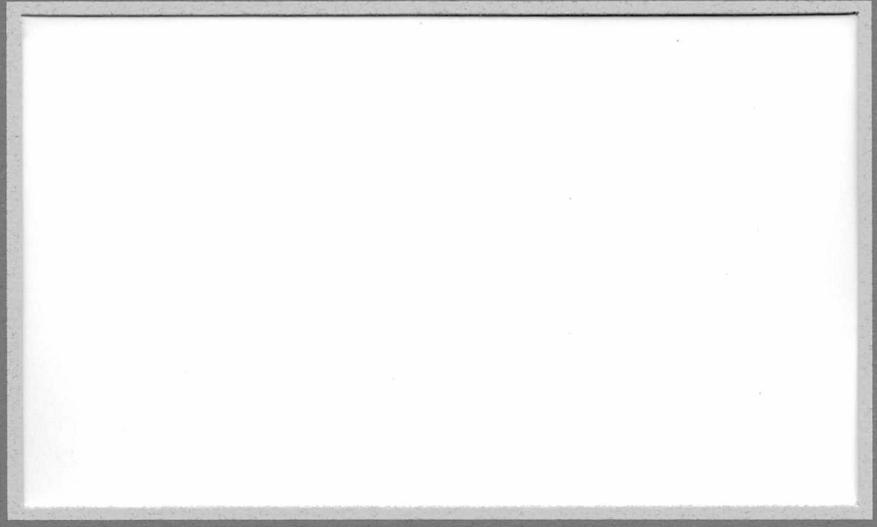


Centre de recherche
pour l'étude
et l'observation
des conditions
de vie



Sou1992-758

Λ

142, rue du Chevaleret
75013 PARIS
Tél. (1) 40 77 85 00
Fax (1) 40 77 85 09

**CREDOC-DIRECTION
IMPORTANT**

Ce rapport est actuellement soumis à embargo ou à diffusion restreinte par le commanditaire de l'étude dont il traite. Il vous est adressé au titre de vos responsabilités à l'égard du Centre.

**NOUS VOUS DEMANDONS DE NE PAS
LE DIFFUSER**

**Consommation et cadre de vie /
Dépt Prospective de la
consommation. (Déc. 1992).**

CREDOC•Bibliothèque



CRÉDOC

L'ENTREPRISE DE RECHERCHE

CREDOC

CONSOMMATION

ET

CADRE DE VIE

Etude réalisée pour la CSCV

Département Prospective de la Consommation

Décembre 1992

142, rue du Chevaleret
7 5 0 1 3 - P A R I S

Sommaire

INTRODUCTION	1
LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS DE L'ETUDE.....	2
LE LOGEMENT, LE CADRE DE VIE	7
L'ALIMENTATION.....	13
LES BANQUES	25
L'ENVIRONNEMENT.....	31
ANNEXE 1 : LE QUESTIONNAIRE.....	40
ANNEXE 2 : LE REDRESSEMENT DES DONNÉES	60

INTRODUCTION

Le CREDOC a réalisé en novembre 1992 une enquête pour dégager les grandes tendances de la consommation des Français. Celle-ci a été effectuée par téléphone à partir de la salle d'enquête du CREDOC, auprès de 1001 personnes représentatives de la population française âgée de plus de 18 ans¹.

Cette enquête comprend certaines questions posées à la demande de la CSCV (Confédération Syndicale du Cadre de Vie).

Ces questions concernent plusieurs domaines : le logement et le cadre de vie, les produits de consommation nouveaux, l'environnement et les services bancaires.

Nous présentons ici les résultats obtenus pour chacun de ces thèmes.

L'ensemble des données ont été redressées selon la catégorie socioprofessionnelle, l'âge, la région et le sexe. Le résultat du redressement est donné en Annexe 2.

¹ Le questionnaire posé par téléphone est donné en Annexe 1.

LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS DE L'ETUDE

I - LOGEMENT ET CADRE DE VIE

Dans l'ensemble, les Français sont satisfaits de leur cadre de vie quotidien, même si les opinions nuancées (assez satisfaits, 54 %) s'avèrent prépondérantes (très satisfaits, 30 %). Les politiques d'aménagement urbain, la multiplication des réseaux de distribution et plus généralement des services de proximité (transports, commerces, crèches ...) semblent avoir porté leurs fruits. A cela s'ajoute sans doute une tendance à l'accoutumance qui fait que l'on se sent peu volontiers enclin à dénigrer son environnement habituel, sauf dans des cas "extrêmes" (6 % de pas satisfaits du tout).

En ce qui concerne les conditions de logement, la tendance globale est plutôt à une amélioration progressive mais nette.

Plus de la moitié (53 %) des Français déclarent avoir vu leurs conditions de logement s'améliorer au cours des dix dernières années, dont 23 % "beaucoup s'améliorer". Un tiers de ces mêmes Français estiment qu'elles n'ont pas changé, 15 % pensent qu'elles se sont détériorées.

On peut y voir à la fois un effet d'âge, qui induit une élévation progressive du niveau de vie au fur et à mesure que les individus augmentent en âge et en revenus, et un effet plus général de rajeunissement du parc immobilier français.

En effet :

- 53 % des personnes interrogées ont au moins une fois changé de logement au cours des dix dernières années ;
- pour 47 %, leur logement actuel a bénéficié, au cours de cette même période, de travaux de réhabilitation ou de rénovation (les deux effets pouvant donc, dans certains cas, se cumuler).

De toute évidence, l'appréciation portée sur le cadre de vie est étroitement corrélée à celle portée sur le logement, et ce pour plusieurs raisons :

- lorsqu'on se sent bien chez soi, on se sent bien dans son quartier (ou sa campagne, ou sa petite ville ...);
- les habitats de standing poussent plus volontiers dans les quartiers "où il fait bon vivre" que dans les banlieues déshéritées ;
- l'apparition de nouveaux immeubles dans certaines zones promises à une reconversion socio-démographique engendre généralement une amélioration globale de leur aspect (exemple : certaines communes de la banlieue Nord-Ouest de Paris).

C'est ainsi que l'on observe dans l'enquête que les personnes les plus satisfaites de leur cadre de vie sont aussi celles :

- qui habitent des maisons individuelles ou des appartements récents ;
- dont le logement a été rénové au cours des dix dernières années ;
- qui, depuis les dix dernières années, ont changé de logement pour un immeuble récent.

Enfin, notons que la domotique ne paraît pas encore susciter l'intérêt des Français; seuls 20 % se déclarent prêts à faire l'acquisition d'un tel système. Il faut rappeler en outre que la question a été posée dans l'enquête en test de concept, c'est-à-dire sans prendre en compte le prix de ces systèmes.

II - L'ALIMENTATION

Les progrès technologiques réalisés par les industries agro-alimentaires ne sont pas passés inaperçus des consommateurs.

Par rapport à il y a 10 ans, ceux-ci estiment que la situation s'est améliorée :

- en ce qui concerne le choix, pour plus de 80 % d'entre eux ; à noter d'ailleurs que la grande majorité des Français n'est pas d'accord avec l'idée selon laquelle le choix variétal se serait réduit dans le domaine des produits frais non transformés ;
- en ce qui concerne la qualité, pour près de 50 % d'entre eux.

En revanche, l'évolution de la saveur et du prix des produits ne recueillent pas les mêmes suffrages : près de 40 % des Français estiment que la situation s'est détériorée en ce qui concerne le goût des produits alimentaires, et 64 % en ce qui concerne leur coût.

Les nouveaux produits alimentaires étudiés ont dans l'ensemble réussi leur percée dans les habitudes de consommation des Français, même si des différentiels de pénétration restent intéressants à souligner. Ce sont les produits dits "du terroir" vendus en libre-service et les produits allégés ou enrichis qui ont remporté le plus grand succès, autrement dit ceux qui proposent une valeur d'image ajoutée ou bien un argument nutritionnel (ou les deux, comme c'est souvent le cas).

Le cas particulier des produits light est intéressant à considérer. Malgré un succès de marché incontestable, le temps semble être aujourd'hui à une remise en question de leurs vertus hypocaloriques.

Dans 60 à 70 % des cas, les consommateurs estiment que ces produits ont moins de goût que les autres, que leur invention correspond exclusivement à des objectifs mercantiles de la part des firmes qui les commercialisent, et que de toute façon, c'est une mode qui va passer.

Moins de 30 % reconnaissent au light les qualités nutritionnelles (équilibre, meilleure santé) prônées par les communicateurs des années 1980.

III - LES BANQUES, LES SERVICES FINANCIERS

L'attitude des Français à l'égard du crédit semble ne pas devoir connaître d'évolutions majeures au cours des prochaines années, du moins si l'on en croit les intentions exprimées.

Malgré la récession qui frappe actuellement ce secteur, le crédit immobilier devrait continuer à concerner un peu plus du quart des Français, comme ce fut le cas au cours des cinq dernières années écoulées.

Dans le domaine du crédit à la consommation, la stabilité est de mise : les intentions d'endettement s'avèrent pratiquement équivalentes aux déclarations concernant les cinq dernières années.

Seul le découvert bancaire — souvent vécu, il est vrai, comme une forme subie d'endettement plutôt que comme un crédit — enregistre une baisse de 4 points par rapport aux cinq dernières années, si l'on s'en tient aux déclarations des interviewés.

Concernant l'attitude face aux banques, les Français se montrent sans illusions quant à l'évolution de leurs politiques tarifaires : 84 % d'entre eux estiment que dans les dix prochaines années, les services bancaires auront tous un caractère onéreux ; on peut voir dans ce résultat la trace dans les mémoires de la tentative avortée d'il y a quelques années de faire payer les carnets de chèques aux titulaires d'un compte à vue, ainsi que l'expression d'une méfiance traditionnelle des Français à l'égard des établissements financiers.

Dans ces conditions, le grand marché européen pourrait être utilisé de façon à mettre ces établissements en concurrence : 37 % des personnes interrogées pensent, d'ici dix ans, ouvrir un compte dans une banque étrangère de la CEE, ce qui apparaît comme l'expression d'un comportement plutôt "moderniste" de la part d'une proportion importante de consommateurs.

Autre exemple de cette tendance novatrice : la carte de crédit, dont 56 % des Français estiment qu'elle deviendra, dans les dix ans à venir, leur principal moyen de paiement.

Les comportements novateurs ne sont donc pas seulement la traduction de réflexes de défense envers un secteur avec lequel les relations sont envisagées sur un mode essentiellement antagoniste.

IV - L'ENVIRONNEMENT

L'enquête du CRÉDOC confirme les enseignements des sondages publiés antérieurement dans la presse : les Français se déclarent, dans leur grande majorité, préoccupés par les problèmes d'environnement.

Ce résultat reflète sans doute une certaine surexposition médiatique de ces problèmes ; il n'en reste pas moins que l'ampleur des chiffres (82 %, dont 62 % *beaucoup* préoccupés) manifeste l'existence d'un courant de fond au sein de la société française.

Un tel courant trouve d'ailleurs une traduction ponctuelle dans l'opinion sur les emballages inutiles : 73 % des personnes interrogées estiment que leur nombre est en augmentation depuis ces dernières années.

Si l'évolution récente est perçue de façon sévère, il existe des moyens d'y remédier, qui sont perçus de manière plutôt optimiste par les consommateurs.

- Les produits verts

Leur contribution à la protection de l'environnement est reconnue par 61 % des Français, bien qu'il s'agisse d'une reconnaissance encore timide (14 % seulement estiment que cette contribution est *très* importante).

Il existe en tous cas un réservoir important de marché pour ces produits, puisque 58 % de la population interrogée pense en augmenter leur consommation dans les dix prochaines années. Il faut tenir compte, dans l'interprétation de ce résultat, du fait que les Français s'attendent probablement à un accroissement de l'offre dans ce domaine.

Si dans ce cas les stratégies marketing des industriels aboutissent à une offre pléthorique, le consommateur souhaitera pouvoir appuyer son choix sur une certification officielle : 87 % se déclarent favorables à la certification officielle des produits verts par les pouvoirs publics.

- Les acteurs du changement

C'est avant tout, selon les enquêtés, aux industriels et aux citoyens de prendre en charge les problèmes d'environnement. Pouvoirs publics et, surtout, partis politiques paraissent entachés d'une certaine suspicion. Les associations de consommateurs voient quant à elles leur rôle reconnu dans ce domaine, mais pas en première ligne.

Il semble que l'action soit d'autant plus efficace que l'acteur se trouve "à la source" ; on peut y voir une version rénovée du principe *Les pollueurs sont les payeurs*.

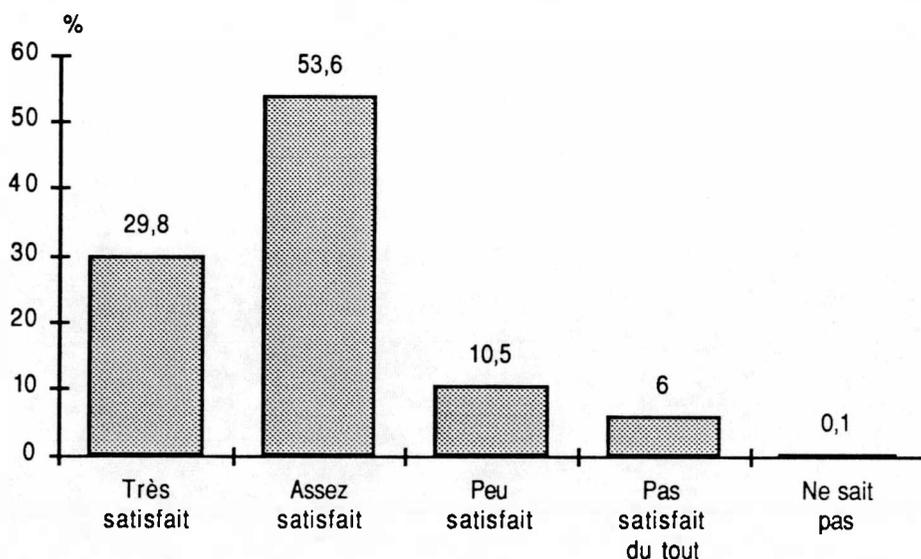
A titre d'illustration, citons le résultat concernant l'évolution future du nombre d'emballages inutiles : 48 % des interviewés sont convaincus qu'il va diminuer dans les prochaines années, conséquence d'une attitude "auto-disciplinée" de la part des fabricants.

Ces derniers peuvent avoir intérêt à entreprendre des actions de mécénat écologique : le soutien financier d'une action de protection de l'environnement incitera 20 % des consommateurs à acheter les produits de l'industriel mécène. C'est moins que l'existence d'un label de qualité (33 %) mais plus (si l'on en croit les déclarations) que la publicité (4 %).

Le consommateur des années 90 apparaît, à travers ses déclarations, comme un individu lucide et rationnel : il sera plus facilement séduit par la propension des industriels à assumer leurs responsabilités civiques que par leurs actions de communication.

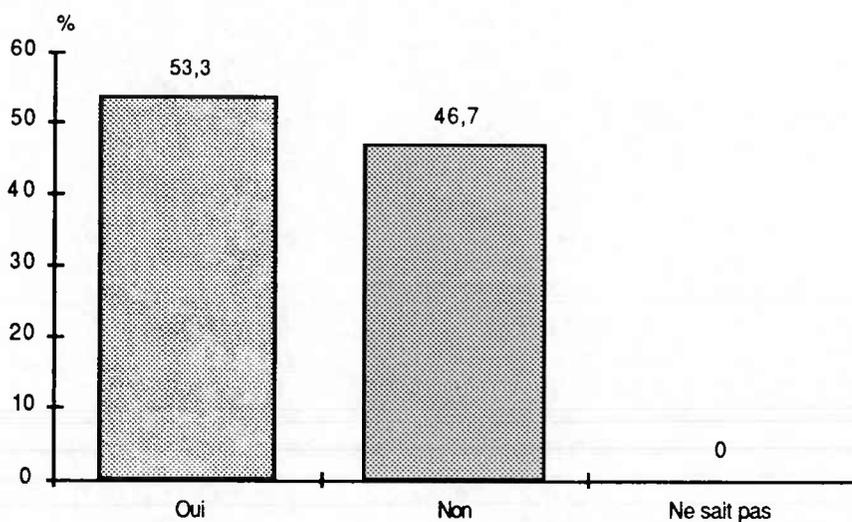
LE LOGEMENT, LE CADRE DE VIE

→ *Que pensez-vous de votre cadre de vie quotidien, c'est-à-dire ce qui entoure le logement où vous vivez ; dans l'ensemble, en êtes-vous ...*



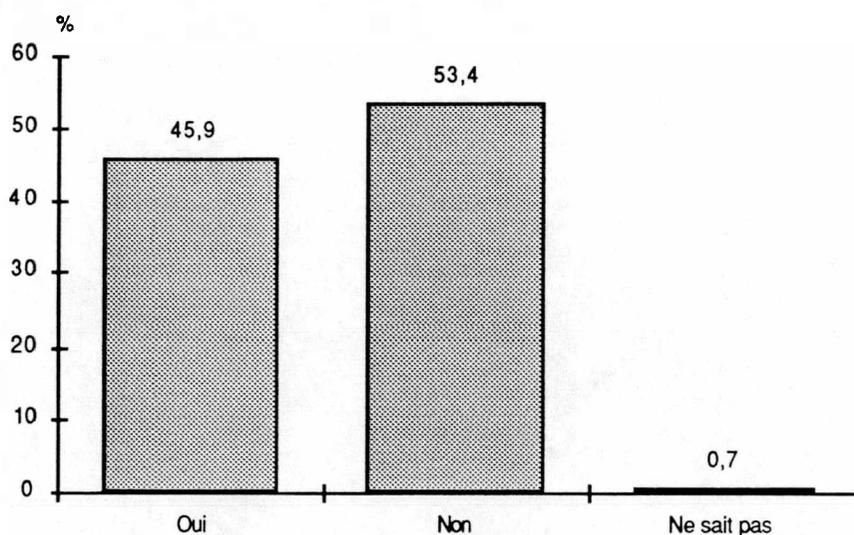
83,4% des personnes interrogées déclarent être (très ou assez) satisfaites de leur cadre de vie quotidien.

→ *Dans les dix dernières années, avez-vous changé de logement ?*



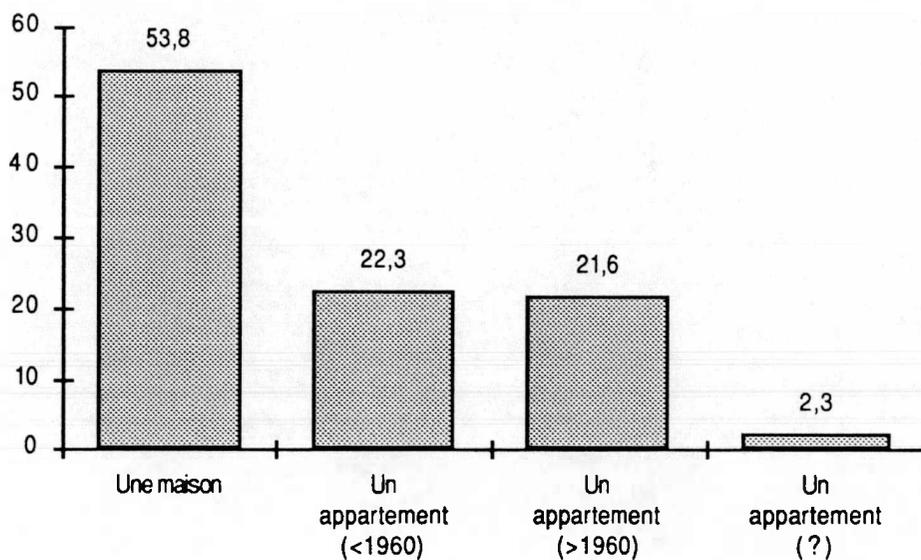
Plus de la moitié des Français âgés de plus de 18 ans ont changé de logement dans les dix dernières années.

→ Dans les dix dernières années, votre logement actuel a-t-il bénéficié de travaux de rénovation ou de réhabilitation ?

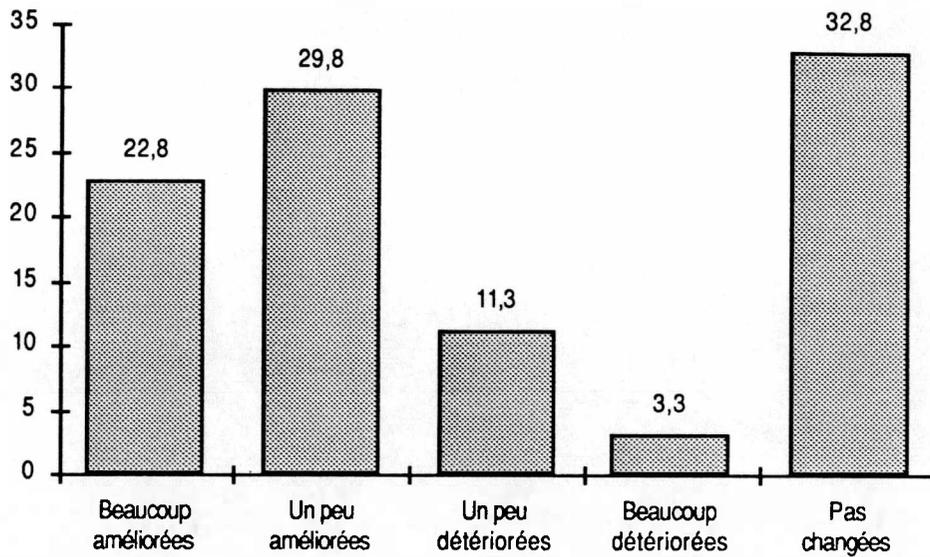


Le logement de près de 46% des Français a bénéficié de travaux de rénovation ou de réhabilitation dans les dix dernières années.

→ Votre résidence principale est-elle

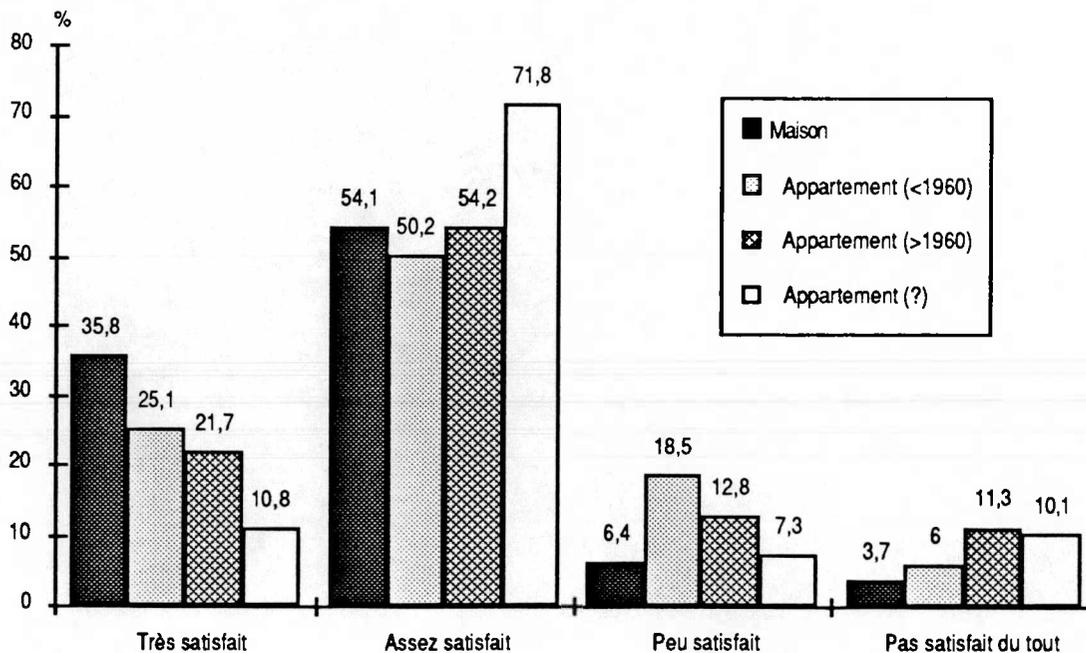


→ Diriez-vous qu'au cours des dix dernières années, vos conditions de logement ...

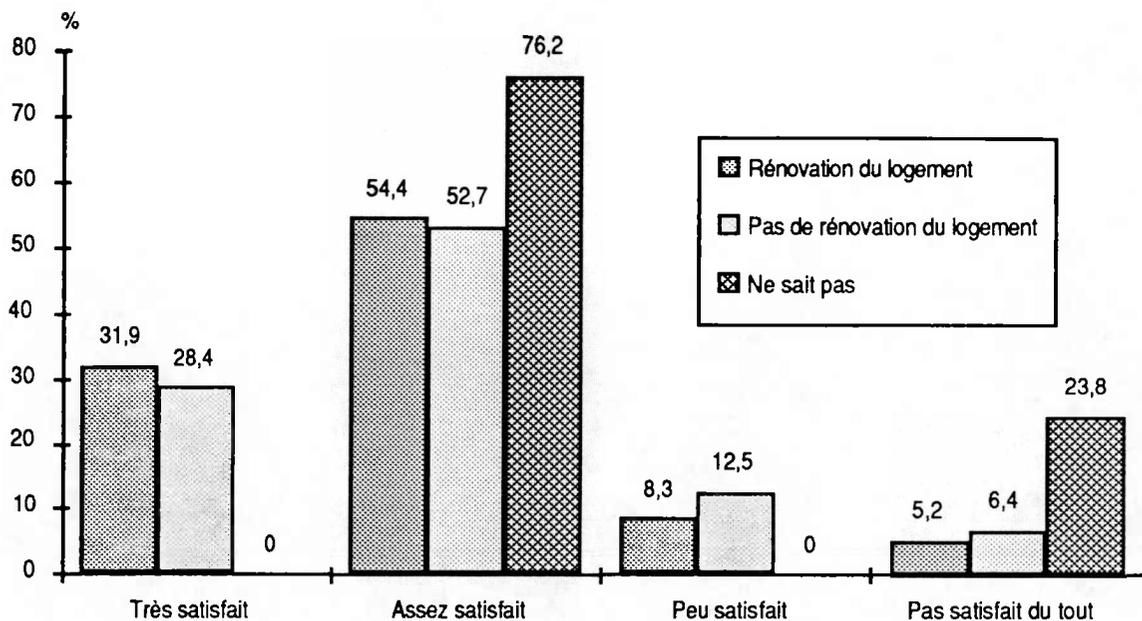


La perception de l'évolution des conditions de logement est plutôt positive. En effet, plus de la moitié des Français (52,6%) ont vu leurs conditions de logement s'améliorer. Seuls 14,6% pensent que celles-ci se sont détériorées au cours de dix dernières années.

→ Les habitants des maisons individuelles ou des appartements récents sont plus satisfaits de leur cadre de vie quotidien

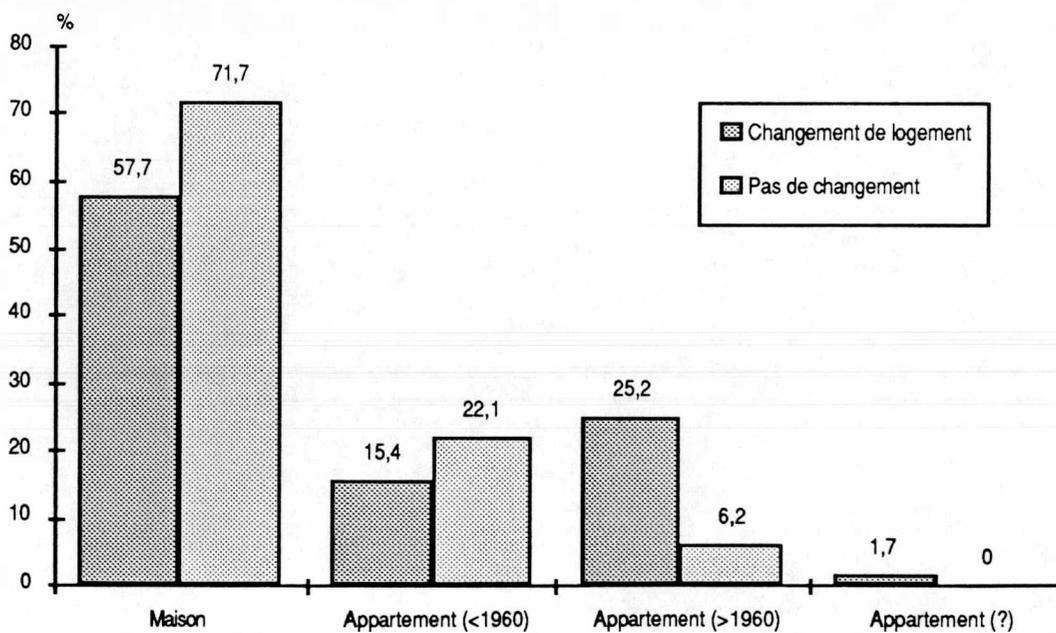


... ainsi que ceux dont le logement a été rénové au cours des dix dernières années.

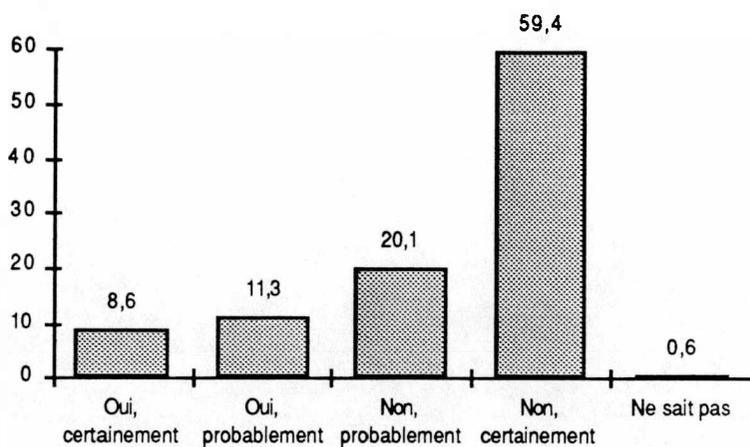


→ Ceux qui ont changé de logement au cours des dix dernières années sont plus satisfaits de leur cadre de vie s'ils ont changé pour un immeuble récent.

C'est ce qui apparait quand on regarde les conditions de logement des personnes déclarant être **très satisfaits** de leur cadre de vie :

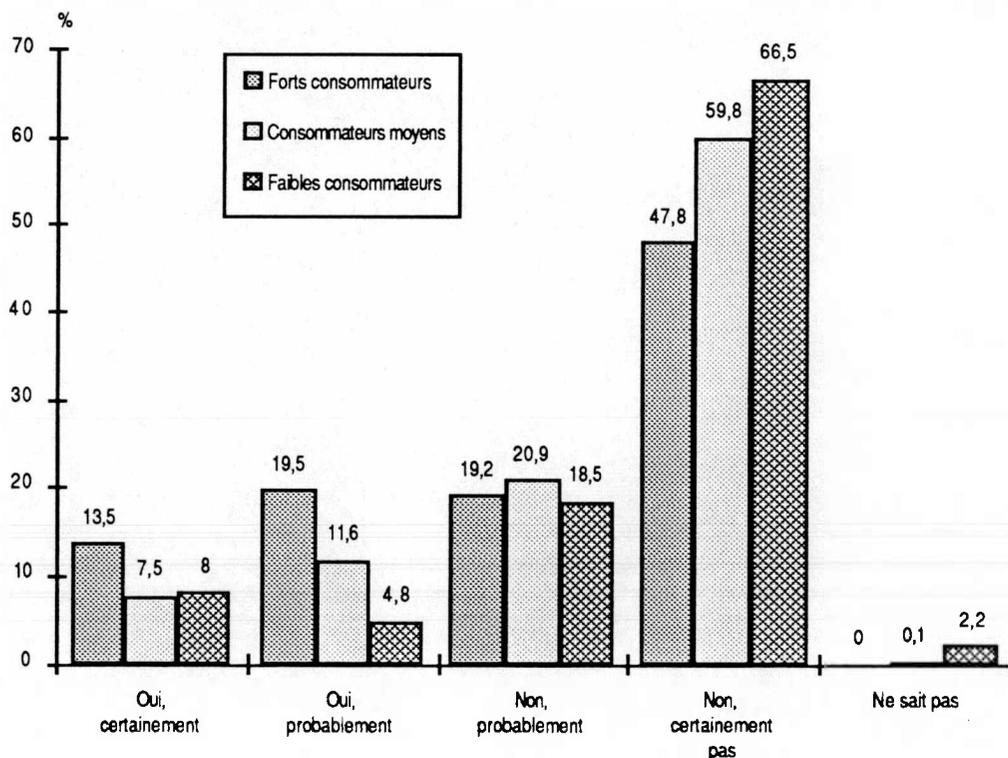


→ Il existe aujourd'hui des systèmes électroniques qui permettent de commander de façon centralisée les différents équipements d'une habitation. Seriez-vous intéressé à acquérir un tel système pour votre habitation ?



Peu de gens sont intéressés par la domotique. Seul 19,9 % des Français déclarent être (certainement ou probablement) intéressés à acquérir un tel système (ce qui n'est pas, et de loin, une déclaration d'intention d'achat).

→ Les plus favorables sont les forts consommateurs de produits alimentaires nouveaux².



² Les forts consommateurs de produits nouveaux sont définis en page 9.

L'ALIMENTATION

Les forts consommateurs de produits alimentaires nouveaux

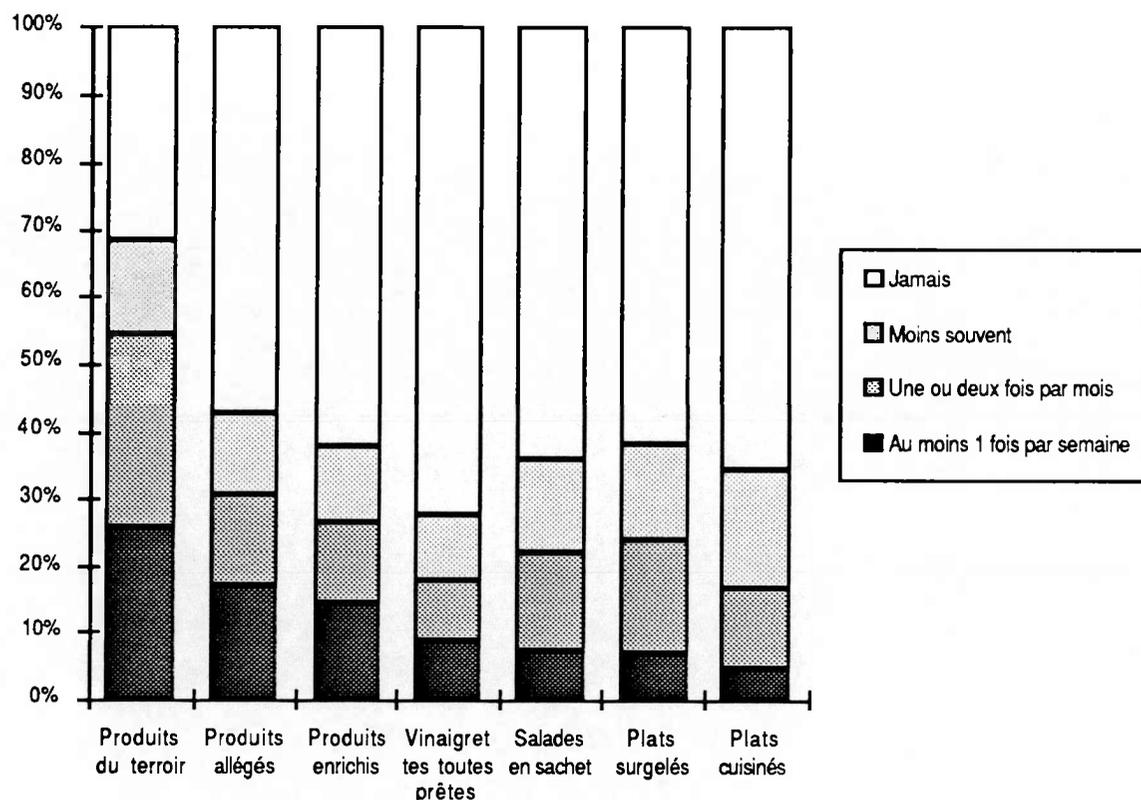
Nous avons construit un score à partir de la question Q28 (fréquences d'achat de sept produits nouveaux) en affectant :

- 3 points à la réponse 'Au moins une fois par semaine'
- 2 points à la réponse 'Une ou deux fois par mois'
- 1 point à la réponse 'Moins souvent'
- 0 point à la réponse 'Jamais'.

Le score est le cumul de ces points sur les sept produits nouveaux.

Nous avons défini **les forts consommateurs** les personnes obtenant un **score ≥ 10** . Cette sous-population représente 16 % de l'échantillon. Les faibles consommateurs sont les personnes ayant un score ≤ 2 (23 % de l'échantillon).

→ Ces dernières années, une série de produits nouveaux sont apparus dans le domaine de l'alimentation. Je vais vous en citer quelques uns. Pour chacun d'entre eux, vous me direz si vous en consommez au moins une fois par semaine, une ou deux fois par mois, moins souvent ou jamais.



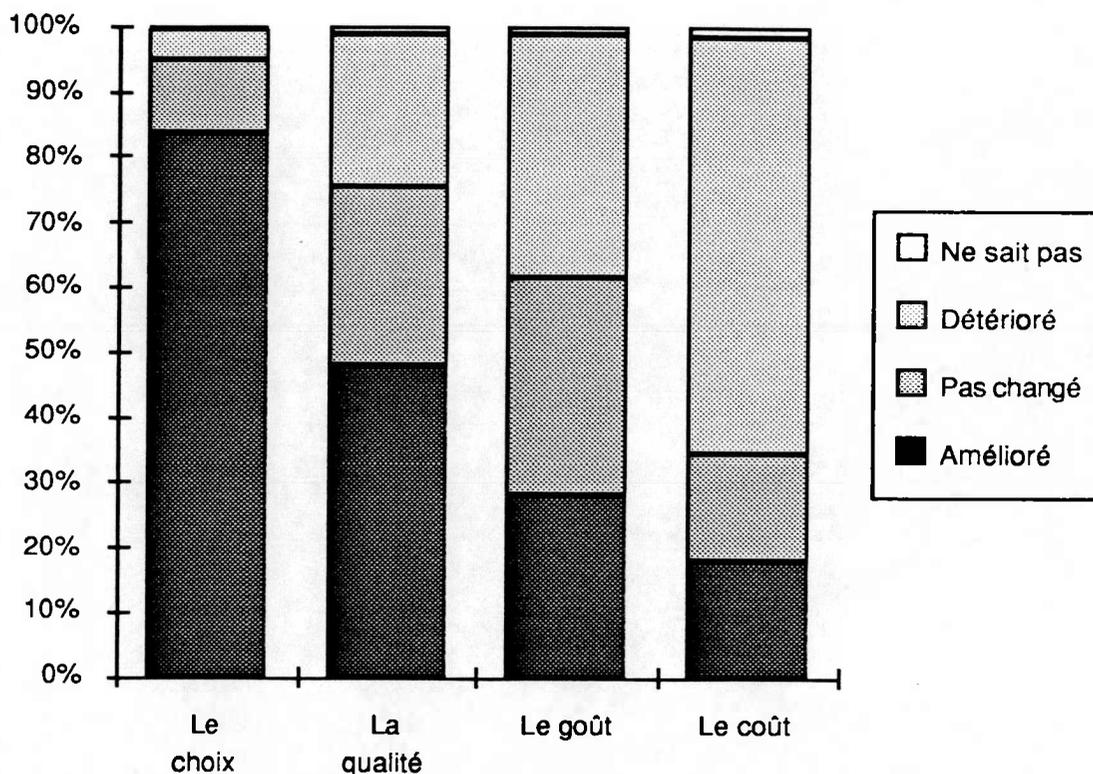
Les différents produits étudiés ont tous atteint des taux de pénétration importants (% des personnes déclarant consommer au moins 1 fois par semaine, une ou deux fois par mois ou moins souvent le produit).

Les produits du terroir vendus en libre-service ainsi que les produits allégés ou enrichis remportent le plus de succès. Ces produits proposent une valeur d'image ajoutée ou bien une promesse nutritionnelle.

A l'inverse, les produits qui "facilitent la vie" seulement sont moins prisés.

Le consommateur favorise les qualités subjectives des produits et se montre moins sensible à la valeur-service si celle-ci n'est pas accompagnée d'une valeur immatérielle.

→ Nous allons parler des produits alimentaires en général. Pour chacun des aspects que je vais vous citer, dites-moi si selon vous, par rapport à il y a 10 ans, la situation s'est améliorée, s'est détériorée ou n'a pas changé.



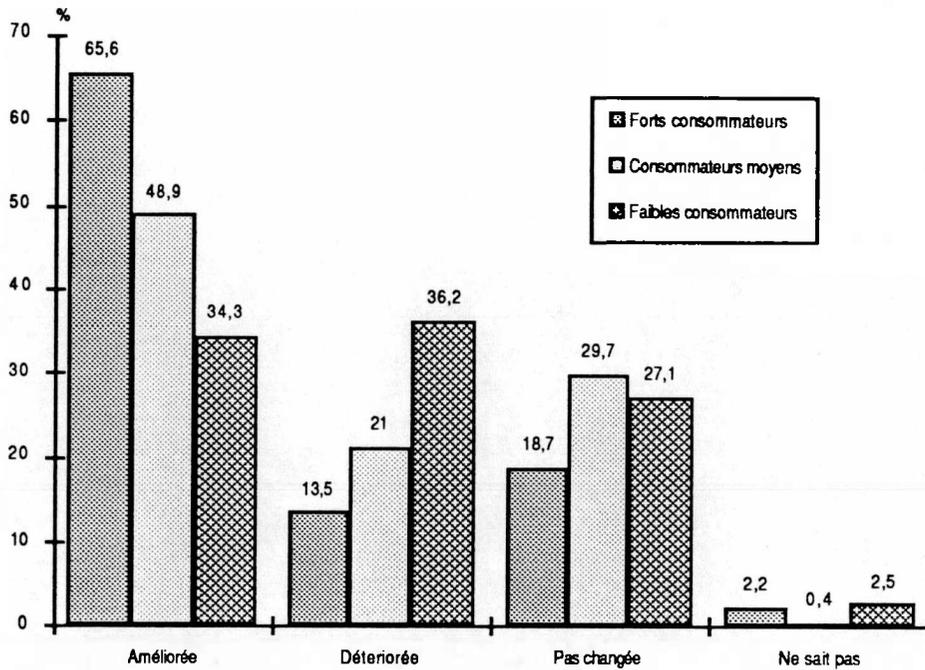
La perception de l'évolution de l'alimentation est plutôt positive.

Les Français sont très sensibles à l'amélioration du choix et à l'amélioration de la qualité par rapport à 10 ans.

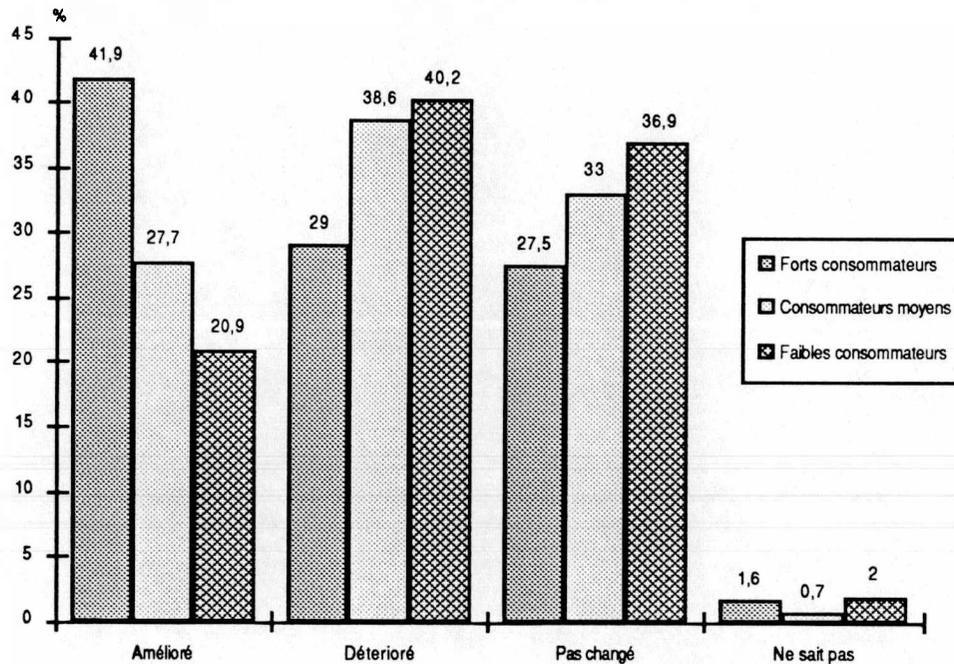
Seule l'évolution du coût est perçue de façon très négative (près de 64 % des personnes pensent que le coût s'est détérioré).

→ Les évolutions sont ressenties de façon d'autant plus positives que les consommateurs sont acheteurs de produits nouveaux.

La qualité :

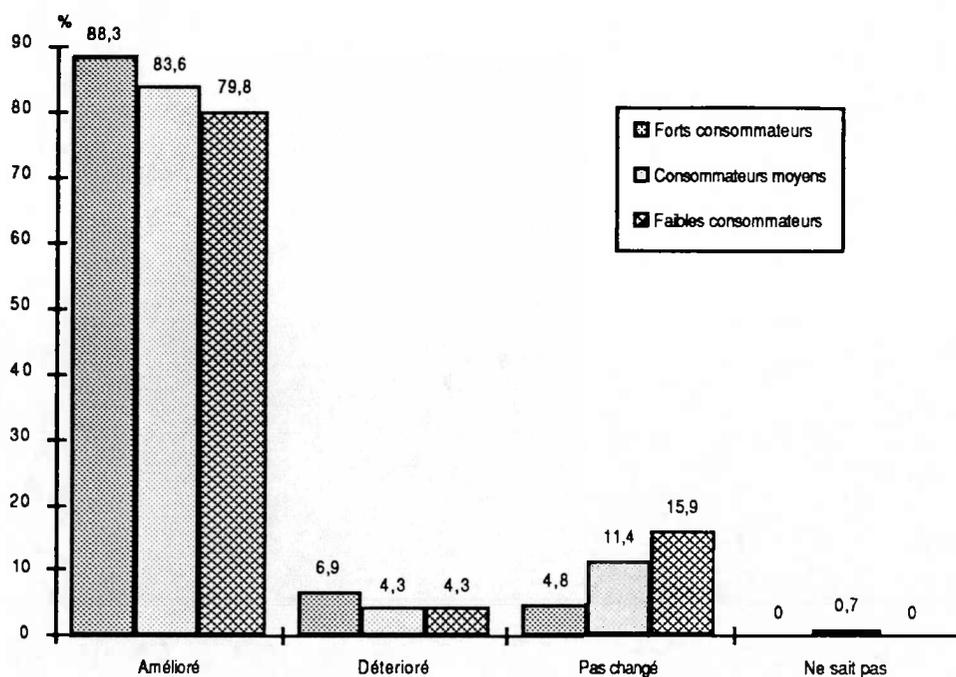


Le goût :

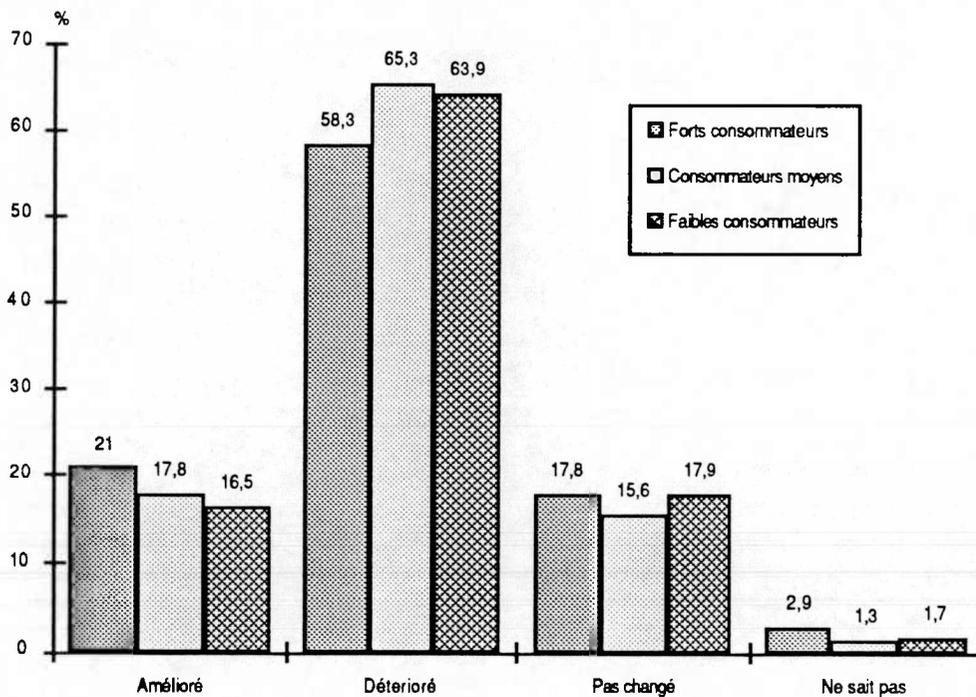


Exemple de lecture : 65,6 % des forts consommateurs de produits nouveaux pensent que la qualité s'est améliorée par rapport à 10 ans. Seuls 34,3 % des faibles consommateurs de produits nouveaux ont la même opinion.

Le choix :

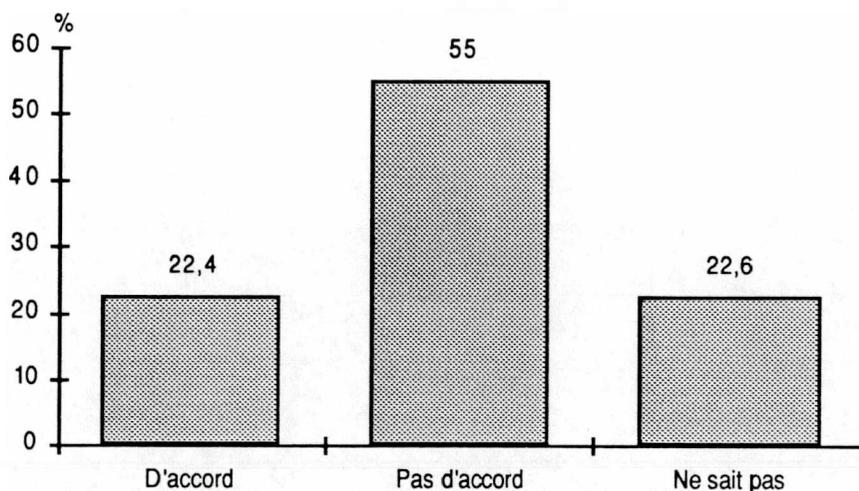


Le coût :

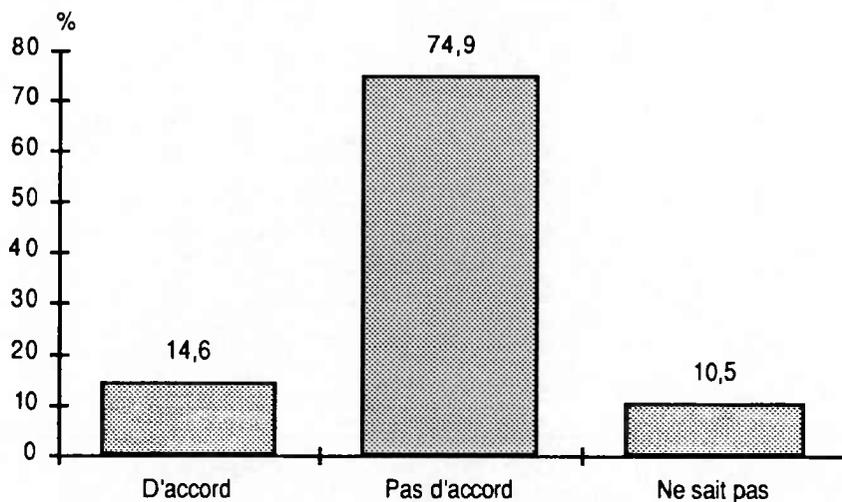


→ *Etes-vous d'accord avec les phrases suivantes ?*

- On trouve moins de variétés différentes de tomates



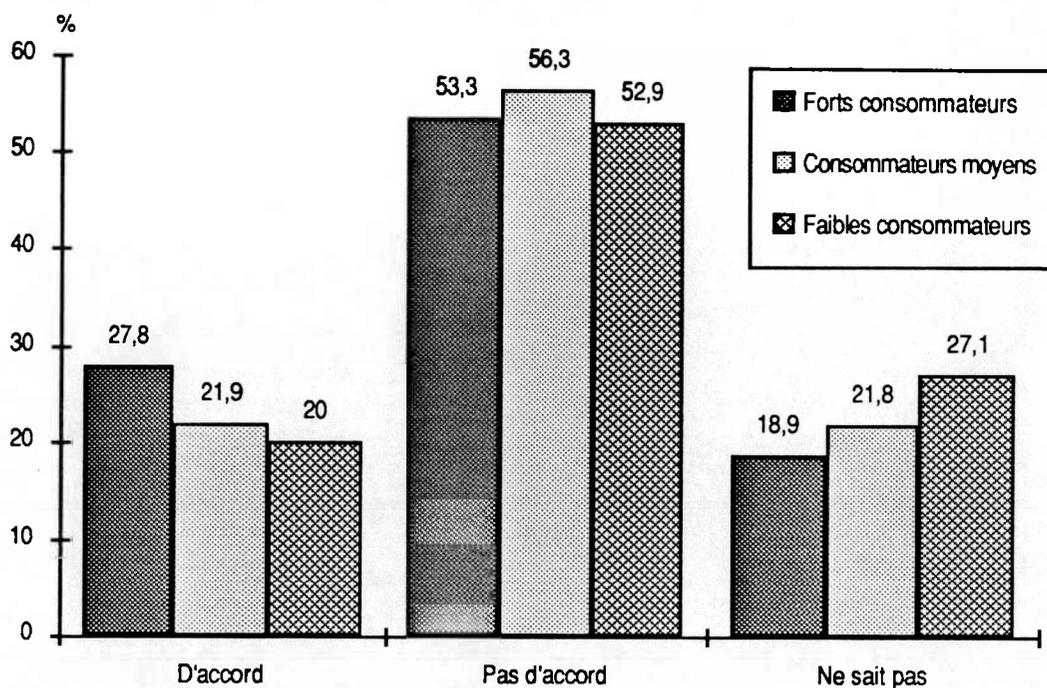
- On trouve moins de variétés différentes de pommes



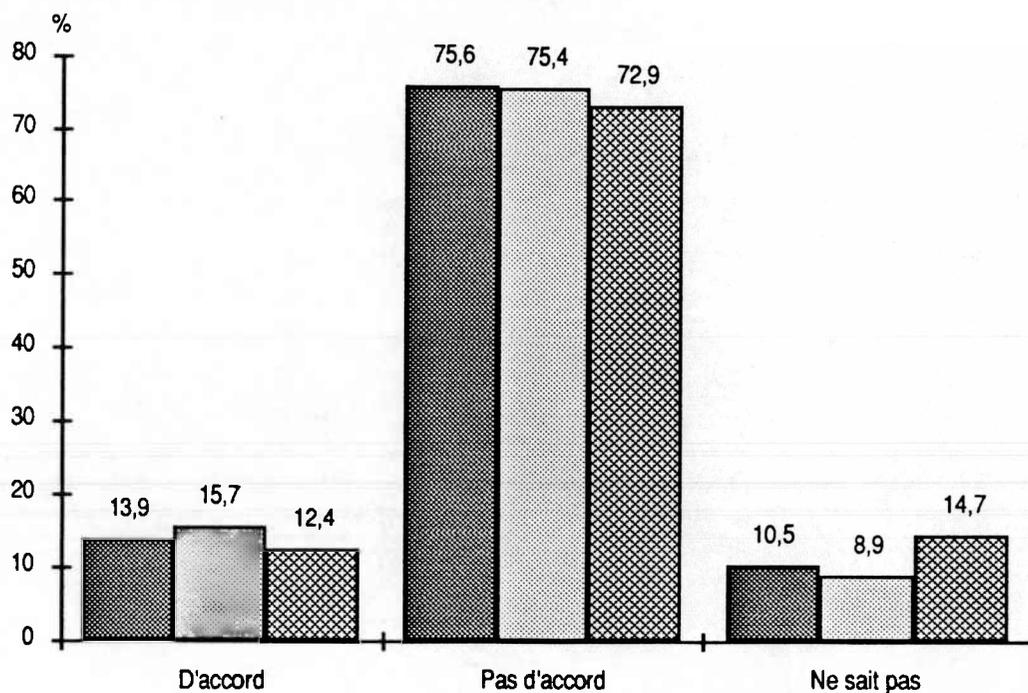
Certaines idées reçues, largement médiatisées, trouvent finalement assez peu d'écho dans la population. Vérification faite, il y a actuellement une douzaine de variétés de pommes sur le marché contre 5 ou 6 il y a dix ans. Pour les tomates, 7 ou 8 aujourd'hui contre une quinzaine il y a dix ans. Mais le nombre de variétés disponibles sous forme de graines ou de plants (jardinerie) a explosé. De fait, l'offre permanente de quelques variétés adaptées à la distribution moderne a remplacé une offre variétale plus abondante mais qui était limitée à certaines saisons et à certaines régions. En moyenne, chaque consommateur a effectivement plus de choix.

→ Les forts consommateurs de produits alimentaires nouveaux ont des avis partagés.

- On trouve moins de variétés différentes de tomates

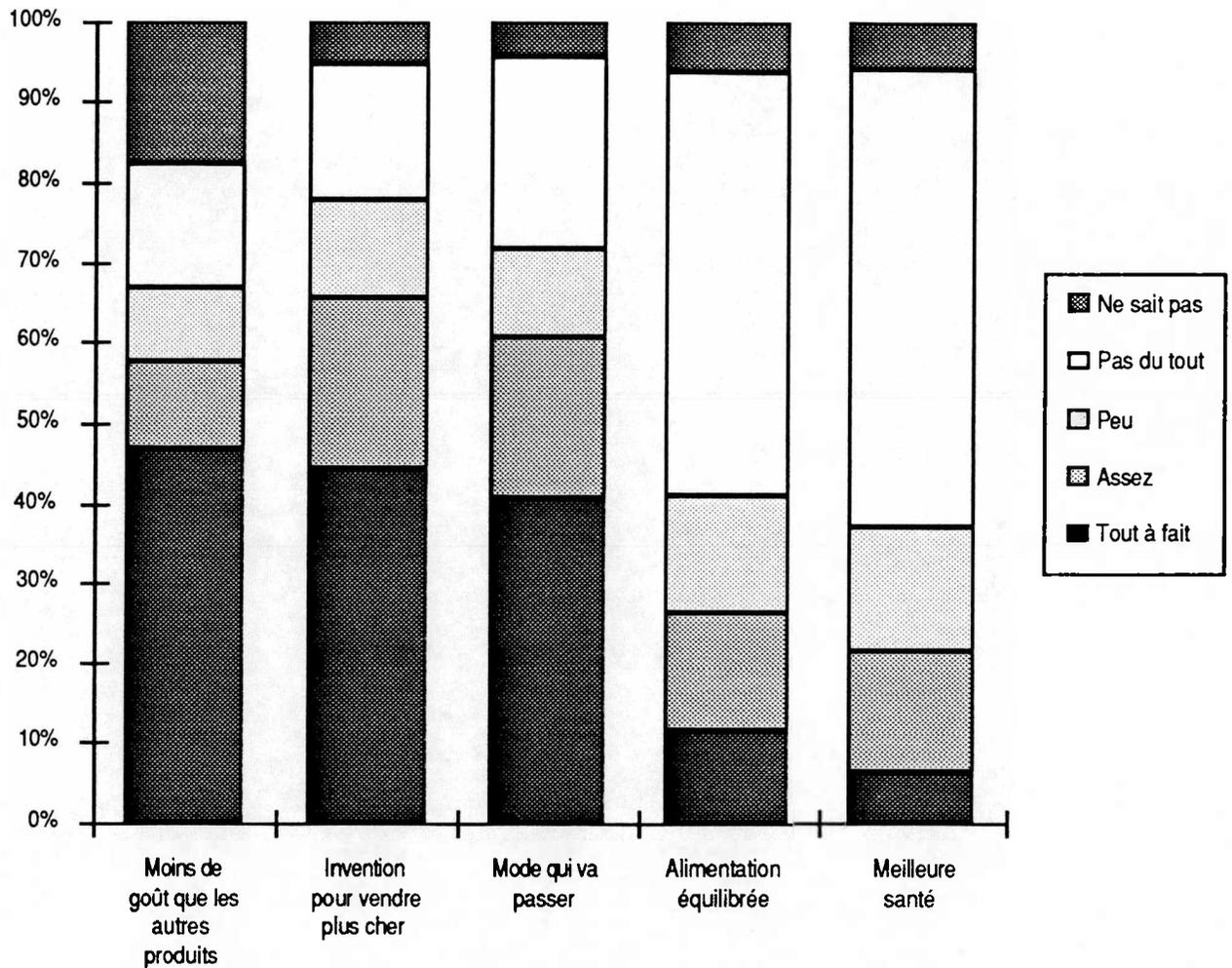


- On trouve moins de variétés différentes de pommes



→ Depuis quelques années, on trouve de plus en plus de produits light, c'est-à-dire des produits alimentaires allégés en calories.

Etes-vous d'accord avec les opinions suivantes concernant les produits light ?

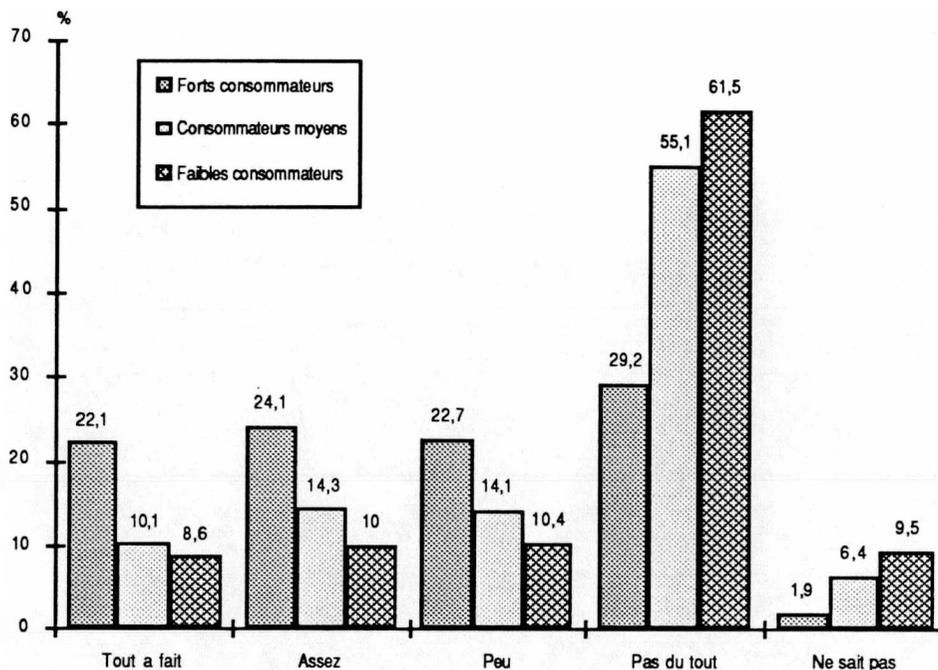


La perception négative du concept du produit light est paradoxale avec le succès remarqué précédemment des produits allégés (avec un taux de pénétration de près de 43 %).

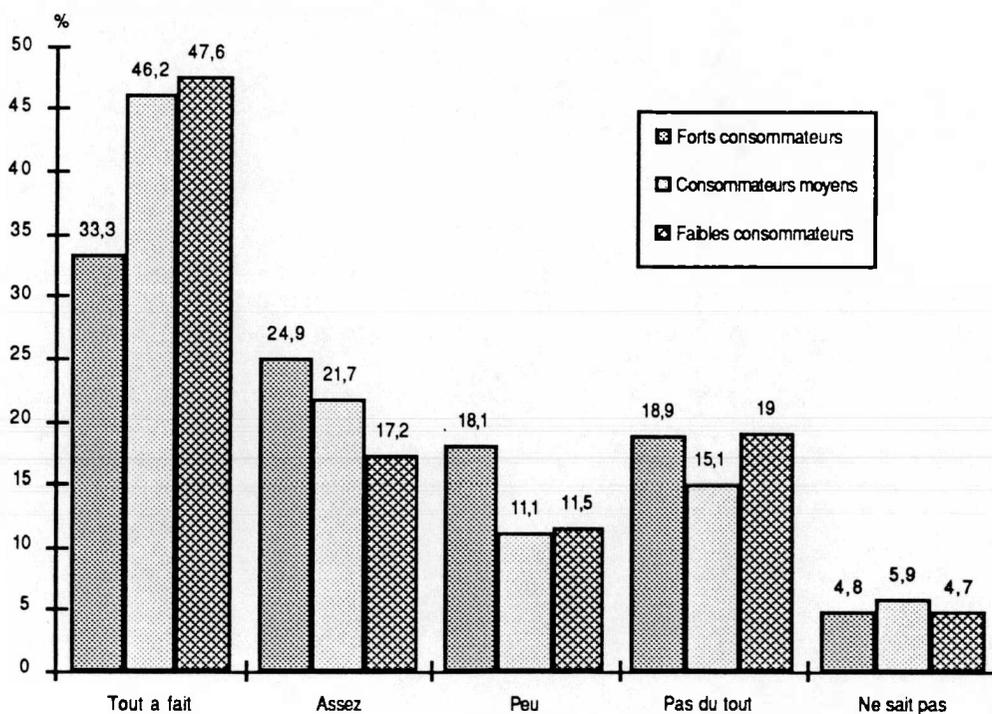
Les consommateurs restent finalement très sceptiques face aux allégations des fabricants.

→ Les forts consommateurs de produits alimentaires nouveaux ont cependant plus tendance que les autres à entériner le discours du fabricant.

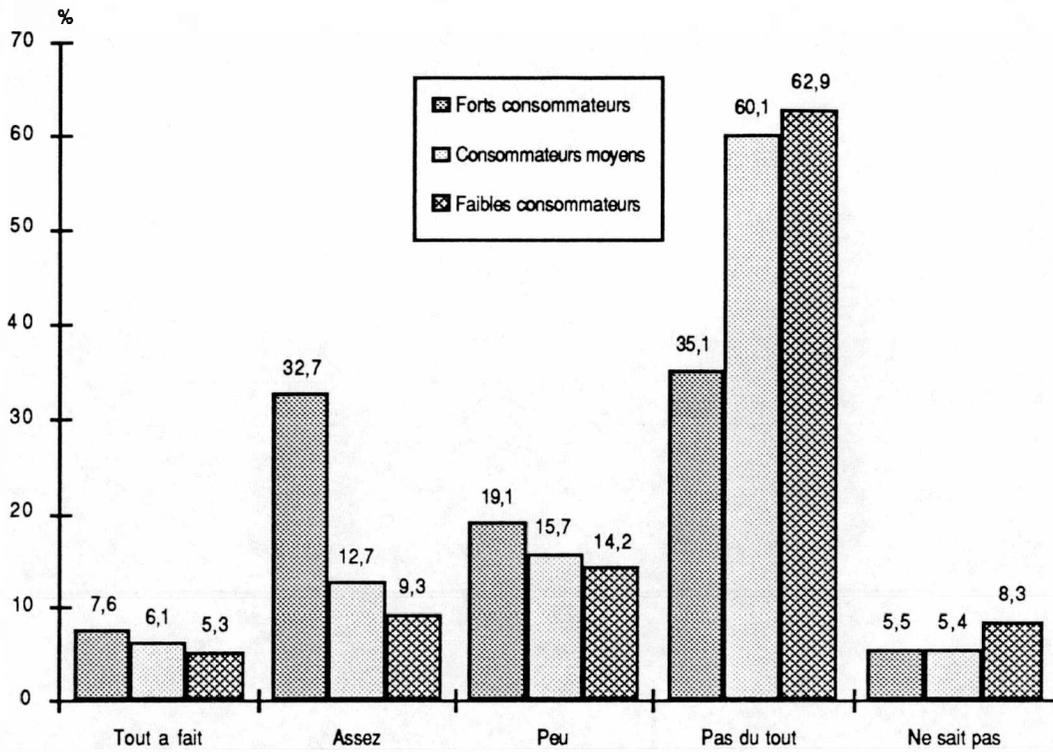
Ces produits permettent d'avoir une alimentation équilibrée



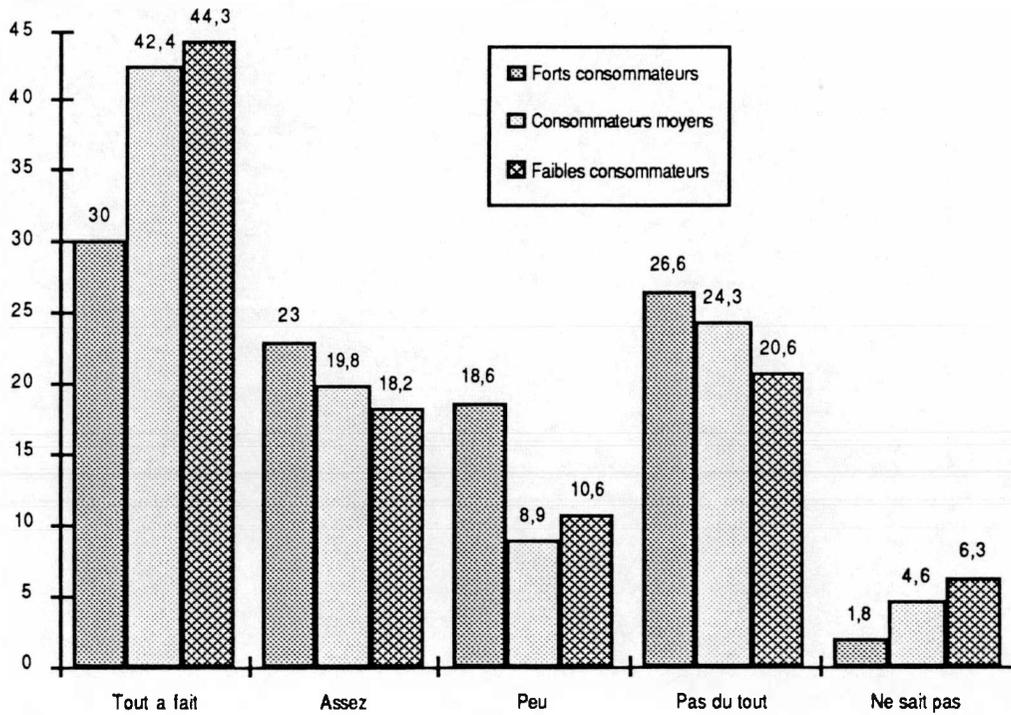
C'est une invention des fabricants pour vendre plus cher leurs produits



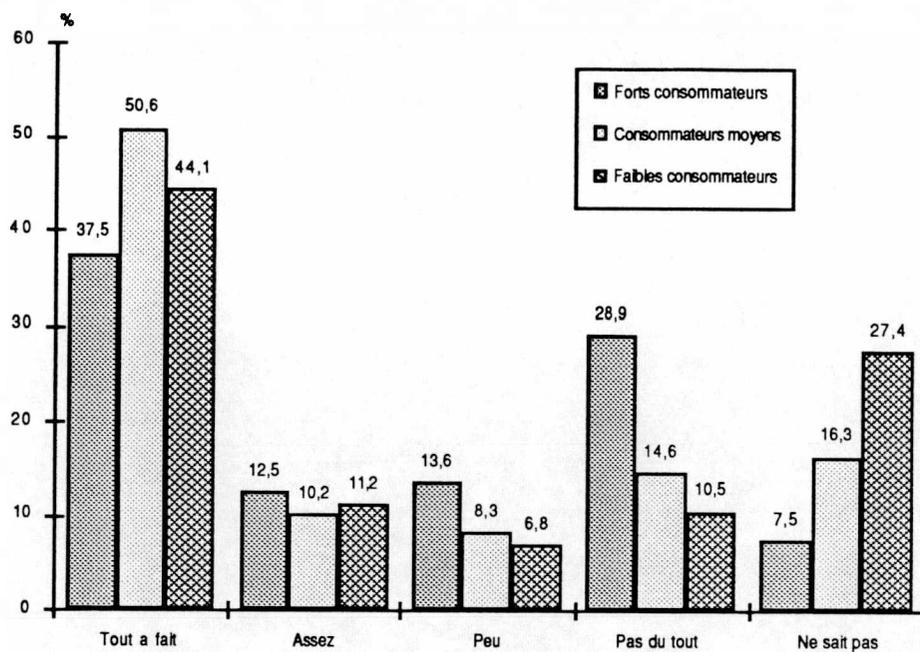
Ces produits aident à être en meilleure santé



C'est une mode qui va passer



Ils ont moins de goût que les autres produits



Cela dit, les consommations réelles ne sont pas toujours en cohérence avec les jugements.

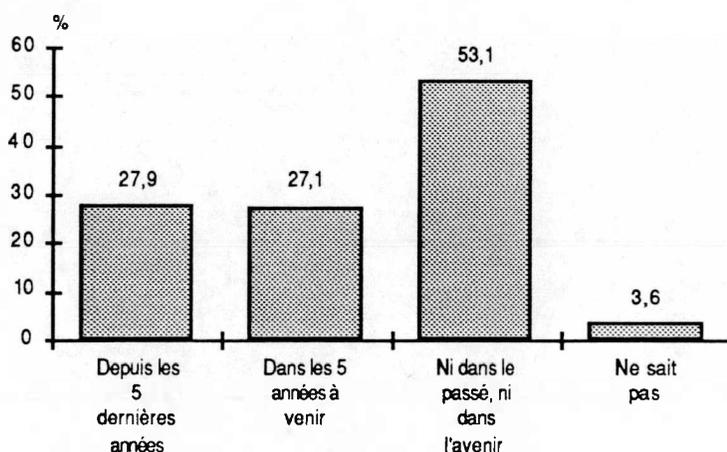
LES BANQUES

→ L'attitude face au crédit ne semble pas devoir beaucoup changer.

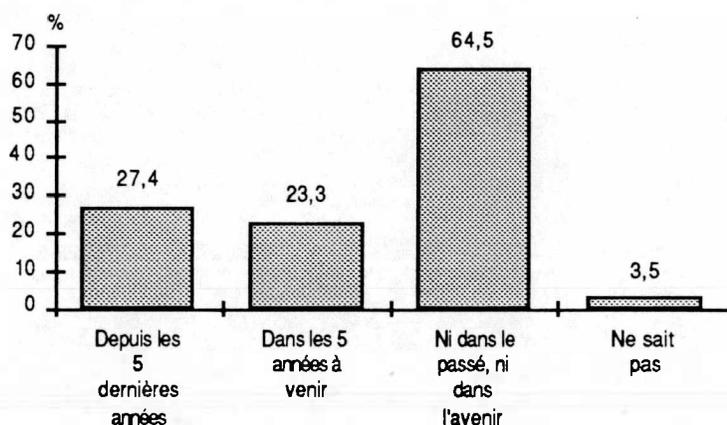
Pour chacun des types de crédit que je vais vous citer, pouvez-vous me dire si vous y avez eu recours dans votre foyer depuis les 5 dernières années, et si vous pensez y recourir dans les 5 années à venir ?

Cette question étant à réponses multiples, le cumul des pourcentages peut excéder 100 %.

Le crédit immobilier

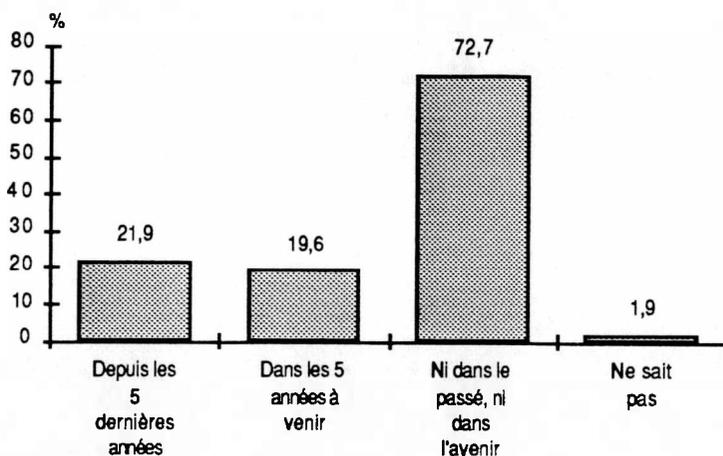


Le découvert bancaire



Notons que le découvert bancaire n'est sans doute pas considéré comme un crédit mais plutôt comme un endettement - parfois inévitable -. La différence des chiffres entre le passé et l'avenir s'expliquerait donc par un souhait d'éviter ce type de service bancaire.

Le crédit à la consommation

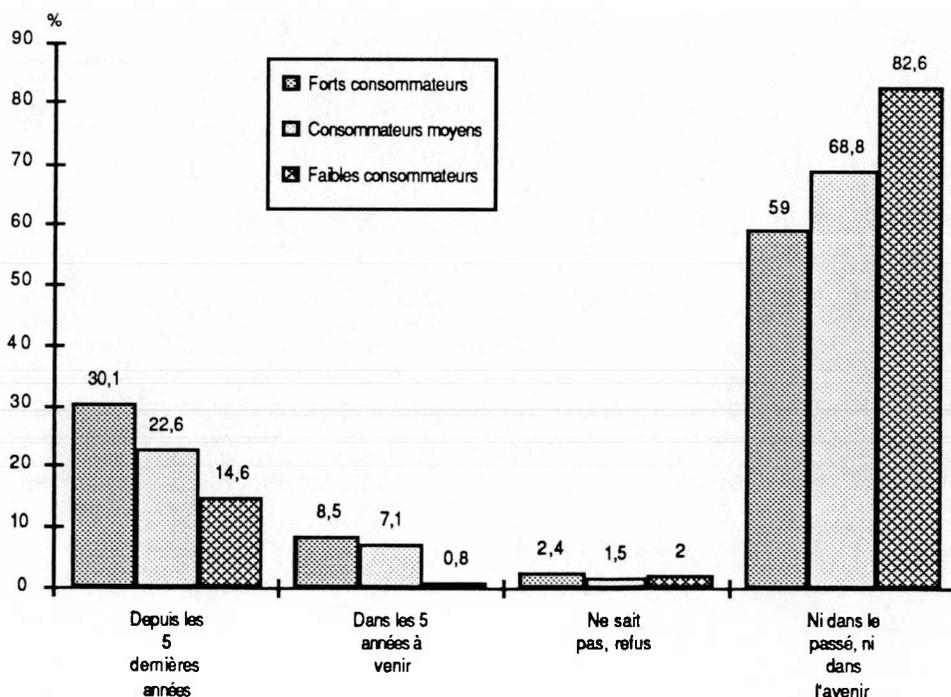


Il faut cependant rester très prudent en interprétant ces questions : dans la réalité le recours à ces différentes formes de crédit est bien plus important que ce que laisse apparaître les déclarations.

Il faut d'abord conclure que l'argent reste, pour les consommateurs, un sujet difficile, et qu'on n'avoue pas facilement avoir recours au crédit.

→ Les forts consommateurs de produits alimentaires nouveaux ont relativement plus tendance à avoir recours au crédit.

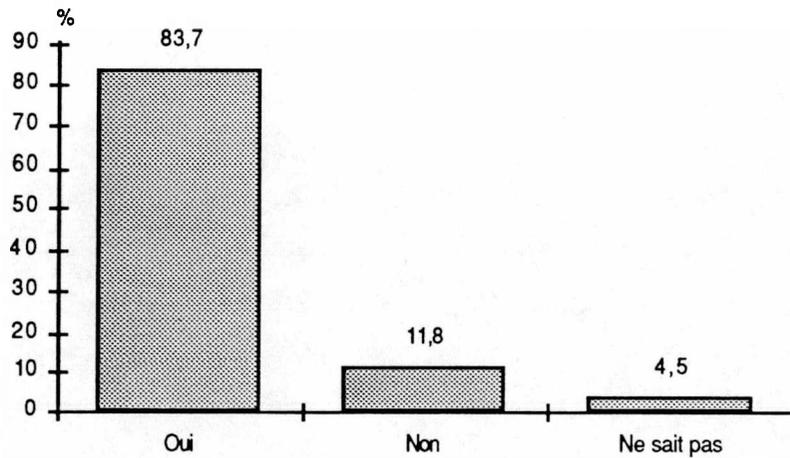
Le crédit à la consommation



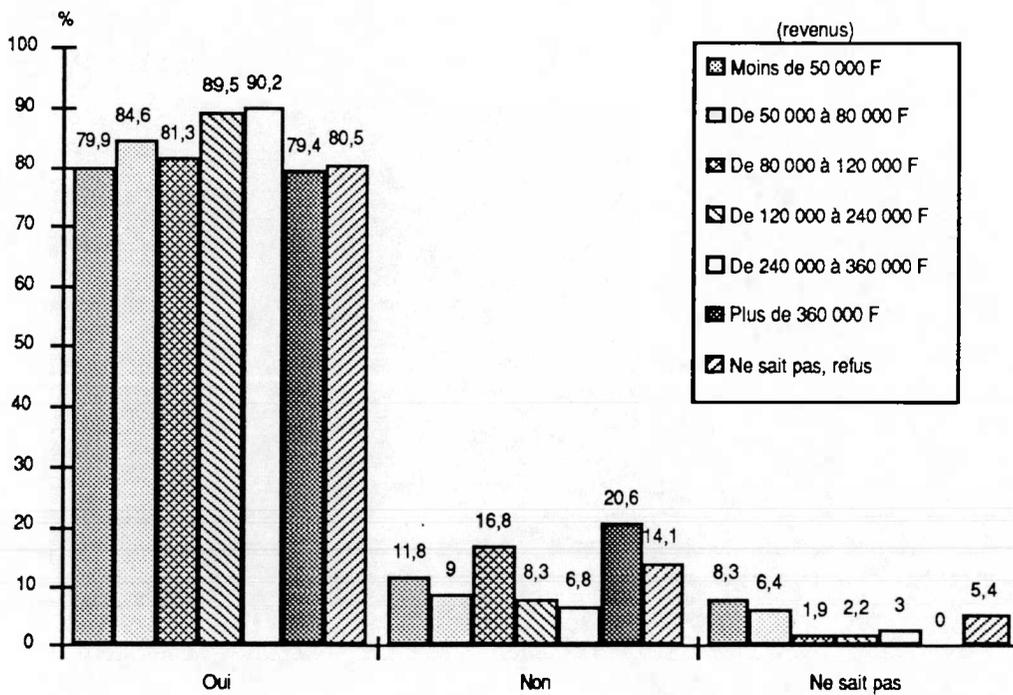
→ L'attitude face aux services bancaires est sans illusion, et assez moderniste.

Vous personnellement, pensez-vous ou non que dans les 10 prochaines années ...

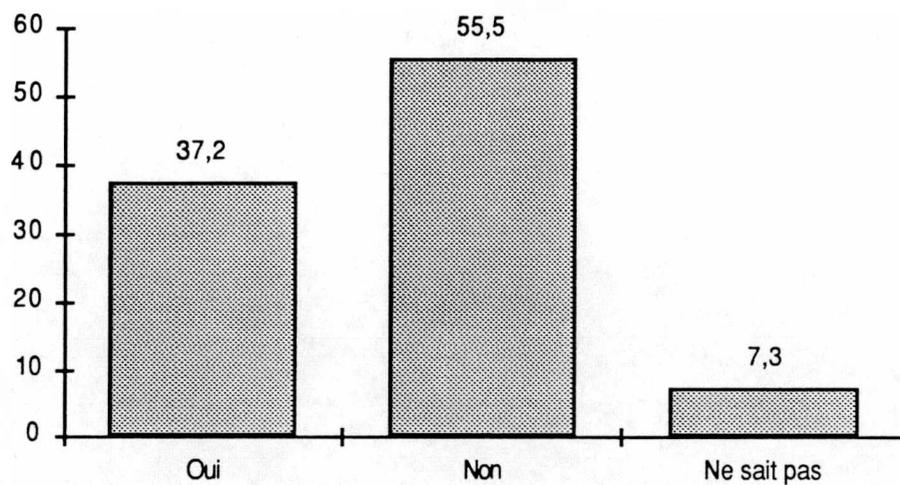
- Les banques feront payer leurs services, y compris les carnets de chèques et les relevés de compte



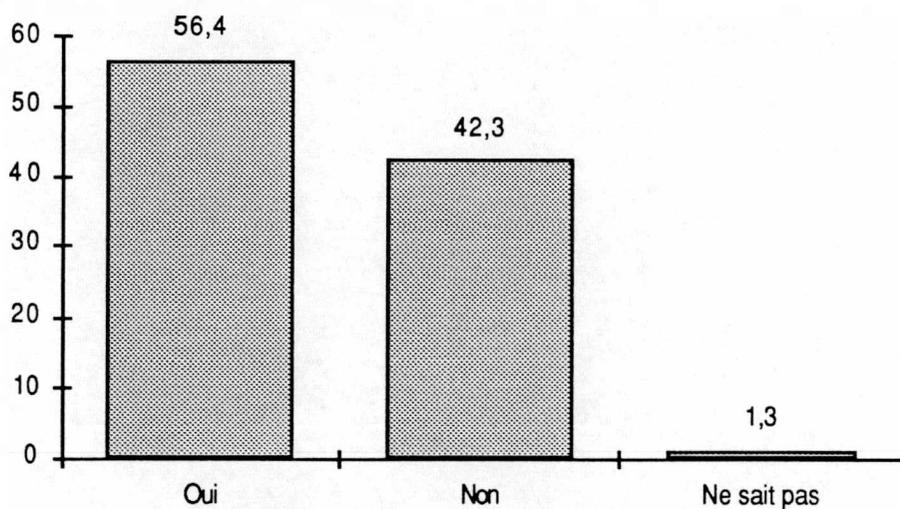
→ Et ceci n'est pas lié au revenu.



- Vous ouvrirez un compte dans une banque d'un autre pays de la Communauté Européenne



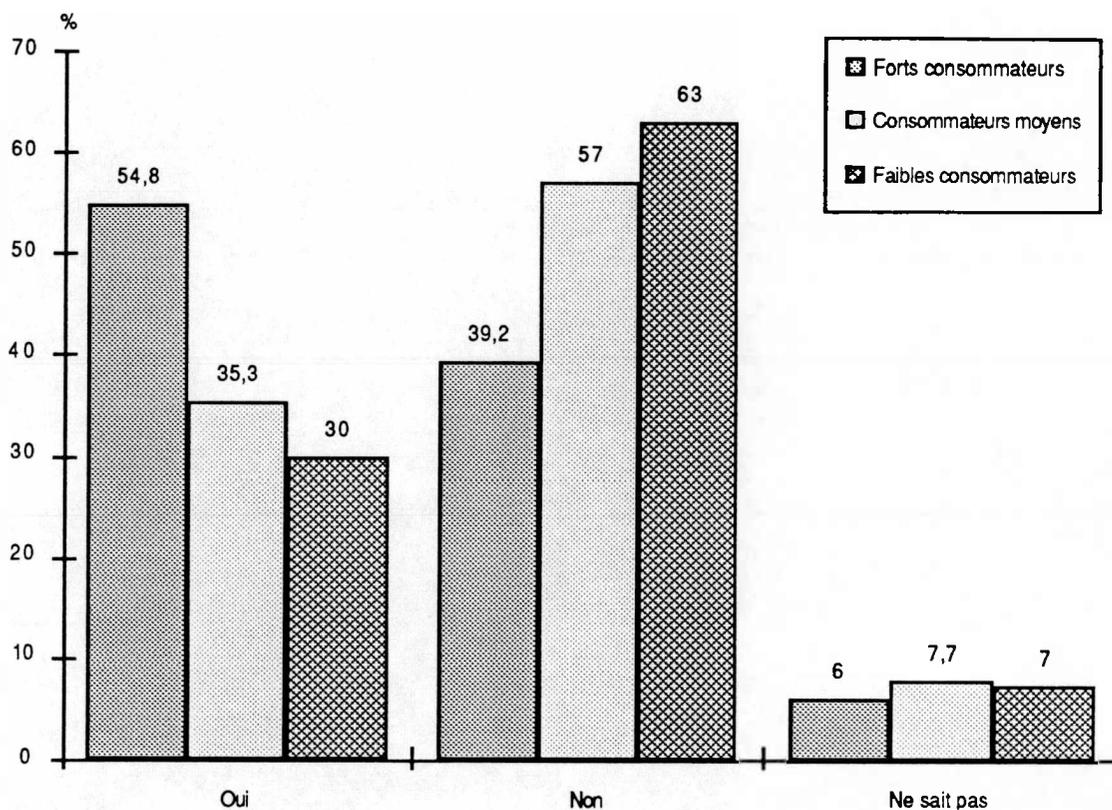
- Vous utiliserez principalement la carte de crédit pour vos paiements



Note : Carte de crédit a sans doute ici été entendu plutôt dans le sens de "carte bancaire", que celle-ci comporte ou non un système de débit retardé.

→ Les forts consommateurs de produits alimentaires nouveaux sont aussi ceux qui feront jouer la concurrence.

Vous ouvrirez un compte dans une banque d'un autre pays de la Communauté Européenne

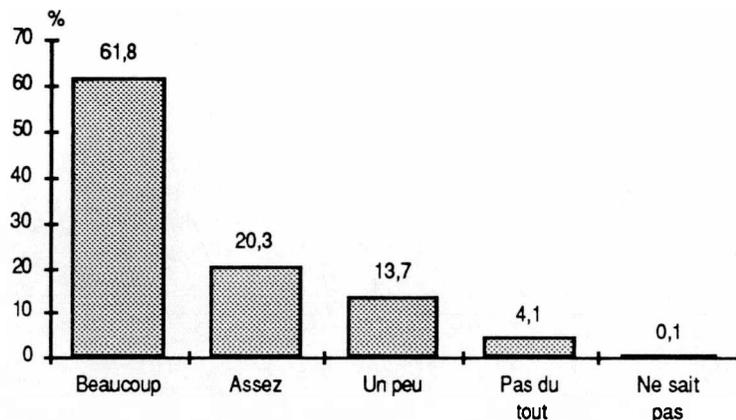


D'une manière générale, il semble apparaître une catégorie de consommateurs plus enclins à jouer le jeu de la société de consommation, sans pour cela être crédules ou moins exigeants vis-à-vis de l'offre, bien au contraire.

L'ENVIRONNEMENT

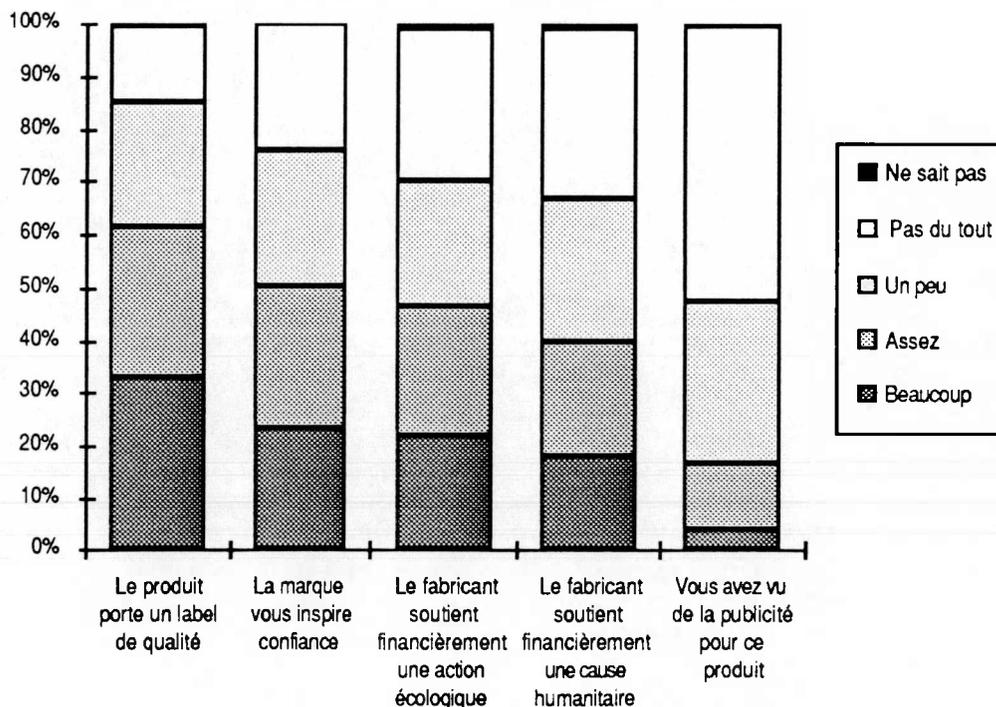
Les deux questions suivantes étaient incluses dans le questionnaire mais ne font pas partie de l'ensemble des questions posées pour la CSCV.

→ *Est-ce que la dégradation de l'environnement vous préoccupe ?*



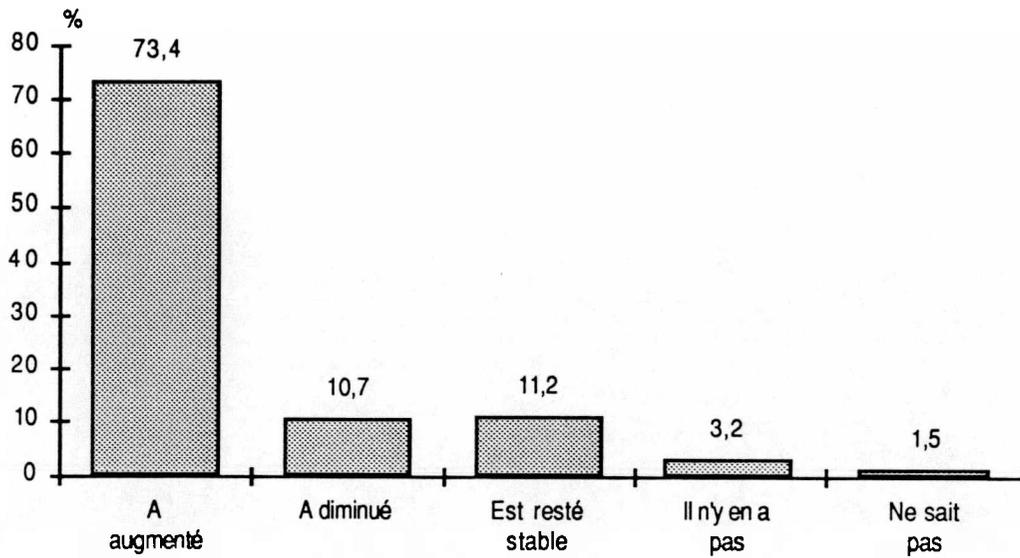
Il est clair que les problèmes d'environnement préoccupent une grande majorité des Français (82,1% se déclarent beaucoup ou assez préoccupés).

→ *Voici plusieurs raisons d'acheter des produits de consommation. Pour chacune d'entre elles, dites moi si elle vous incite beaucoup, assez, un peu ou pas du tout à acheter un produit.*



Le consommateur reste très exigeant quant à la qualité du produit. Par ailleurs, il semble être plus sensible à un soutien financier d'une "bonne cause" de la part du fabricant qu'à la publicité du produit.

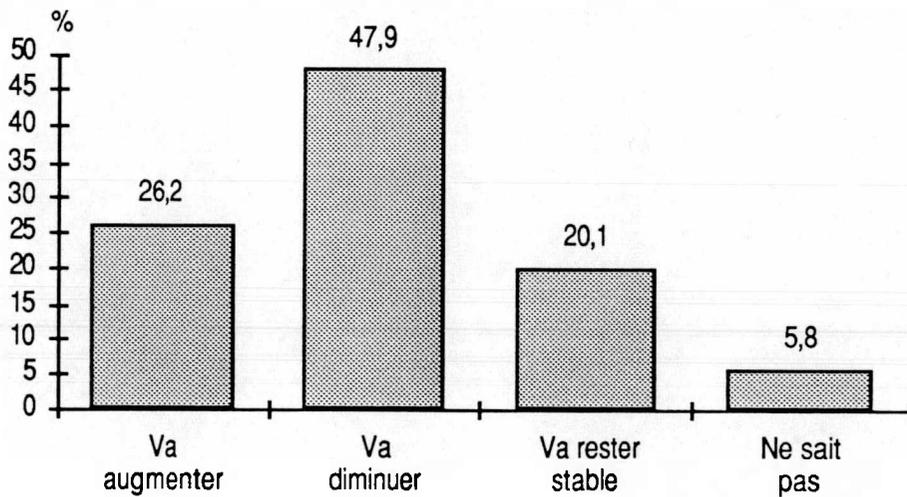
→ D'une façon générale, pensez-vous que ces dernières années, le nombre d'emballages inutiles ...



Le nombre d'emballages inutiles est perçu en augmentation, ...

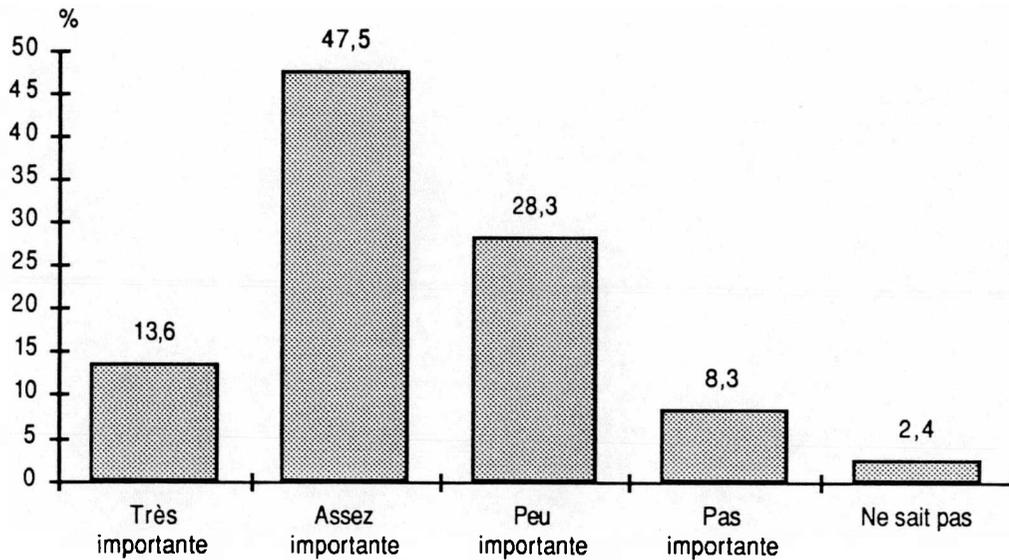
→ ... mais ceci n'est pas une fatalité.

Et dans les prochaines années, pensez-vous que le nombre d'emballages inutiles ...



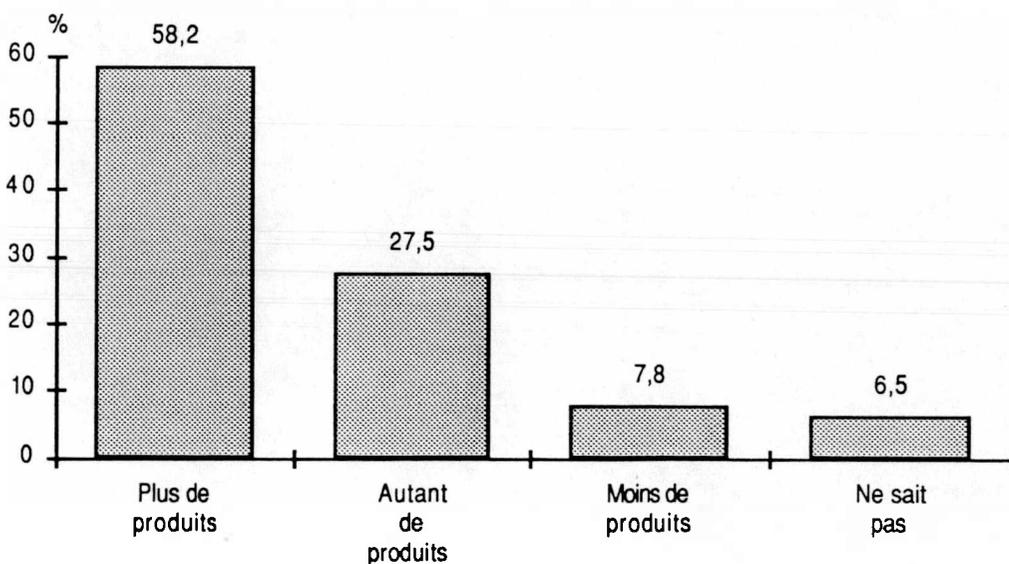
→ L'attitude vis-à-vis des produits verts est positive.

Depuis quelques temps, on parle beaucoup des produits verts, c'est-à-dire des produits conçus de façon à respecter l'environnement, avant, pendant et après leur consommation. Pensez-vous qu'en achetant de tels produits, vous contribuez à la protection de l'environnement de façon ...



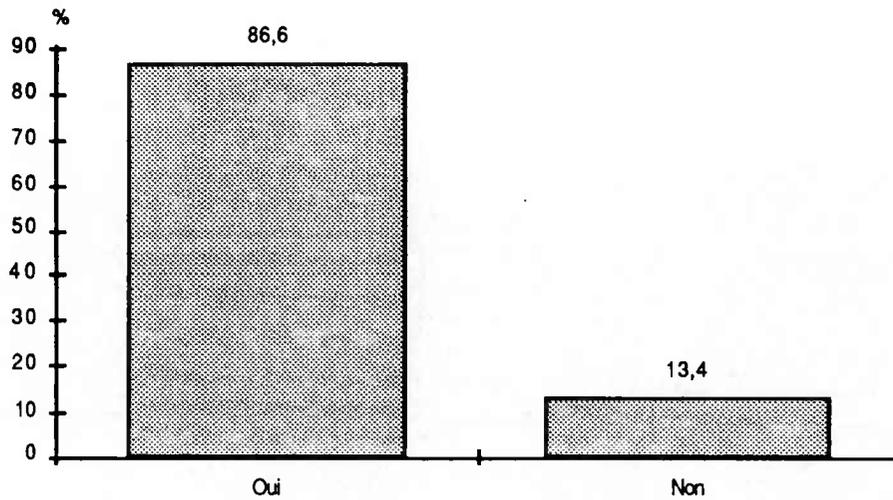
→ Elle recouvre certainement un marché potentiel.....

Pensez-vous que dans les dix prochaines années, vous achèterez (produits verts) ...



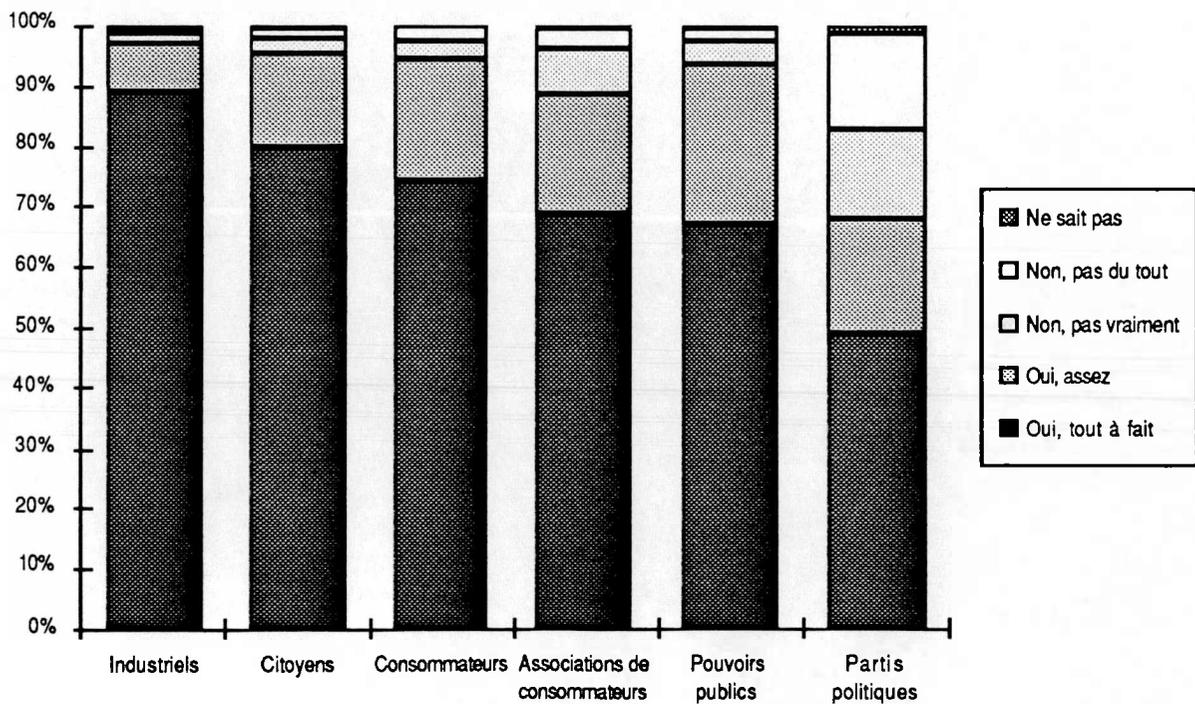
→ ... avec la certification des pouvoirs publics

Seriez-vous favorable à ce que les pouvoirs instaurent une certification officielle des produits verts?



→ Mais les consommateurs ne pensent pas qu'ils doivent être en première ligne pour prendre en charge les problèmes d'environnement.

Selon vous, qui doit prendre en charge les problèmes d'environnement ?



Les forts environnementalistes

Est fort environnementaliste, toute personne :

- favorable au label "produit vert" (Q 34)
- déclarant acheter plus de produits-verts dans les prochaines années (Q 35)
- souhaitant une prise en charge des problèmes d'environnement par plusieurs acteurs économiques :

Nous avons construit un score à partir de la question Q36 (avis sur la prise en charge des problèmes d'environnement par les différents acteurs) en affectant :

3 points à 'tout à fait'

2 points à 'Oui, assez'

1 point à 'Non, pas vraiment'

et 0 point à 'Non, pas du tout'.

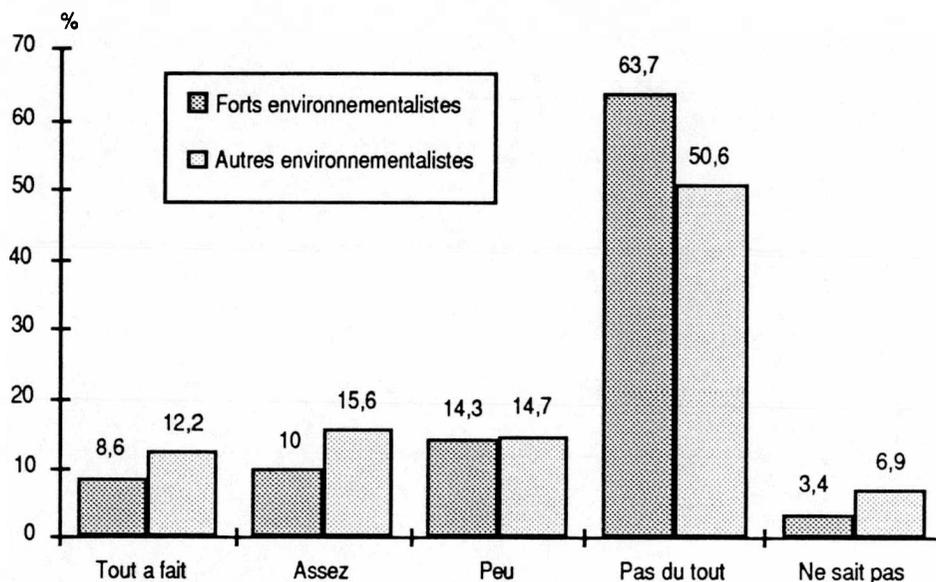
et retenu les personnes ayant un score = 18

- constatant trop d'emballages inutiles (Q31).

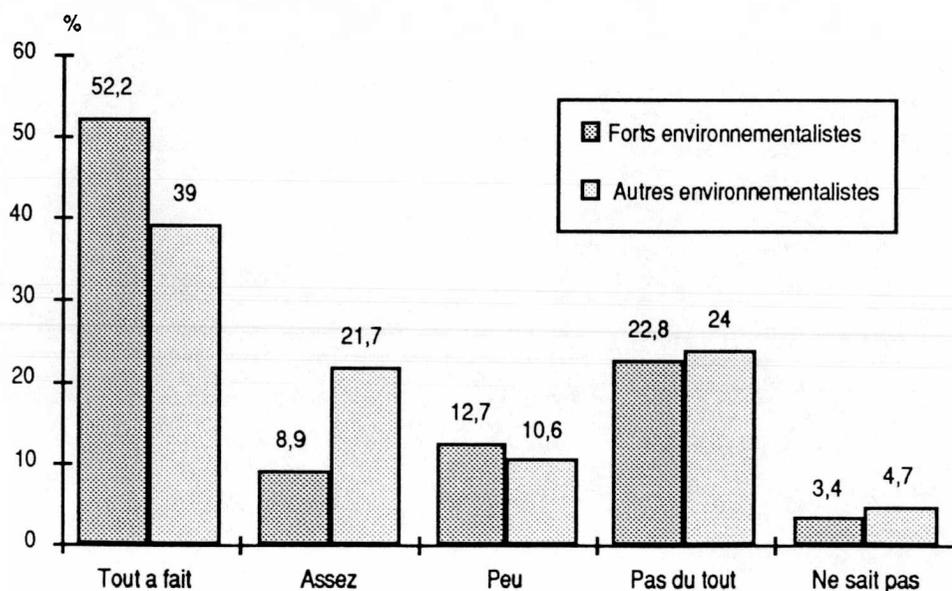
→ A l'inverse des forts consommateurs de produits alimentaires nouveaux, les environmentalistes sont plutôt sceptiques face aux produits light.

Depuis quelques années, on trouve de plus en plus de produits light, c'est-à-dire des produits alimentaires allégés en calories. Etes-vous d'accord avec les opinions suivantes concernant les produits light ?

Ces produits permettent d'avoir une alimentation équilibrée

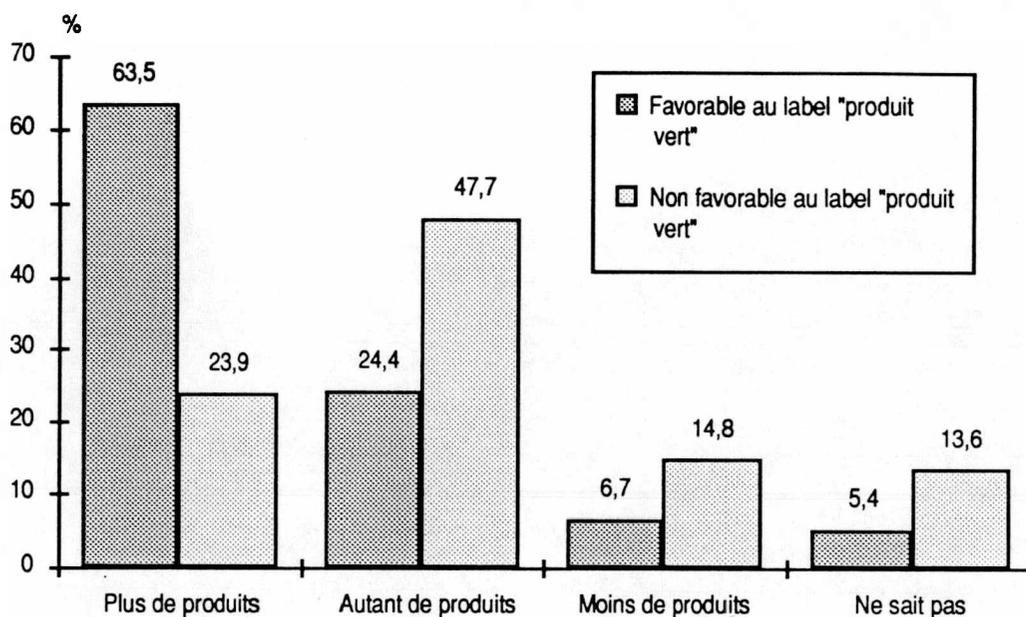


C'est une mode qui va passer



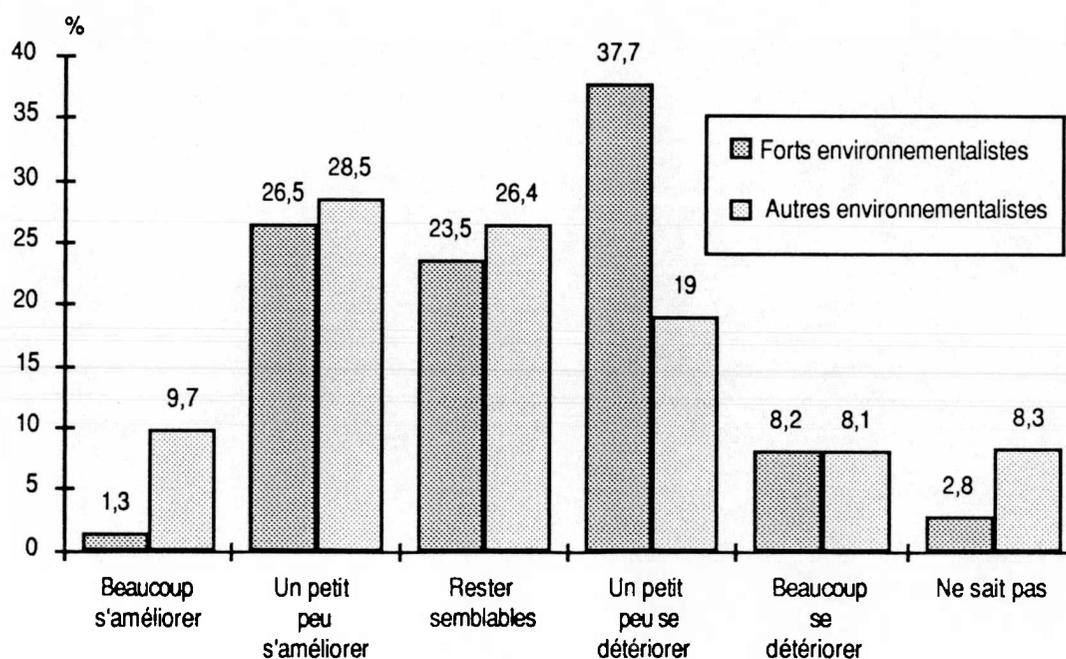
→ Les environmentalistes sont disposés à acheter des produits verts ...

Pensez-vous que dans les dix prochaines années, vous achèterez (produits verts)

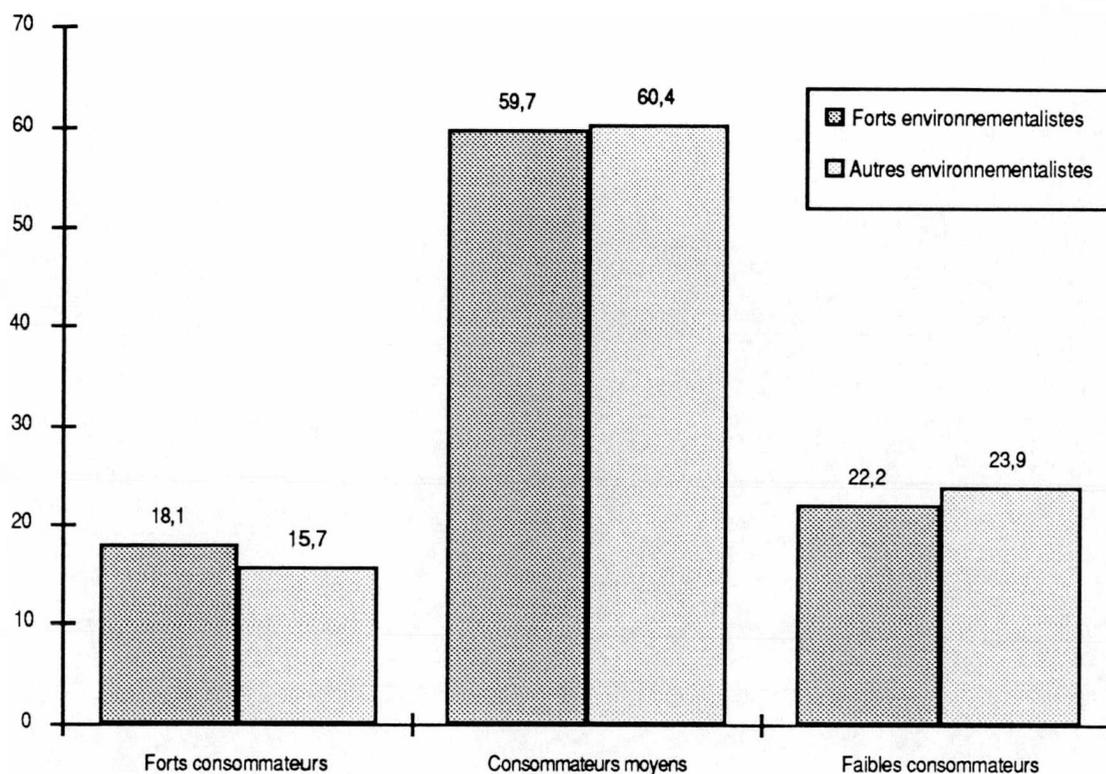


→ ... mais sont plus pessimistes sur l'avenir de leurs conditions de vie.

Pensez-vous que vos conditions de vie vont s'améliorer ou se détériorer au cours des cinq prochaines années ?



→ Les environnementalistes et les consommateurs de produits nouveaux.



Il y a très légèrement plus de forts consommateurs de produits alimentaires nouveaux chez les forts environnementalistes que chez les autres environnementalistes .

En conclusion, l'environnement sera sans doute dans les années qui viennent à la fois un sujet sensible pour les consommateurs, et un marché important puisque les produits verts ont une bonne image.

ANNEXE 1 : LE QUESTIONNAIRE

ETUDE GRANDES TENDANCES DE LA CONSOMMATION

Nom de l'enquêteur :

N° de questionnaire : /_/_/_/_/_/

1 4

N° Carte : /_/_/

5

Bonjour Madame, Monsieur, je suis Mlle / Mm / M du CREDOC. Nous réalisons une enquête sur le mode de vie et la consommation des Français. Puis-je vous poser quelques questions ?

I - OPINIONS / NIVEAU DE VIE.

Tout d'abord, je vais vous poser quelques questions générales.

Q1. En ce qui concerne votre niveau de vie, diriez-vous que depuis une dizaine d'années, ça va ...

- beaucoup mieux1
- un peu mieux2
- c'est pareil3
- un peu moins bien4
- beaucoup moins bien5
- ne sait pas6

Q2. Pensez-vous que vos conditions de vie vont s'améliorer ou se détériorer au cours des cinq prochaines années ?

- Vont beaucoup s'améliorer1
- Vont un petit peu s'améliorer2
- Vont rester semblables3
- Vont un petit peu se détériorer4
- Vont beaucoup se détériorer5
- Ne sait pas6

Q3. Que pensez-vous de votre cadre de vie quotidien, c'est à dire ce qui entoure le logement où vous vivez ; dans l'ensemble, en êtes-vous ...

- Très satisfait1
- Assez satisfait2
- Peu satisfait3
- Pas satisfait du tout4

Q4. Les découvertes scientifiques récentes vous paraissent-elles conduire à une amélioration de votre vie quotidienne ?

- Beaucoup 1
- Un peu 2
- Pas du tout 3

Q5. Si je vous dis être heureux, à quoi pensez-vous ?

---> *Enquêteur : tirez un slash (/) entre deux idées successives.*

Q6. Etes-vous d'accord avec l'idée suivante: "La famille est le seul endroit où l'on se sente bien et détendu" ?

- Oui 1
- Non 2

Q7. Pour chacun des sujets suivants, pouvez-vous me dire s'il vous préoccupe beaucoup, assez, un peu, pas du tout ?

	Beaucoup	Assez	Un peu	Pas du tout
Les tensions internationales	1	2	3	4
La dégradation de l'environnement	1	2	3	4
La pauvreté en France	1	2	3	4
La pauvreté dans le monde	1	2	3	4
L'Europe de 1993	1	2	3	4
Le chômage	1	2	3	4

II - CONSOMMATION

Nous allons maintenant parler de la consommation.

Q8. Est- ce que vous (ou votre foyer) êtes obligé de vous imposer régulièrement des restrictions sur certains postes de votre budget ?

- Oui1 => Q8 bis

- Non2 => Q9

Q8 bis. Sur lesquels particulièrement ?

	OUI	NON
- Soins médicaux	1	2
- Voiture	1	2
- Achat d'équipement ménager	1	2
- Alimentation	1	2
- Soins de beauté	1	2
- Vacances et loisirs	1	2
- Habillement	1	2
- Logement	1	2
- Dépenses pour les enfants	1	2
- Épargne (argent de côté)	1	2
- Tabac, boisson	1	2

Q9. Si je vous dis *consommateur*, quels sont les mots qui vous viennent à l'esprit ?

---> *Enquêteur : tirez un slash (/) entre deux idées successives.*

Q10. Si aujourd'hui vos revenus augmentaient de façon importante, consacreriez vous un budget plus élevé ?

	OUI	NON
- Aux soins médicaux	1	2
- A la voiture	1	2
- A l'achat d'équipement ménager	1	2
- A l'alimentation	1	2
- Aux soins de beauté	1	2
- Aux vacances et aux loisirs	1	2
- A l'habillement	1	2
- Au logement	1	2
- Aux dépenses pour les enfants	1	2
- Au tabac	1	2
- A mettre de l'argent de côté	1	2

Q11. Voici plusieurs raisons d'acheter des produits de consommation. Pour chacune d'entre elles, dites moi si vous personnellement, elle vous incite (beaucoup, assez, un peu, pas du tout) à acheter un produit.

	Beaucoup	Assez	Un peu	Pas du tout
La marque vous inspire confiance	1	2	3	4
Le produit porte un label de qualité	1	2	3	4
Le produit est nouveau	1	2	3	4
Le produit est recommandé par une association de consommateurs	1	2	3	4
Vous avez vu de la publicité pour ce produit	1	2	3	4
Le fabricant du produit soutient financièrement une cause humanitaire (ex : lutte contre la famine)	1	2	3	4
Le fabricant du produit soutient financièrement une action écologique	1	2	3	4
Vous connaissez le produit et vous en êtes content	1	2	3	4

Q12. Vous arrive-t-il d'effectuer des achats sur un coup de tête ?

- Oui1 => Q13

- Non2 => Q18

Q13. Des petits achats, des gros achats ou les deux ?

- Des petits achats1 => Q14 et Q15 puis Q18
- Des gros achats2 => Q16
- Les deux3

Q14. Tous les combien cela vous arrive-t-il pour les petits achats ?

- Chaque semaine1
- De une à trois fois par mois2
- Plus rarement3

Q15. Pourquoi, en général, pour les petits achats ?

- Parce que ça vous plaît 1
- Parce que c'est en promotion 2
- Parce que vous vous apercevez que vous en avez besoin 3

Q16. Tous les combien cela vous arrive-t-il pour les gros achats ?

- Chaque semaine1
- De une à trois fois par mois2
- Plus rarement3

Q17. Pourquoi, en général, pour les gros achats ?

- Parce que ça vous plaît 1
- Parce que c'est en promotion 2
- Parce que vous vous apercevez que vous en avez besoin 3

Q18. Est- ce que, par rapport à il y a cinq ans ...

	Plus	Moins	Autant
Vous comparez les prix	1	2	3
Vous lisez les étiquettes	1	2	3
Vous êtes exigeant sur la qualité	1	2	3
Vous protestez auprès du fabricant ou du magasin quand le produit n'est pas bon	1	2	3
Vous écoutez les conseils des vendeurs	1	2	3

Q19. Si je vous dis *publicité*, quels sont les mots qui vous viennent à l'esprit ?

---> *Enquêteur : tirez un slash (/) entre deux idées successives.*

III - TENDANCES PAR GRANDES FONCTIONS

LOGEMENT

Je vais vous poser maintenant quelques questions sur votre logement.

Q20. Dans les dix dernières années,

- avez-vous changé de logement ?

- Oui 1

- Non 2

- votre logement actuel a-t-il bénéficié de travaux de rénovation ou de réhabilitation ?

- Oui 1

- Non 2

Q21. Votre résidence principale est-elle ...

- une maison 1

- un appartement dans un immeuble construit avant 1960 2

- un appartement dans un immeuble construit à partir de 1960 3

Q22. En êtes-vous ...

- propriétaire 1
 - propriétaire, en cours de
remboursement2
 - locataire 3
 - autres4
- | => Q24
- | => Q23

Q23. Si vous en aviez la possibilité, souhaiteriez-vous faire l'acquisition d'un logement ?

- Oui 1
- Non2

Q24. Diriez-vous qu'au cours des dix dernières années, vos conditions de logement ...

- se sont beaucoup améliorées 1
- se sont un peu améliorées 2
- se sont un peu détériorées 3
- se sont beaucoup détériorées 4
- n'ont pas changé 5

Q25. Il existe aujourd'hui des systèmes électroniques qui permettent de commander de façon centralisée les différents équipements d'une habitation : chauffage, appareils ménagers, équipements de sécurité et de communication.

Seriez-vous intéressé à acquérir un tel système pour votre habitation ?

- Oui, certainement1
- Oui, probablement2
- Non, probablement pas3
- Non, certainement pas4

Je vais maintenant vous poser quelques questions sur le thème de l'alimentation.

Q26. Nous allons parler des produits alimentaires en général. Pour chacun des aspects que je vais vous citer dites-moi si selon vous, par rapport à il y a 10 ans, la situation s'est améliorée, s'est détériorée ou n'a pas changé.

	Améliorée	Détériorée	Pas changé
La qualité	1	2	3
Le goût	1	2	3
Le choix	1	2	3
Le coût	1	2	3

Q27. Etes vous d'accord ou non avec les phrases suivantes ?

Par rapport à il y a 10 ans ...

	D'accord	Pas d'accord
- On trouve moins de variétés différentes de tomates	1	2
- On trouve moins de variétés différentes de pommes	1	2

Q28. Ces dernières années, une série de produits nouveaux sont apparus dans le domaine de l'alimentation. Je vais vous en citer quelques uns. Pour chacun d'entre eux, vous me direz si vous en consommez au moins une fois par semaine, une ou deux fois par mois, moins souvent ou jamais.

	Au moins une fois par semaine	Une ou deux fois par mois	Moins souvent	Jamais
Les plats préparés surgelés allégés	1	2	3	4
Les salades en sachet	1	2	3	4
Les plats cuisinés cuits sous vide	1	2	3	4
Les vinaigrettes toutes prêtes	1	2	3	4
Les produits allégés	1	2	3	4
Les produits enrichis en vitamines	1	2	3	4
Les produits du terroir vendus en libre service	1	2	3	4

Q29. Depuis quelques années, on trouve de plus en plus de produits light, c'est à dire des produits alimentaires allégés en calories.

Etes-vous (tout à fait, assez, peu, pas du tout) d'accord avec les opinions suivantes concernant les produits light ?

	Tout à fait	Assez	Peu	Pas du tout
Ces produits permettent d'avoir une alimentation plus équilibrée	1	2	3	4
C'est une invention des fabricants pour vendre plus cher leurs produits	1	2	3	4
Ces produits aident à être en meilleure santé	1	2	3	4
C'est une mode qui va passer	1	2	3	4
Ils ont moins de goût que les autres produits	1	2	3	4

Q30. Un petit déjeuner idéal, à quoi ça vous fait penser ?

---> *Enquêteur : tirez un slash (/) entre deux idées successives.*

ENVIRONNEMENT

Nous allons parler des problèmes de protection de l'environnement.

Q31. D'une façon générale, pensez-vous que ces dernières années, le nombre d'emballages inutiles...

- a augmenté1
- a diminué2
- est resté stable3
- il n'y a pas d'emballages inutiles4

Q32. Et dans les prochaines années, pensez-vous que le nombre d'emballages inutiles ...

- va augmenter1
- va diminuer2
- va rester stable3

Q33. Depuis quelques temps, on parle beaucoup des produits verts, c'est à dire des produits conçus de façon à respecter l'environnement, avant, pendant et après leur consommation.

Pensez-vous qu'en achetant de tels produits, vous contribuez à la protection de l'environnement de façon ...

- très importante1
- assez importante2
- peu importante3
- pas importante du tout4

Q34. Seriez-vous favorable à ce que les pouvoirs instaurent une certification officielle des produits verts ?

- Oui 1
- Non2

Q35. Pensez-vous que dans les dix prochaines années, vous achèterez ...

- Plus de produits verts que maintenant 1
- Moins de produits verts que maintenant2
- Autant de produits verts que maintenant3

Q36. Selon vous, qui doit prendre en charge les problèmes d'environnement ?

	Oui, tout à fait	Oui, assez	Non, pas vraiment	Non, pas du tout
Les pouvoirs publics	1	2	3	4
Les consommateurs	1	2	3	4
Les industriels	1	2	3	4
Les citoyens	1	2	3	4
Les associations de consommateurs	1	2	3	4
Les partis politiques	1	2	3	4

SERVICES MÉDICAUX ET DE SANTÉ

Je vais maintenant vous poser quelques questions sur les médicaments.

Q37. Seriez-vous favorable à ce que l'on puisse acheter les médicaments courants (type aspirine) en grandes surfaces ?

- Oui 1
- Non 2

Q38. Certains médecins pratiquent des tarifs plus élevés que le tarif de la Sécurité Sociale. Trouvez vous cela ...

- Normal 1
- Anormal 2

Q39. Êtes vous d'accord avec l'idée qu'il existe une médecine de confort ?

- Oui 1
- Non 2

Q40. Selon vous est-il normal que ces soins, qu'on appelle soins de confort, soient remboursé par la Sécurité Sociale ?

- Oui, c'est tout à fait normal 1
- Oui, c'est plutôt normal 2
- Non, c'est plutôt anormal 3
- Non, c'est tout à fait anormal 4

CRÉDIT

Nous allons parler du recours au crédit.

Q41. Pour chacun des types de crédit que je vais vous citer, pouvez-vous me dire si vous y avez eu recours dans votre foyer depuis les 5 dernières années, et si vous pensez y recourir dans les 5 années à venir ?

1 ---> oui
2 ---> non

	Avez vous eu recours depuis les 5 dernières années au ...	Pensez vous recourir dans les 5 années à venir au ...
Crédit immobilier	1	1
	2	2
Crédit à la consommation	1	1
	2	2
Découvert bancaire	1	1
	2	2

Q42. Vous personnellement, pensez-vous ou non que dans les 10 prochaines années ...

	OUI	NON
Les banques feront payer leurs services, y compris les carnets de chèques et les relevés de compte	1	2
Vous ouvrirez un compte dans une banque d'un autre pays de la Communauté Européenne	1	2
Vous utiliserez principalement la carte de crédit pour vos paiements	1	2

Q43. Êtes-vous prêt à cotiser à une épargne-retraite par capitalisation ?

- Oui, certainement1
- Oui, probablement2
- Non, probablement pas3
- Non, certainement pas4

Q44. Pensez-vous que vous aurez tendance, dans les années qui viennent, à consacrer une part plus importante de votre revenu à mettre de l'argent de côté ?

- Oui1
- Non2

LOISIRS / CULTURE

Nous allons parler maintenant de vos moments de loisirs.

Q45. Si vous deviez choisir entre plus d'argent et plus de temps libre, que choisiriez-vous ?

- Plus d'argent1
- Plus de temps libre2

Q46. Si vous gagniez le gros lot au Loto, que feriez-vous ?

---> *Enquêteur : tirez un slash (/) entre deux idées successives.*

Q47. Dans votre foyer, possède-t-on les équipements suivants ?

- Plusieurs postes de télévision couleur 1
- MagnétoSCOPE 2
- Abonnement à Canal Plus 3
- Camescope 4
- Platine laser 5
- Téléphone sans fil 6
- Minitel 7

Q48. Voici différentes sources d'information qui peuvent vous influencer dans vos achats. Pour chacune d'entre elles, vous me direz si vous personnellement, elle vous influence (beaucoup, assez, un peu, pas du tout).

	Beaucoup	Assez	Un peu	Pas du tout
Les informations à la télévision	1	2	3	4
La publicité à la télévision	1	2	3	4
Les informations à la radio				
La publicité à la radio	1	2	3	4
Les rubriques des magazines féminins	1	2	3	4
La publicité dans les magazines féminins	1	2	3	4
Les rubriques des magazines spécialisés	1	2	3	4
La publicité dans les magazines spécialisés	1	2	3	4
Les avis de votre entourage	1	2	3	4
Les conseils des vendeurs	1	2	3	4
Le contenu de l'étiquette	1	2	3	4
Les tests des associations de consommateurs	1	2	3	4

ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS

Q49. Nous allons parler des associations de consommateurs. Selon vous le rôle de ces associations est-il (tout à fait, assez, peu, pas du tout) de ...

	Tout à fait	Assez	Peu	Pas du tout
Négocier avec les professionnels, c'est à dire les entreprises, les distributeurs, les artisans, les commerçants	1	2	3	4
Défendre les consommateurs lorsqu'ils ont des litiges avec des professionnels	1	2	3	4
Informers les consommateurs	1	2	3	4
Influencer les pouvoirs publics pour l'établissement des réglementations en matière de consommation	1	2	3	4

Q50. Etes-vous membre d'une association de consommateurs ?

- Oui1 => Q51
- Non2 => Q52

Q51. Laquelle ?

- CSCV (Confédération Syndicale du Cadre de Vie) 1
- AFOC (Association Force Ouvrière Consommateurs) 2
- Familles rurales 3
- FFF (Fédération des Familles de France) 4
- UFC (Union Fédérale des Consommateurs) 5
- Autres 6

PASSEZ DIRECTEMENT EN Q56

Q52. Seriez vous prêt, dans les mois qui viennent, à adhérer à une association de consommateurs ?

- Oui, certainement1
 - Oui, probablement2
 - Non, probablement pas3
 - Non, certainement pas4
- | => Q53
- | => Q56

Q53. Seriez-vous prêt à verser une cotisation annuelle de 500 F pour adhérer à une association de consommateurs ?

- Oui 1 => Q56
- Non 2 => Q54

Q54. Seriez-vous prêt à verser une cotisation annuelle de 300 F pour adhérer à une association de consommateurs ?

- Oui 1 => Q56
- Non 2 => Q55

Q55. Seriez-vous prêt à verser une cotisation annuelle de 100 F pour adhérer à une association de consommateurs ?

- Oui 1
- Non 2

IV - RENSEIGNEMENTS SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES.

Je vais vous poser maintenant quelques questions sur vous et les membres de votre foyer.

Q56. Sexe

- Homme1
- Femme2

Q57. Quel âge avez-vous ? /_/_/ ans

- 18 - 24 ans1
- 25 - 34 ans2
- 35 - 49 ans3
- 50-64 ans4
- 65 ans et plus5

Q58. Quelle est votre profession ?

---> Enquêteur : notez en clair très précisément :

	INTERVIEWE	CONJOINT	CHEF DE FAMILLE
- Agriculteur.....	1	1	1
- Artisan / P. Commerçant	2	2	2
- Affaires / Cadre supérieur / Prof. lib. ...	3	3	3
- Profession intermédiaire	4	4	4
- Employé.....	5	5	5
- Ouvrier	6	6	6
- Retraité	7	7	7
- Etudiant	8	8	8
- Autre	9	9	9

Q59 Vivez-vous seul, en couple ou chez vos parents?

- Seul 1 => coder en Q58 puis passer en Q62
- En couple 2 => Q60
- Chez ses parents 3 => Q61

Q60. Quelle est la profession de votre conjoint ?

---> *Enquêteur : notez en clair très précisément :*

---> *Enquêteur : coder en Q58 et passer en Q62*

Q61. Quelle est la profession du chef de famille ?

---> *Enquêteur : notez en clair très précisément :*

---> *Enquêteur : coder en Q58 et passer en Q62*

Q62. Êtes vous ...

- Célibataire 1
- Marié 2
- Vivant maritalement 3
- Veuf 4
- Divorcé 5
- Séparé 6

Q63. Combien avez vous d'enfants vivant actuellement dans votre foyer ?

- de moins de 15 ans : / ___ /
- de 15 à 17 ans : / ___ /

Q64. Quel est le diplôme d'enseignement général ou technique le plus élevé que vous avez obtenu ?

- Aucun 1
- Certificat d'études primaires (C.E.P.), diplômes de fin d'études obligatoires, B.E.P.C., brevet élémentaire, brevet supérieur 2
- Brevet de technicien, B.P. (Brevet Professionnel), B.E.I., B.E.C., B.E.A. 3
- Baccalauréat technique ou général 4
- B.T.S., D.U.T., D.E.S.T., D.E.U.G (y compris formation paramédicale ou sociale) 5
- 2ème ou 3ème cycle universitaire, grande école 6
- Autre 7

Précisez :

Q65. Quelle est la taille de votre agglomération résidence ?

- Moins de 2 000 habitants..... 1
- De 2 000 à 20 000 habitants 2
- De 20 000 à 100 000 habitants 3
- Plus de 100 000 habitants 4
- Région parisienne 5

Q66. Département de résidence : / ___ / ___ /

Q67. Fréquentez vous les types de magasins suivants (plusieurs fois par semaine, une fois par semaine, 2 à 3 fois par mois, une fois par mois ou moins, rarement ou jamais) :

	Plusieurs fois par semaine	Une fois par semaine	2 à 3 fois par mois	Une fois par mois ou moins	Rarement ou jamais
Marché	1	2	3	4	5
Épicerie ou supérette	1	2	3	4	5
Commerçant spécialisé (boucher, poissonnier, traiteur, fromager,...)	1	2	3	4	5
Hypermarché	1	2	3	4	5
Supermarché	1	2	3	4	5
Surfaces de vente discount (type Ed, Sd, Aldi, Norma ...)	1	2	3	4	5
Freezer center	1	2	3	4	5
Commande par minitel pour livraison à domicile	1	2	3	4	5
Vente ou livraison à domicile hors minitel	1	2	3	4	5

Magasin diététique ou bio

Q68. Faites-vous partie ou participez-vous aux activités d'une association (ou d'un groupe) ?

- Sportive 1
- Culturelle, de loisirs 2
- Confessionnelle 3
- De jeunes, d'étudiants 4
- Syndicale 5
- De défense de l'environnement..... 6
- De parents d'élèves 7
- Parti politique 8

- *Consommateurs*
- *Protection des animaux*
- *Autres, précisez*

Q69. Duquel des partis politiques suivants vous sentez-vous le plus proche ?

- Parti communiste1
- Parti socialiste2
- UDF3
- RPR4
- Front National5
- Les Ecologistes (Les Verts,
Génération Ecologie)6
- Aucun7

Q70. Quelle est votre religion ?

- Catholique pratiquant régulier1
- Catholique pratiquant occasionnel2
- Catholique non pratiquant3
- Musulmane4
- Juive5
- Protestante6
- Sans religion8
- Autres7

Précisez :

Q71. Pour pouvoir analyser les résultats de cette enquête, nous avons besoin d'avoir quelques renseignements sur vos revenus. Ils resteront bien sûr tout à fait confidentiels et anonymes.

Quelle est la classe qui correspond au revenu annuel après cotisations sociales et avant impôts, de votre foyer ?

- Moins de 50 000 francs 1
- De 50 000 à 80 000 francs 2
- De 80 000 à 120 000 francs 3
- De 120 000 à 240 000 francs 4
- De 240 000 à 360 000 francs 5
- Plus de 360 000 francs 6
- NSP 7

ANNEXE 2 : LE REDRESSEMENT DES DONNÉES

Redressement selon la CSP, l'âge, la région et le sexe

Distributions théoriques : Recensement 89

 résultats obtenus après '30' itérations

CSP chef de famille		distribution observée	distribution obtenue	distribution théorique
Agriculteurs	1	3.4	2.3596	2.3
Artisan, commerçant	1	3.3	4.2813	4.2
Cadre et prof lib.	1	10.5	6.2892	6.2
Prof. interm.	1	7.8	10.9290	10.8
Employés	1	27.4	16.0620	15.9
Ouvriers	1	8.7	17.6721	17.5
Retraites	1	15.5	22.1703	21.2
Autres inactifs		24.3	20.2323	21.9

Age		distribution observée	distribution obtenue	distribution théorique
18-24 ans	2	15.4	15.5434	14.1
25-39 ans	2	39.3	29.7582	29.6
40-59 ans	2	27.0	29.8559	30.4
60 ans et +		18.3	24.8424	25.9

Région		distribution observée	distribution obtenue	distribution théorique
	0	0.1	0.0000	.
Ile de France	3	15.2	19.0065	18.9
Bassin Parisien	3	20.1	17.9102	17.8
Nord	3	8.5	6.5759	6.6
Est	3	12.9	8.7721	8.8
Ouest	3	13.6	12.9855	13.0
Sud Ouest	3	9.7	10.9414	11.0
Centre Est	3	10.9	11.7158	11.8
Méditerranée		9.0	12.0926	12.1

Sexe		distribution observée	distribution obtenue	distribution théorique
Homme	4	44.6	47.8375	47.8
Femme		55.4	52.1625	52.1

