiques publiques aux entreprises en difficulté

Dans ce contexte de déclin de l'emploi industriel, la population considère que le rôle des pouvoirs publics consiste en priorité à aider les entreprises industrielles les plus en difficulté (48 % partagent ce point de vue), plutôt que de répartir les efforts sur tous les secteurs (31 %) ou investir principalement dans les industries à la pointe de l'innovation (20 %). Ces résultats indiquent que nos concitoyens sont davantage préoccupés par la question de l'emploi que par le rang qu'occupe la France dans le monde en termes d'innovation. Dans le même ordre d'idées, neuf personnes sur dix considèrent que les pouvoirs publics devraient soutenir le développement des petites entreprises plutôt que celui des grandes.

Ces priorités ne sont pas partagées uniformément par les différentes catégories sociales. Le niveau de vie, principalement, influe sur le choix des actions à mener en priorité. Les plus diplômés, comme les plus aisés, ont un avis moins tranché et se répartissent équitablement entre les trois actions suggérées. Les moins diplômés, les

moins aisés et les jeunes accordent une part bien plus importante au soutien des secteurs en difficulté.

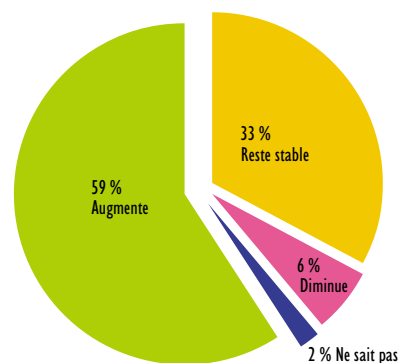
> Le redressement de l'industrie doit passer par un soutien à la recherche

Favorable à une intervention de l'État et pessimiste sur les performances françaises en matière d'innovation, la majorité des Français (59 %) plaide en faveur d'une augmentation de la part du budget alloué à la recherche dans le secteur industriel. Seule une personne sur trois considère que cette part devrait rester stable et 6 % souhaiteraient la voir diminuer.

Ce résultat témoigne de la volonté de maintenir une industrie compétitive en France. L'enquête montre que les personnes les plus pessimistes sur l'industrie française sont les plus

AUGMENTER LE BUDGET DE L'ÉTAT ALLOUÉ À LA RECHERCHE

Souhaitez-vous que la part du budget de l'État consacrée à la recherche dans le secteur industriel augmente, diminue ou reste stable ?



Source : CRÉDOC, Enquête « Image de l'industrie », septembre 2010.

favorables à une augmentation de ce budget : il s'agit des personnes les plus âgées, les plus diplômées et celles dont le niveau de vie est le plus élevé. ■

LE TABLEAU DE BORD EUROPÉEN DE L'INNOVATION

Depuis 2001, la Commission Européenne a mis en place un tableau de bord européen de l'innovation, lequel mesure les capacités d'innovation à travers 29 indicateurs (les ressources humaines mobilisées, les crédits à l'innovation, les investissements des entreprises, les dépôts de brevet, l'impact économique, etc.). D'après ces indicateurs, le Danemark, la Finlande, l'Allemagne, la Suède et le Royaume-Uni comptent parmi les pays les plus innovants. Autriche, Belgique, Chypre, France, Irlande, Luxembourg, Pays-Bas et Slovénie se situent dans la moyenne de l'Europe. La République tchèque, la Grèce, la Hongrie, l'Italie, la Lituanie, Malte, la Pologne, le Portugal, la Slovaquie et l'Espagne présentent des performances au-dessous de la moyenne.

L'édition 2009 du tableau de bord de l'innovation comprend également une analyse de la performance de l'Union européenne comparée à celle d'autres pays. Les États-Unis et le Japon se classent assez nettement devant les pays européens, mais ces derniers comblent une partie de leur retard avec les États-Unis depuis 2005. L'Union européenne devance par ailleurs le Brésil, la Chine, l'Inde et la Russie, mais la Chine et l'Inde sont en phase de rattrapage rapide sur l'Europe.

Pour en savoir plus

- > Ce document de synthèse est tiré d'une étude réalisée pour le Conseil Général de l'Industrie, de l'Énergie et des Technologies (CGIET) intitulé « Regards sur l'industrie, l'énergie et les technologies en France ». Le document est publié dans la collection des rapports du CRÉDOC et disponible sur le site www.credoc.fr
- > L'étude repose sur une enquête téléphonique réalisée en septembre 2010 auprès de 2003 personnes représentatives de la population âgée de plus de 18 ans. La sélection des personnes interrogées s'est faite selon une procédure de génération aléatoire de numéros de téléphone et la représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession et catégorie sociale, taille d'agglomération et région), sur la base du dernier recensement de la population complété par le dernier bilan démographique.
- > Sur un certain nombre de points, cette étude prolonge des investigations qui ont été menées par le SESSI (Service des Études et des Statistiques Industrielles, anciennement rattaché au ministère de l'Industrie) dans le cadre de l'enquête « Conditions de vie et Aspirations » du CRÉDOC.

● Directeur de la publication : Yvon Merlière ● Rédacteur en chef : Yvon Rendu ● Relations publiques : 01 40 77 85 01 > relat-presse@credoc.fr
 ● Diffusion par abonnement uniquement : 31 euros par an, environ dix numéros 142, rue du Chevaleret, 75013 Paris ● Commission paritaire n° 2193 ● AD/PC/DC ● www.credoc.fr ● Conception/Réalisation : www.lasouris.org ●