

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



Sou1999-1219

1

142, rue du Chevaleret

75013 PARIS

Tél. 01 40 77 85 04

Fax 01 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**

**Crédoc - Opinions sur la certification
et sur la qualité des produits
industriels. Mai 1999.**

CREDOC•Bibliothèque



CRÉDOC

L'ENTREPRISE DE RECHERCHE

CRÉDOC

Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français »

(vague de début 1999)

**OPINIONS SUR LA CERTIFICATION
ET SUR LA QUALITE DES PRODUITS
INDUSTRIELS**

Confidentiel

Document réalisé à la demande du
Secrétariat d'État à l'Industrie (SESSI)

G.H.-V.P.

MAI 1999

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

CRÉDOC

Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français »

(vague de début 1999)

**OPINIONS SUR LA CERTIFICATION
ET SUR LA QUALITE DES PRODUITS
INDUSTRIELS**

Confidentiel

Document réalisé à la demande du
Secrétariat d'État à l'Industrie (SESSI)

G.H.-V.P.

MAI 1999

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

CONDITIONS DE VIE ET ASPIRATIONS DES FRANCAIS

Document réalisé à la demande du Secrétariat d'État à l'Industrie, Direction Générale des Statistiques Industrielles (SESSI)

Le département "Conditions de vie et Aspirations des Français" est composé de :

- . Georges Hatchuel (Directeur Général Adjoint du CREDOC)
- . Franck Berthuit, Bertrand Chokrane, Isabelle Delakian, Catherine Duflos, Vincent Placer.

CREDOC

Président : Bernard Schaefer

Directeur Général : Robert Rochefort

SOMMAIRE

	Pages
PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS.....	4
AVANT PROPOS	7
A - OPINIONS SUR LA QUALITÉ DES PRODUITS INDUSTRIELS.....	8
I - Les déterminants de la qualité des produits industriels	9
1 - <i>Les différentes facettes perçues de la qualité</i>	9
2 - <i>Des différences de perception liées au statut social</i>	12
II - Un tiers de la population pense que les produits français sont de meilleure qualité que ceux fabriqués hors d'Europe.....	21
III - Les Français sont globalement satisfaits de la qualité de leurs derniers achats.....	26
IV - Pour 24 % de nos concitoyens, les informations fournies par l'étiquetage des produits sont insuffisantes	35
B - OPINIONS SUR LA CERTIFICATION DES PRODUITS INDUSTRIELS	39
I - Plus de six Français sur dix déclarent connaître les labels "CE" et "NF"	39
II - De la « reconnaissance » à la « connaissance effective » : un constat moins optimiste.....	49
III - C'est aux labels attribués par les consommateurs que les Français font le plus confiance	58
ANNEXES	63
ANNEXE I - Espace général des opinions et attitudes sur la certification et sur la qualité des produits industriels	64
ANNEXE II - Les éléments permettant de juger de la qualité d'un produit industriel - Tableaux complémentaires	78
ANNEXE III - La qualité ressentie du dernier achat - Tableaux complémentaires	88
ANNEXE IV - Tris à plat et libellés des questions posées à la demande du Service des Statistiques Industrielles (SESSI).....	94

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Six enseignements principaux peuvent être dégagés de l'analyse des réponses aux questions insérées par le SESSI dans la vague du début 1999 de l'enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français » :

→ Nos concitoyens sont assez partagés sur les critères permettant de juger de **la qualité d'un produit industriel**. Trois d'entre eux se dégagent néanmoins¹ :

- **La solidité, la durabilité du produit** : robustesse et durée de vie sont en effet deux caractéristiques parmi les plus fréquemment citées. Nous les avons réunis sous le concept global de « solidité » du produit : ainsi défini, ce critère est mis en avant par près de **6 Français sur 10**. Il s'agit d'ailleurs **d'une caractéristique des produits industriels à laquelle tous les groupes sociaux sont à peu près également sensibles**.
- **Le prix** : un Français sur trois (36%) le met en avant pour juger de la qualité d'un produit. Ce critère est plus fréquemment évoqué par une population jeune, peu diplômée et percevant de bas revenus. C'est aussi le cas pour les deux autres critères que sont la marque du produit et son esthétique.
- **L'adaptation aux besoins** : un tiers de nos concitoyens (32%) estime que la qualité d'un produit ne se détermine pas seulement à partir de ses caractéristiques intrinsèques, mais en fonction de déterminants plus subjectifs comme la correspondance entre le produit et le besoin auquel il permet de répondre. Cette conception de la qualité est surtout partagée dans les milieux aisés et par les diplômés de l'enseignement supérieur.

→ **Près d'un Français sur trois (32%) considère que la qualité des produits nationaux est meilleure que celle des produits fabriqués hors d'Europe**. Comme en 1997, ce sont les personnes les plus âgées qui sont les plus convaincues de la supériorité des productions hexagonales. Cela concerne aussi les indépendants. En deux ans cependant, le **sentiment d'uniformisation** de la qualité des produits s'est largement diffusé dans la société. En particulier, comparé à la situation de 1997, moins de jeunes, de cadres et de personnes aisées croient aujourd'hui que les produits français sont de meilleure qualité que les productions non-européennes.

¹ Ces éléments se détachent d'une liste de neuf propositions concernant l'esthétique du produit, son ancienneté, son prix, sa durée de vie, sa robustesse, son adaptation aux besoins, sa marque, sa facilité d'utilisation et son niveau d'avancée technologique.

- **La grande majorité des consommateurs (de 69 à 76%) considèrent que la qualité de leurs derniers achats de produits manufacturés a été conforme à leurs attentes .** Cela concerne aussi bien les achats en matière de vidéo, photo, hi-fi, qu'en électroménager, en matériel de bricolage, en matériel de sport ou pour ce qui concerne l'habillement ou la chaussure. Par ailleurs, quand la qualité de leurs achats s'écarte de leurs attentes, les Français se déclarent plus souvent agréablement surpris que déçus. C'est dans le domaine de l'habillement ou de la chaussure que les déceptions sont les plus fortes (18% des consommateurs). Les variations socio-démographiques sont, sur ce sujet, relativement faibles, traduisant globalement l'existence dans la population d'un certain degré de contentement relatif.

- **Pour 24% de nos concitoyens, les informations fournies par l'étiquetage des produits industriels sont insuffisantes.** On se plaint encore davantage de l'insuffisance de ces informations quand on a été déçu de la qualité de ses derniers achats ou quand on est plus sensible au niveau d'avancée technologique du produit. Il y a donc bien là le signe qu'une partie des consommateurs -minoritaire cependant- attend de cet étiquetage qu'il leur évite d'acheter un produit ne correspondant pas tout fait à ce qu'ils souhaitent.

- Au premier regard, la notoriété des deux labels "CE" et "NF" est élevée : 87% de nos concitoyens déclarent connaître le label "NF" et 66 % connaissent la marque européenne "CE". **Au total, ce sont plus de six Français sur dix qui connaîtraient ces deux normes.** Certes, les taux de notoriété dépendent fortement du niveau de diplôme ou de l'âge des enquêtés, mais ces facteurs jouent davantage pour le label communautaire que pour la norme française.

Cependant, l'analyse plus détaillée des réponses met en évidence deux niveaux différents de connaissance : la « **connaissance effective** » repose sur la reconnaissance à la fois du label et de la nature des indications qu'il fournit ; « **la connaissance approximative** » consiste à reconnaître un label, mais à ne pas savoir préciser à quoi il correspond.

Or, pour le label "NF", si 87% des Français le reconnaissent, 61% en ont une connaissance effective. De même, « seulement » 42% de nos concitoyens connaissent vraiment le label "CE".

Finalement, 32% de la population connaissent effectivement les deux labels à la fois. Ce taux n'est que de 13% chez les non-diplômés et de 12% chez les plus âgés des Français.

→ **C'est aux labels attribués par les consommateurs que les Français font le plus confiance.** 45 % d'entre eux accordent en effet leur crédit à ce type de label, contre 20 % qui placent leur confiance dans ceux décernés par les professionnels de l'industrie ou 15 % dans ceux attribués par un laboratoire indépendant. Les labels décernés par les pouvoirs publics n'obtiennent que la quatrième place du classement (10% des réponses). Les enquêtés voient plutôt, dans le label accordé par les consommateurs, un gage de fonctionnalité du produit et de sa réelle utilité. Les labels attribués par les professionnels de l'industrie attirent les acheteurs sensibles aux produits de marque, ceux qui accordent beaucoup d'importance à la réputation de l'entreprise productrice. Enfin, l'attrait pour les labels attribués par un laboratoire indépendant touche les acheteurs attirés par l'avancée technologique des produits : il s'agit donc, pour eux, d'une caution scientifique, d'un gage de tests préalables des produits.

AVANT-PROPOS

Ce document présente les résultats des questions insérées, à la demande du Secrétariat d'État à l'Industrie (SESSI), dans la vague de début 1999 de l'enquête du CREDOC sur « les Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

L'enquête s'est déroulée en décembre 1998 - janvier 1999. Elle a été réalisée en face à face auprès d'un échantillon de 2.000 personnes, âgées de 18 ans et plus, sélectionnées selon la méthode des quotas. Ces quotas (région, taille d'agglomération, âge, sexe, PCS) ont été calculés d'après les résultats du dernier recensement disponible. Afin d'assurer la représentativité par rapport à la population nationale, un redressement des données a été effectué à partir des critères suivants : âge-sexe, PCS et taille d'agglomération².

Les questions posées cette année par le SESSI s'articulent autour des thèmes suivants :

1. **La qualité des produits industriels** : Quels sont les éléments mis en avant par les Français pour juger de la qualité d'un produit industriel ? Comment apprécient-ils la qualité des produits français, comparés à ceux fabriqués hors d'Europe ? Ont-ils été déçus par la qualité de certains de leurs derniers achats ? Jugent-ils suffisantes les informations fournies par l'étiquetage de ces produits ?
2. **La certification des produits** : Les Français connaissent-ils les labels "CE" et "NF" ? Ont-ils une idée de leur signification ? En qui nos concitoyens ont-ils le plus confiance pour attribuer de tels labels ?

On trouvera, en annexe, le libellé précis des questions commentées dans ce document.

² Pour plus de précisions sur les caractéristiques techniques de l'enquête, on pourra se reporter au rapport intitulé « Premiers résultats de la vague de fin 1998-début 1999 », CREDOC, Mars 1999.

A – OPINIONS SUR LA QUALITÉ DES PRODUITS INDUSTRIELS

Avec une croissance en volume de 3,5 %, la consommation des ménages a connu en 1998 sa plus forte progression depuis 1986. La consommation de produits manufacturés – biens d'équipement du foyer et surtout électronique grand public – a d'ailleurs été particulièrement dynamique et a joué un rôle important dans cette croissance. Comme le montre la note de conjoncture réalisée par le CREDOC en ce début d'année 1999, « *l'attrance des Français pour les produits comportant des innovations technologiques s'est, en douze mois, sensiblement accrue* »³. Nos concitoyens se déclarent, en effet, plus attirés par les produits comportant de telles innovations et un peu plus enthousiastes au sujet de la diffusion de l'informatique. Cette évolution a évidemment été de pair avec l'essor des produits de communication de haute technologie (micro-ordinateurs, téléphones portables et, dans une moindre mesure, Internet). Elle ne peut, d'ailleurs, certainement pas être considérée indépendamment de l'embellie spectaculaire du moral des Français intervenue ces derniers mois⁴.

L'analyse proposée ici traite précisément de la perception qu'ont les Français **de la qualité des produits manufacturés**. Plusieurs questions s'articulent autour de ce thème assez général : quelles sont les caractéristiques mises en avant par nos concitoyens pour juger de la qualité des produits industriels ? Par opposition aux produits fabriqués hors d'Europe, l'origine nationale constitue-t-elle un gage qualitatif supplémentaire ? Les Français sont-ils satisfaits de la qualité de leurs derniers achats ? Les informations fournies sur l'étiquetage des produits leur paraissent-elles suffisantes ?

Les réponses à ces questions constituent autant d'étapes à cette première partie.

³ G. Hatchuel, note confidentielle réservée aux souscripteurs au système d'enquêtes « Aspirations », CREDOC, Mars 1999.

⁴ Cf. note de conjoncture, déjà citée.

I - Les déterminants de la qualité des produits industriels

1 - Les différentes facettes perçues de la qualité

Les Français ont été interrogés sur les éléments leur permettant de juger de la qualité d'un produit industriel. Une liste de neuf critères différents leur était proposée. Ils se montrent en fait assez partagés (Tableau 1) :

- Quatre éléments se partagent la tête du classement, au coude à coude. Il s'agit **du prix du produit**, de sa **durée de vie**, de sa **robustesse** et de son **adaptation aux besoins** de son utilisateur. Les taux de premières citations de ces quatre éléments se situent tous entre 17 et 20 %. Certes, le prix arrive en tête : un Français sur cinq attache en premier lieu de l'importance au prix du produit pour juger de sa qualité (20 % exactement, 36 % au total). Cependant, aucune caractéristique ne se détache nettement des autres. **D'ailleurs, neuf Français sur dix font figurer au moins l'un de ces quatre éléments parmi leurs deux réponses.**
- La facilité d'utilisation est ensuite l'élément le plus cité (7 % des premières réponses). Environ un Français sur cinq (22 %) fait figurer cet élément parmi ses deux réponses.
- La marque du produit et son avancée technologique viennent après, avec respectivement 16 % et 13 % des citations totales.
- Remarquons, enfin, que l'ancienneté et l'esthétique du produit ne sont que très peu citées. Au total, 7 % de nos concitoyens mentionnent l'ancienneté du produit parmi les deux réponses possibles, tandis que 6 % évoquent l'esthétique.

Tableau 1

Parmi les éléments suivants, quels sont, dans l'ordre, les deux auxquels vous attachez le plus d'importance pour juger de la qualité d'un produit industriel (du type électroménager, vidéo, photo, hi-fi ...) ?
(en %)

Classement par ordre décroissant du cumul des réponses.	1 ^{ère} réponse	2 ^{ème} réponse	Cumul des réponses (1 + 2)
Le prix du produit.....	19,9	15,8	35,7
La durée de vie du produit	17,9	16,6	34,5
La robustesse du produit	17,0	16,1	33,1
L'adaptation du produit à vos propres besoins.....	18,2	13,8	32,0
La facilité d'utilisation du produit.....	6,5	15,7	22,2
La marque du produit	9,0	6,5	15,5
Le niveau d'avancée technologique du produit.....	4,7	7,9	12,6
L'ancienneté du produit	4,6	2,6	7,2
L'esthétique du produit.....	1,7	4,0	5,7
Ne sait pas.....	0,5	0,9	-
Ensemble des Français	100,0	100,0	

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Pour mieux apprécier la diversité des perceptions de la qualité, il est intéressant d'étudier les « associations » que les enquêtés ont réalisées à partir des deux éléments qu'ils pouvaient successivement choisir (indifféremment de l'ordre adopté). Le graphique ci-dessous (Graphique 1) fournit les dix « associations » les plus fréquemment observées⁵. Près de deux Français sur trois ont proposé l'un de ces dix regroupements.

Deux d'entre eux se classent à égalité en tête ; il s'agit d'associations faites par environ 8 % de la population : un premier groupe met en avant, comme critères de qualité, **la durée de vie et la robustesse** du produit ; le second, **le prix et la robustesse**.

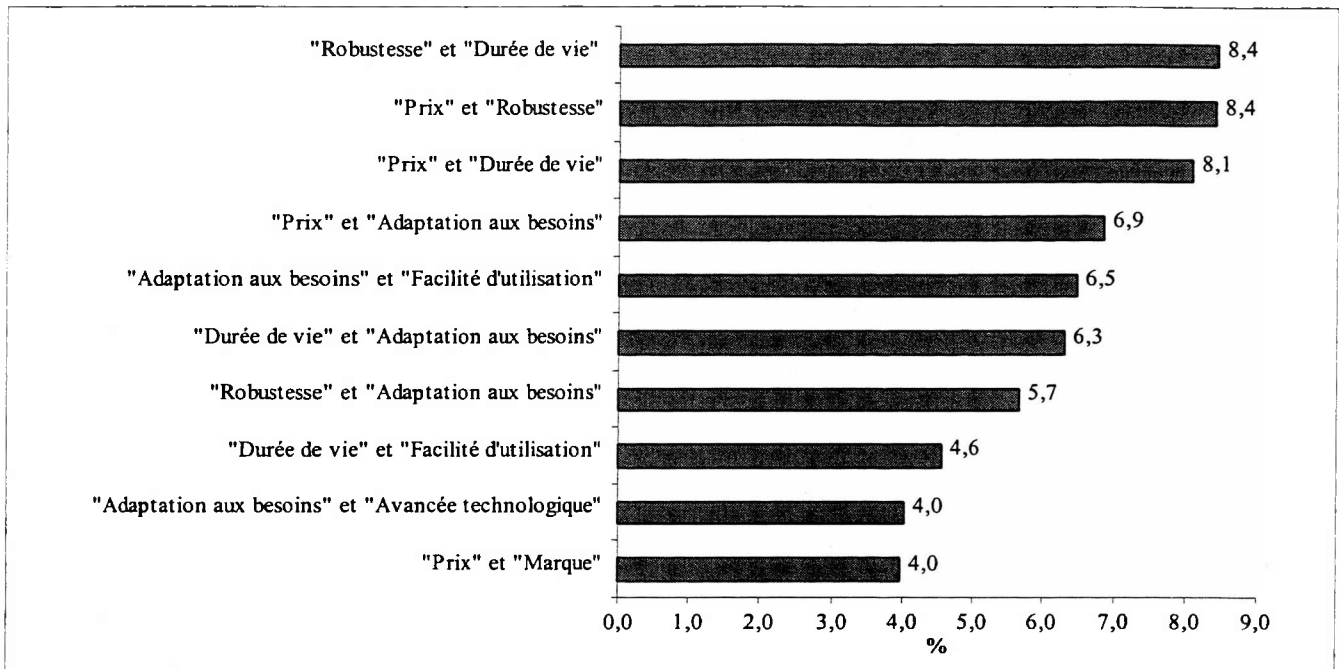
Mais le plus frappant est, là aussi, **la diversité** des perceptions associées à la qualité. On observe ainsi que :

- Les quatre éléments déjà identifiés en tête (le prix, la durée de vie, la robustesse et l'adaptation du produit aux besoins) se répartissent de façon équilibrée à l'intérieur de ces dix associations.
- Parmi les dix couples, sept des éléments proposés dans la liste de départ figurent au moins une fois.

⁵ On trouvera en annexe une liste plus exhaustive des associations rencontrées.

Graphique 1

Les déterminants de la qualité d'un produit industriel : les dix associations les plus fréquentes



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Faute d'éléments se détachant avec netteté, on peut finalement considérer que nos concitoyens mettent surtout en avant **trois critères principaux** pour juger de la qualité d'un produit industriel :

- **Sa solidité, sa durabilité** : robustesse et durée de vie du produit sont, on l'a vu, deux caractéristiques fréquemment citées. Associées, elles occupent même la tête du classement que nous venons de présenter. Il nous semble que ces deux éléments sont complémentaires ; ils peuvent être associés dans le concept relativement large de « solidité » : un produit « de qualité » serait, avant tout, un produit qui résiste au temps (durée de vie) ou aux conditions dans lesquelles il est utilisé (robustesse). Près d'un Français sur deux cite l'un de ces deux aspects et 8 % de nos concitoyens les associent. Ainsi définie, la **solidité** du produit deviendrait l'élément le plus important pour juger de la qualité d'un produit industriel.

- **Le prix** : le prix du produit est également fréquemment évoqué par les enquêtés. Comme cela a déjà été mis en évidence dans de précédents travaux du CREDOC⁶, la relation entre prix et qualité n'est pas triviale. Dans certains cas, le prix est vu comme un indicateur de la qualité intrinsèque du produit (puisque le prix est élevé, le soin apporté à la fabrication doit être plus important). Dans d'autres cas, le prix est perçu, un peu dans la même mesure que la marque, comme un signe extérieur de qualité (avec l'idée sous-jacente qu'un produit à bas prix ne peut pas être de bonne qualité). L'analyse proposée plus loin sur les liens entre prix et qualité, en fonction de l'âge et du statut social des enquêtés, permet de mieux mettre en évidence cette notion de « signe extérieur » de qualité.
- **L'adaptation aux besoins** : ce critère constitue le dernier élément qui partage la tête de ce palmarès. Environ un Français sur trois a choisi de le placer parmi ses deux réponses. Pour une part importante de nos concitoyens, la qualité d'un produit industriel ne se déterminerait donc pas seulement à partir de ses caractéristiques intrinsèques, mais en fonction de déterminants plus subjectifs comme la correspondance entre le produit et le besoin auquel il permet de répondre.

Notons que, malgré l'amélioration sensible, mais récente, du regard porté par nos concitoyens sur les produits comportant une innovation technologique, le niveau d'avancée technique du produit ne fait pas encore partie des déterminants principaux de la qualité des produits industriels. Mais si l'on en croit les changements d'attitudes intervenus sur ces sujets ces derniers mois, l'importance de cet élément pourrait, à l'avenir, s'affirmer. En tout état de cause, il y a bien un lien, nous allons le voir, entre attitudes à l'égard de la technologie et façon de juger de la qualité d'un produit industriel.

2 - Des différences de perception liées au statut social

Pour approfondir l'analyse des déterminants de la qualité, intéressons-nous maintenant à l'influence des principaux marqueurs socio-démographiques, c'est-à-dire aux effets de certaines caractéristiques (telles que le sexe, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, le niveau de revenus et la taille de l'agglomération de résidence de l'enquêté) sur les réponses. Pour améliorer la qualité des résultats de cette analyse, nous avons agrégé les premières et secondes réponses et pour ne pas alourdir la présentation, tous les tableaux ont été regroupés en annexe (Tableau A2 à A12). L'analyse présentée ici s'articule autour des **quatre constats majeurs**

⁶ « Prix, qualité, service : les arbitrages du consommateur », CREDOC, Cahier de Recherche n° 58. « Comprendre et évaluer la qualité », CREDOC, Cahier de Recherche n° 39.

qui se dégagent de l'examen global de ces tableaux.

→ ***Le prix, la marque et l'esthétique du produit sont moins cités quand l'âge, le niveau de diplôme et les revenus augmentent (Graphiques 2 à 4)***

Le montant **des revenus mensuels perçus par le foyer** de l'enquêté semblent, ainsi, avoir un effet prépondérant sur l'intérêt porté sur trois critères : le prix, la marque et l'esthétique du produit. Ainsi, la fréquence de citations du prix diminue de 19 points, celle de la marque de 7 points et celle de l'esthétique de 6 points, quand on passe des individus les moins favorisés aux plus aisés (Graphique 4).

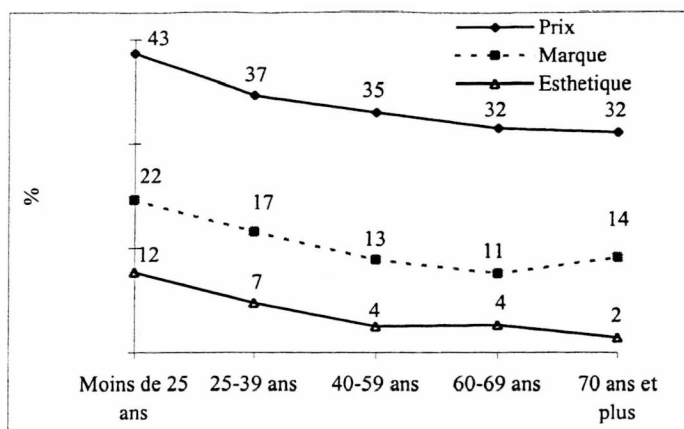
Le **niveau de diplôme** a aussi une influence sensible sur ces sujets : 41 % des non-diplômés, contre seulement 29 % des diplômés du supérieur, retiennent le prix parmi leurs deux réponses. 18 % des non-diplômés évoquent également au moins une fois la marque alors que ce n'est le cas que de 11 % des diplômés du supérieur. Le niveau de diplôme n'a cependant pas d'impact notable sur les taux de citations de « l'esthétique » du produit (Graphique 3).

Enfin, ce sont, de loin, les moins de 25 ans qui accordent le plus d'importance au prix, à la marque et à l'esthétique.

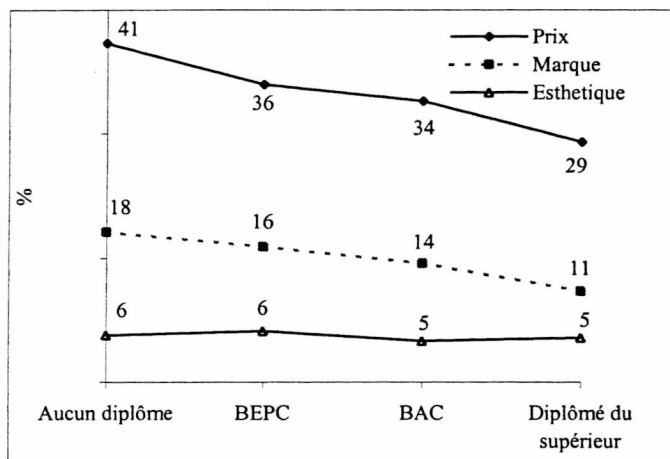
Autrement dit, en matière de qualité, les mêmes groupes de population accordent une importance forte au **prix d'abord**, à la **marque ensuite**, à **l'esthétique enfin** : il s'agit des **jeunes**, des titulaires de **bas revenus** et des **non-diplômés**.

Marque et esthétique constituent ce que l'on a coutume d'appeler les « signes extérieurs » de la qualité : c'est l'apparence du produit qui est particulièrement valorisée. **On peut donc peut-être faire l'hypothèse que, en comparaison des autres éléments proposés à l'appréciation des répondants, le prix du produit serait plutôt également ici un de ces « signes extérieurs » de qualité.**

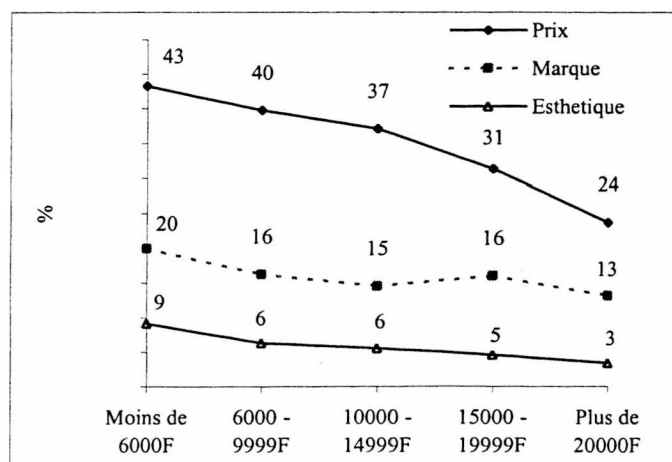
Graphique 2
Les citations du prix, de la marque et de l'esthétique*, selon l'âge de l'enquêté



Graphique 3
Les citations du prix, de la marque et de l'esthétique*, selon le niveau de diplôme de l'enquêté



Graphique 4
Les citations du prix, de la marque et de l'esthétique*, selon les revenus mensuels du foyer de l'enquêté



Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1999
* Deux premières réponses cumulées

→ *Ce sont les catégories plutôt favorisées qui mettent en avant l'adaptation du produit aux besoins*

L'adaptation aux besoins est une caractéristique particulièrement évoquée dans les milieux aisés (Tableau 2). Ainsi, la fréquence de citations de cet élément est de 20 points supérieure à la moyenne chez les **cadres supérieurs, professions libérales**, de 17 points chez les diplômés du supérieur, de 14 points chez les enquêtés disposant de hauts revenus (supérieurs à 20.000 F/mois). Remarquons que cette vision de la qualité est davantage partagée à mesure que la taille du lieu de résidence augmente, mais l'écart est encore plus flagrant pour les habitants de la région parisienne (8 points de plus qu'en moyenne). En revanche, cette composante est citée de façon indépendante de l'âge.

Tableau 2
Les groupes où le taux de citation de « l'adaptation aux besoins » est le plus élevé
(deux premières réponses cumulées)

	<i>(en %)</i>
Cadre supérieur, profession libérale	53
Diplômé du supérieur ou d'une grande école.....	49
Dispose, dans son foyer, de revenus mensuels supérieurs à 20.000 francs.....	46
Titulaire du bac ou d'un diplôme de niveau équivalent	43
Profession intermédiaire	43
Réside à Paris ou dans l'agglomération parisienne.....	40
Ensemble de la population	32

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Exemple de lecture : Tandis que 32 % de la population pensent que l'adaptation aux besoins est un élément permettant de juger de la qualité des produits industriels, c'est le cas de 53 % des cadres supérieurs ou de 49 % des diplômés du supérieur.

Autrement dit, les catégories sociales peu aisées semblent plutôt favoriser les « signes extérieurs » de la qualité (prix, marque, esthétique) tandis que les catégories bien dotées mettent plutôt en avant une dimension plus « subjective » de l'utilité du produit.

→ ***L'avancée technologique et la facilité d'utilisation sont deux critères en relative opposition***

Deux critères de la qualité semblent relativement s'opposer : accorder de l'importance au « niveau d'avancée technologique » (13 % des deux premières réponses) revient à minimiser l'intérêt porté à la « facilité d'utilisation » (22 % des deux premières réponses) et vice-versa.

Ainsi, « **l'avancée technologique** » est un critère davantage retenu :

- chez les **jeunes** (moins de 40 ans),
- chez les **hommes** (17 % des hommes le classent dans les deux critères retenus pour juger de la qualité, contre 9 % des femmes),
- chez les cadres et les étudiants (19 % environ),
- chez les **diplômés du supérieur et les titulaires de revenus élevés**.

A l'opposé, la « **facilité d'utilisation** » est davantage évoquée :

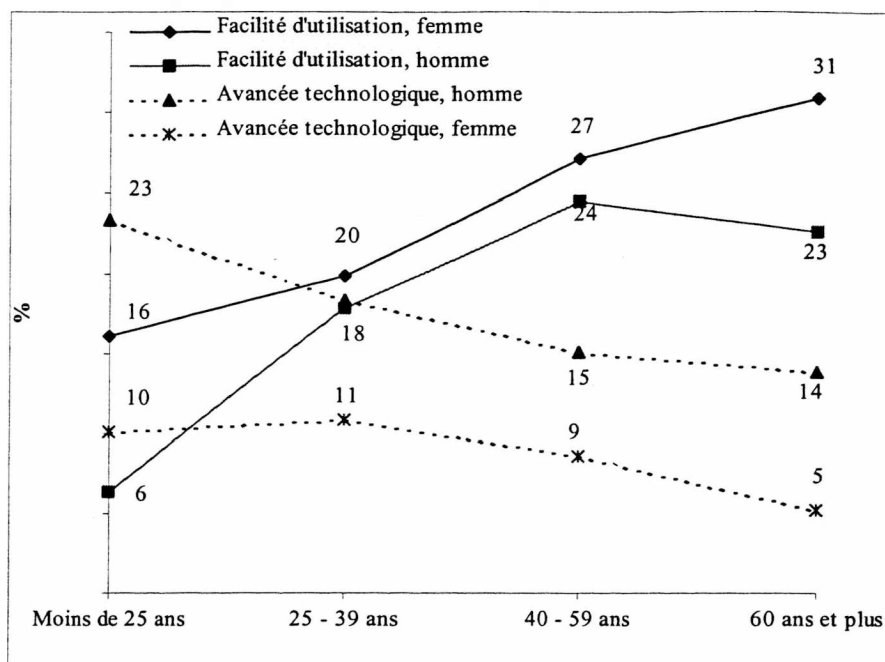
- chez les **personnes de plus de 40 ans** (26 à 30 %),
- chez les **femmes** (25 % s'y réfèrent, contre 20 % des hommes),
- chez les **travailleurs indépendants** (29 %) et les retraités (26 %),
- mais aussi chez les **titulaires de revenus élevés** (29 %).

En vérité, le clivage principal mis en évidence ici porte sur le **sexe et l'âge** (Graphique 5) : l'avancée technologique est une caractéristique relativement plus évoquée par les hommes de moins de 25 ans (23 %, contre 13 % en moyenne) tandis que la facilité d'utilisation l'est plus par les femmes de plus de 60 ans (31 %, contre 22 % en moyenne).

Remarquons que chez les hommes, avant 40 ans, l'avancée technologique est davantage citée que la facilité d'utilisation ; c'est le contraire au-delà de cet âge (Graphique 5). Pour les femmes, par contre, la facilité d'utilisation passe toujours avant l'avancée technologique, quel que soit l'âge.

Graphique 5
Evolution comparée des citations de l'avancée technologique et de la facilité d'utilisation

- Analyse selon l'âge et le sexe de l'enquêté -



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Par ailleurs, on ne s'en étonnera pas, les personnes mettant en avant, comme critère de qualité d'un produit, son niveau d'**avancée technologique**, ont un regard enthousiaste sur l'innovation technologique : 31 % de ceux qui en sont très attirés se réfèrent à ce critère de qualité (contre 13 % en moyenne) ; c'est aussi le cas de 25 % de ceux qui sont connectés à Internet chez eux (Tableau 3). A l'opposé, les individus privilégiant la « facilité d'utilisation » ne sont pas « effrayés » par la technologie, mais ils n'en sont pas vraiment attirés. Par exemple, parmi ces individus, 23 % ne sont pas du tout attirés par les produits comportant une innovation (contre 19 % en moyenne) et 13 % considèrent que la diffusion de l'informatique est une chose regrettable (contre 10 % en moyenne).

Tableau 3
Accorder de l'importance au critère « degré d'innovation technologique »
répond bien à une attirance marquée pour l'innovation.

- Groupes où le taux de citations de ce critère est le plus élevé –
(en %)

Est très attiré par les produits comportant une innovation technologique	31,4
Est connecté à Internet chez soi	25,3
Possède un micro-ordinateur	18,8
Possède un téléphone mobile	18,4
Estime que la diffusion de l'informatique est une chose « souhaitable »	17,5
Considère que les découvertes scientifiques améliorent « beaucoup » la vie	16,6
Ensemble.....	12,6

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Exemple de lecture : alors que 12,6 % de la population citent le degré d'innovation technologique comme critère de qualité d'un produit industriel, c'est le cas de 25,3 % de ceux qui sont connectés chez eux à Internet

En vérité, ces deux critères (facilité d'utilisation, niveau d'avancée technologique) s'opposent essentiellement en fonction d'attitudes que l'on dira « **traditionalistes** » ou « **modernistes** » en matière de mœurs.

Ainsi, la projection de la variable « critère de jugement de la qualité d'un produit » dans « l'Espace général des opinions des Français » montre bien que le degré d'innovation technologique est un critère auquel sont attachés les modernistes en matière de mœurs (projection au Nord de l'Espace), alors que la « facilité d'utilisation » se positionne plutôt du côté du « traditionalisme » (projection au Sud de l'Espace, voir annexe I).

→ *L'attrait pour la solidité du produit est quasiment aussi fort dans toutes les catégories sociales*

Enfin, durée de vie et robustesse sont deux aspects complémentaires de la solidité d'un produit : ils recueillent un haut niveau de citations **dans quasiment tous les groupes socio-démographiques**. Certes, les gens âgés privilégient plutôt « la robustesse » et les jeunes, « la durée de vie ». Mais au total, 59 % des Français accordent de l'importance à un de ces critères (voir Tableau A5 en annexe).

Le taux plafonne à 65 % chez les femmes au foyer, 62 % chez les ouvriers et 63 % chez les non-diplômés. Mais même dans les groupes où la « solidité » est un peu moins évoquée (étudiants, cadres supérieurs), elle l'est par au moins 48 % des répondants.

* *
*

Finalement, si, au niveau global, quatre critères se tiennent quasiment « dans un mouchoir de poche » pour juger de la qualité d'un produit, au niveau catégoriel, les différences sont plus accentuées (Tableau 4)⁷ :

- Les employés, les jeunes, les titulaires de bas revenus et les non-diplômés considèrent que le premier critère de qualité est le **prix**.
- La **durée de vie** du produit est l'élément le plus déterminant pour les ouvriers et les femmes au foyer.
- Ce sont les personnes âgées (et les retraités), et les travailleurs indépendants qui jugent souvent en fonction de **la robustesse du produit**.
- Enfin, **l'adaptation du produit aux besoins** est, de loin, le premier critère de jugement pour les cadres supérieurs, les diplômés du supérieur et les titulaires de revenus élevés.

⁷ On trouvera les tableaux complets en annexe (tableaux A7 à A12)

Tableau 4
Le premier critère de jugement de la qualité d'un produit industriel
varie sensiblement selon les groupes socio-démographiques

Groupes classant ce critère en premier : (deux premières réponses cumulées)			
Le prix du produit	La durée de vie du produit	La robustesse du produit	L'adaptation du produit aux besoins
Employé 44	Ouvrier 41	70 ans et plus 40	Cadre supérieur 53
Moins de 25 ans 43	Femme au foyer 38	Indépendant 37	Diplômé du supérieur 49
Moins de 6 000 F/mois ... 43		Retraité 37	Plus de 20 000 F/mois 46
Non-diplômé 41		Agé de 40 à 60 ans 37	Profession intermédiaire .. 43
Etudiant 40		Agé de 60 à 70 ans 36	Diplômé du bac (sans supérieur) 43
6 000 à 10 000 F/mois 40			Habite Paris ou son agglomération 40
2 000 à 20 000 hab. 39			
Ensemble 36	Ensemble 35	Ensemble 36	Ensemble 32

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Exemple de lecture : Les ouvriers classent en premier, comme critère de qualité d'un produit industriel, la durée de vie du produit (41 % l'évoquent en première ou deuxième réponse, contre 35 % en moyenne)

II - Un tiers de la population pense que les produits français sont de meilleure qualité que ceux fabriqués hors d'Europe

Comparées aux produits fabriqués hors d'Europe, les productions françaises ne paraissent pas vraiment de qualité différente : 58 % de la population estiment que les produits nationaux équivalent aux autres (Tableau 5). A vrai dire, **un tiers (32 % exactement) de nos concitoyens trouvent que les produits de fabrication hexagonale sont de meilleure qualité que ceux fabriqués en dehors de la zone Europe.** Remarquons aussi que 7 % des enquêtés estiment, au contraire, que les produits non européens sont meilleurs que les produits français.

Tableau 5
Selon vous, comparés aux produits fabriqués hors d'Europe, les produits fabriqués en France sont-ils, de façon générale ...

<i>(en %)</i>	
<i>Classement par ordre décroissant du pourcentage des réponses</i>	Début 1999
De qualité équivalente à celle des produits fabriqués hors d'Europe.....	58,1
De meilleure qualité que les produits fabriqués hors d'Europe.....	32,3
De moins bonne qualité que les produits fabriqués hors d'Europe	7,0
<i>Ne sait pas</i>	2,6
Ensemble des Français	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

→ ***La perception de la qualité des produits nationaux dépend surtout de l'âge de l'enquêté.***

C'est surtout quand on est âgé, plus particulièrement entre 60 et 70 ans, qu'on croit le plus que les produits fabriqués en France sont de meilleure qualité (47 % le pensent, contre 32 % en moyenne, cf. Tableau 6). Cette opinion est donc partagée par 40 % des retraités, mais aussi par 42 % des indépendants. A l'opposé, seulement 17 % des moins de 25 ans croient à la suprématie qualitative nationale ; 71 % des jeunes considèrent, en effet, que tous les types de produits sont de qualité comparable. Plus d'un sur dix (12 % exactement) affirment même que les produits fabriqués hors d'Europe sont de meilleure qualité (contre 7 % en moyenne). Il y a là, probablement, une attitude plus favorable que dans les autres catégories vis à vis des productions asiatiques, japonaises en particulier, bien connues des jeunes (hi-fi, vidéo, photo...).

Tableau 6
Opinion sur la qualité des produits français, comparés à ceux fabriqués hors d'Europe

(en %)

	Meilleure qualité	Moins bonne qualité	Qualité équivalente	Total (y c. ne sait pas)
Sexe				
Homme.....	32,8	7,3	57,9	100,0
Femme.....	31,8	6,6	58,3	100,0
Profession exercée				
Indépendant (1).....	42,2	7,8	47,1	100,0
Cadre supérieur.....	27,4	7,1	63,8	100,0
Profession intermédiaire.....	24,7	6,3	67,5	100,0
Employé.....	30,7	8,3	58,3	100,0
Ouvrier.....	27,1	8,1	64,1	100,0
Etudiant.....	17,5	12,4	68,1	100,0
Retraité.....	40,2	5,6	49,4	100,0
Autre inactif (2).....	37,0	4,3	55,7	100,0
Age				
Moins de 25 ans.....	16,7	11,5	70,6	100,0
25 - 39 ans.....	29,3	5,9	63,1	100,0
40 - 59 ans.....	34,0	7,5	56,0	100,0
60 - 69 ans.....	47,0	4,7	45,6	100,0
70 ans et plus.....	36,6	6,3	50,5	100,0
Diplôme				
Aucun, CEP.....	30,9	7,0	58,1	100,0
BEPC, Technique (inf. au Bac).....	36,1	7,5	54,0	100,0
BAC, Technique (niv. Bac).....	29,2	4,5	65,6	100,0
Supérieur, grandes écoles.....	29,6	8,0	59,8	100,0
Revenu mensuel du foyer				
Moins de 6.000 F.....	32,3	5,3	56,8	100,0
6.000 - 9.999 F.....	31,3	7,9	58,1	100,0
10.000 - 14.999 F.....	32,7	8,5	56,6	100,0
15.000 - 19.999 F.....	37,0	7,0	55,3	100,0
Plus de 20.000F.....	28,2	4,1	65,6	100,0
Taille d'agglomération				
Moins de 2.000 habitants.....	36,2	9,0	52,8	100,0
2.000 à moins de 20.000 hab.....	36,8	6,2	54,5	100,0
20.000 à moins de 100.000 hab.....	30,0	6,1	59,3	100,0
100.000 habitants et plus.....	28,9	5,9	63,3	100,0
Paris et agglomération parisienne ..	28,7	6,9	60,8	100,0
Ensemble	32,3	7,0	58,1	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

Quelques différences apparaissent aussi en fonction du lieu de résidence : 36 % des habitants des communes de moins de 2.000 habitants estiment que les produits français sont de meilleure qualité que ceux fabriqués hors d'Europe, contre 29 % des habitants de grandes villes. Mais il y a là, en partie, l'effet d'âge déjà évoqué.

En tout état de cause, il n'apparaît pas de lien véritable entre les jugements portés sur la qualité des produits nationaux et les critères mis en avant, de façon générale, pour juger de la qualité d'un produit industriel.

D'ailleurs, au total, mis à part les quelques cas signalés (effets d'âge, de taille d'agglomération, et attitude des indépendants), les variations socio-démographiques sur cette question sont relativement faibles : 55 % à 65 % des Français, quelle que soit leur appartenance, croient à une qualité des produits équivalente entre productions nationales et productions non européennes ; 25 % à 34 % croient à une suprématie des produits hexagonaux et 5 à 8 % à une suprématie des produits non européens.

→ *De plus en plus de Français croient dans une uniformisation de la qualité*

Mais le plus intéressant est que cette question avait déjà été posée, dans la même formulation, dans la vague d'enquête de début 1997. La comparaison des résultats (Tableau 7) met en évidence que **le nombre de nos concitoyens qui croient à l'équivalence de qualité entre produits hexagonaux et produits non européens s'est sensiblement accru (+ 10 points en deux ans).**

Cette augmentation est principalement liée au fait que plus de Français ont, cette année, exprimé leur avis sur ce sujet (diminution de 10 points des « ne sait pas »).

Tableau 7

Selon vous, comparés aux produits fabriqués hors d'Europe, les produits fabriqués en France sont-ils, de façon générale :

(en %)

Classement par ordre décroissant de la fréquence des réponses en 1999	Début 1997	Début 1999	Évolution 1997-1999
De qualité équivalente à celle des produits fabriqués hors d'Europe	47,8	58,1	+ 10,3
De meilleure qualité que les produits fabriqués hors d'Europe.....	33,8	32,3	- 1,5
De moins bonne qualité que les produits fabriqués hors d'Europe	5,8	7,0	+ 1,2
Ne sait pas	12,5	2,6	- 9,9
Ensemble des Français	100,0	100,0	

Source : CREDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français »

Cet accroissement du sentiment d'uniformisation de la qualité des produits a touché toutes les catégories sociales, sauf une : les travailleurs indépendants (Tableau 8). Cet essor a tout particulièrement affecté des catégories aussi différentes que les professions intermédiaires (+ 16 points) ou les ouvriers (+ 13 points), les étudiants (+ 15 points) ou les gens âgés (+ 17 points), les habitants de grandes agglomérations de province (+ 16 points) ou les Franciliens (+ 12 points).

Tableau 8

Le pourcentage d'individus estimant que les produits français sont de même qualité que les produits fabriqués hors d'Europe.

- Principales catégories ayant évolué plus vite qu'en moyenne -

(en %)

	Début 1997	Début 1999	Évolution 1997-1999
Agé de 70 ans et plus	33,6	50,5	+ 16,9
Réside dans une agglomération provinciale de plus de 100.000 habitants ..	47,1	63,3	+ 16,2
Profession intermédiaire	51,7	67,5	+ 15,7
Étudiant	53,3	68,1	+ 14,8
Non-diplômé	43,3	58,0	+ 14,7
Dispose de plus de 20.000 F/mois	51,5	65,6	+ 14,1
Retraité	36,0	49,4	+ 13,4
Ouvrier	50,9	64,1	+ 13,3
Cadre supérieur	50,7	63,8	+ 13,1
Ensemble de la population	47,8	58,1	+ 10,3
Indépendant	53,0	47,1	- 5,9

Source : CREDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français ».

Mais, même si le sentiment d'existence d'un avantage qualitatif des produits hexagonaux n'a globalement que peu varié (34 % des réponses il y a deux ans, 32 % aujourd'hui), **des transferts se sont opérés depuis 1997** (Tableau 9) :

- Seuls les travailleurs indépendants, les femmes au foyer, les habitants de communes rurales et les titulaires de bas revenus ont vu ce sentiment s'accroître.
- Par contre, celui-ci a sensiblement diminué chez les jeunes (- 8 points), les cadres supérieurs (- 10 points) et chez les habitants de grosses agglomérations, aussi bien en province qu'en région parisienne (- 6 à - 8 points).

Il y a là le révélateur d'une évolution qui mérite attention : **l'idée de l'uniformisation de la qualité des produits se diffuse et touche les groupes les plus « modernistes »** ; le sentiment de suprématie des productions hexagonales baisse donc dans ces catégories. Il ne se maintient que dans des groupes habituellement classés comme un peu plus « traditionalistes » (indépendants, habitants de communes rurales, femmes au foyer...)⁸.

Tableau 9

Le pourcentage d'individus estimant que les produits français sont de meilleure qualité que les produits fabriqués hors d'Europe.

- Catégories ayant évolué plus vite qu'en moyenne -

(en %)

	Début 1997	Début 1999	Évolution 1997-1999
Indépendant.....	30,7	42,2	+ 11,5
Dispose de moins de 6 000 F/mois	25,7	32,3	+ 6,6
Réside dans une commune de moins de 2.000 habitants.....	30,0	36,2	+ 6,2
Femme au foyer	32,9	37,0	+ 4,1
Ensemble de la population	33,8	32,3	- 1,5
Réside à Paris ou dans l'agglomération parisienne	34,3	28,7	- 5,6
Dispose de plus de 20 000 F/mois	36,4	28,2	- 8,2
Réside dans une agglomération provinciale de plus de 100.000 habitants..	37,3	28,9	- 8,4
Est âgé de moins de 25 ans.....	25,1	16,7	- 8,4
Cadre supérieur	37,8	27,4	- 10,4
Etudiant	29,2	17,5	- 11,7

Source : CREDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français ».

⁸ Voir, en annexe, la projection de cette question dans « *L'Espace général des opinions des Français* ».

III - Les Français sont globalement satisfaits de la qualité de leurs derniers achats

Autre élément de la perception de la qualité : l'expérience que chaque consommateur a des produits qu'il achète le conduit-il à douter, ou à croire, dans la qualité des productions actuelles ? C'est à la réponse à cette question que nous allons maintenant nous attacher. En vérité, **il apparaît que les Français sont, en pratique, plus satisfaits que déçus de la qualité des produits industriels qu'ils acquièrent.**

Bien entendu, nous ne pouvions aborder, dans l'enquête, tous les différents types de produits présents sur le marché. De fait, seulement cinq groupes de productions industrielles ont été retenus : la vidéo, photo, hi-fi ; l'électroménager ; le matériel de bricolage ; le matériel de sport ; l'habillement ou la chaussure. Dans chacun de ces domaines, les enquêtés devaient indiquer si la qualité de leur dernier achat s'était révélée meilleure, moins bonne ou équivalente à leurs attentes.

Quelques traits généraux se dégagent des réponses (Tableau 10) :

- Pour toutes les catégories de produits proposées, **la majorité de nos concitoyens considère que la qualité de leur dernier achat a été égale à celle attendue.** En ce qui concerne la vidéo-photo-hi-fi, l'électroménager ou l'habillement, ce sont près de deux Français sur trois qui ont apprécié la qualité de leur dernier achat. Cette proportion est de 57 % pour le matériel de bricolage et de 51 % pour le matériel de sport.
- **Quand la qualité de leurs achats s'écarte de leurs attentes, les enquêtés semblent être plus souvent agréablement surpris que déçus :** le pourcentage de nos concitoyens qui déclarent avoir été plus satisfaits que prévu est toujours supérieur à celui des déçus. Une exception apparaît cependant dans le domaine de l'habillement et de la chaussure : 17 % des Français ont été déçus de la qualité du produit acheté, contre 13 % qui en ont été agréablement surpris.

Tableau 10

Nous allons parler de vos derniers achats dans une série de domaines tels que la vidéo, la photo, l'électroménager, etc. Pour chacun d'eux, dites-moi si la qualité du dernier produit que vous avez acheté a été meilleure que ce à quoi vous vous attendiez, moins bonne que ce à quoi vous vous attendiez ou égale à ce à quoi vous vous attendiez

Dans le domaine de :	(en %)				Ensemble
	Meilleure que celle attendue	Egale à celle attendue	Moins bonne que celle attendue	Ne sait pas	
La vidéo, photo, hi-fi	13,9	65,7	9,1	11,3	100,0
L'électroménager	14,3	65,1	11,1	9,4	100,0
Le matériel de bricolage.....	9,9	57,0	7,8	25,3	100,0
Le matériel de sport.....	10,8	50,6	5,7	32,9	100,0
L'habillement ou la chaussure	12,7	67,5	17,4	2,3	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

En vérité, on observe que la part des « non-réponses » sur ces questions varie dans des proportions importantes : 33 % des enquêtés ne se sont pas prononcés sur leur dernier achat en matériel de bricolage tandis que moins de 3 % ont fait de même à propos du dernier achat vestimentaire. Ces différences sont probablement liées à la consommation effective de ces produits par les répondants : on peut faire l'hypothèse que ceux qui n'ont pas récemment acheté l'une ou l'autre de ces catégories de produits ont plutôt choisi de ne pas se prononcer. Ainsi, 56 % des personnes âgées de plus de 70 ans, par exemple, ne se prononcent pas sur la qualité de leur dernier achat de matériel de sport. Il en va de même de 34 % des femmes, pour ce qui concerne le matériel de bricolage ou de 20 % des moins de 25 ans, pour ce qui est de l'électroménager⁹. Ces variations fortes, par type de produit aussi bien que par catégorie socio-démographique, semblent donc montrer qu'il n'y a pas eu de systématisme dans les non-réponses à ces questions et **qu'il est donc possible de neutraliser les « ne sait pas » en ne se consacrant qu'aux répondants**, c'est à dire ici, par hypothèse, aux personnes ayant déclaré avoir fait un achat plus ou moins récent dans les domaines évoqués.

⁹ Voir les tableaux de résultat détaillés, en annexe.

Le tableau 11 propose les résultats ainsi recalculés. On observe alors que :

- **Entre 69 et 76 % des « consommateurs » estiment avoir acheté des produits de qualité non-décevante, c'est à dire égale à ce qu'ils espéraient. Le taux est donc élevé.**
- **De 13 à 16 % des consommateurs ont même été agréablement surpris par leurs achats.**
- **Environ 10 % des consommateurs ont été déçus par leur achat. Le taux est le plus faible pour le matériel de sport (9 %) et le plus élevé pour l'habillement ou la chaussure (18 % de déçus).**

Tableau 11

La qualité ressentie du dernier produit acheté

- Analyse relative aux seuls répondants (hors réponses « ne sait pas ») -

(en %)

Dans le domaine de :	Qualité égale à celle attendue	Qualité meilleure que celle attendue	Qualité moins bonne que celle attendue	Total des répondants
. La vidéo, photo, hi-fi	74,1	15,6	10,3	100,0
. L'électroménager	71,9	15,8	12,3	100,0
. Le matériel de bricolage	76,3	13,3	10,4	100,0
. Le matériel de sport.....	75,4	16,1	8,5	100,0
. L'habillement ou la chaussure	69,2	13,0	17,8	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

On peut ainsi calculer, de façon sommaire, un indicateur de « satisfaction nette », établi à partir de la différence entre la fréquence de « bonnes surprises » et celle des « déceptions ».

L'indicateur sommaire de « satisfaction nette » par type de produits

Matériel de sport.....	+ 8
Vidéo, photo, hi-fi	+ 5
Electroménager.....	+ 4
Matériel de bricolage.....	+ 3
Habillement, chaussure.....	- 5

Il apparaît donc bien que c'est en matière de matériel de sport que les « bonnes surprises » sont les plus nombreuses et que c'est pour ce qui concerne l'habillement, la chaussure que les déceptions sont les plus fortes :

- Pour le **matériel de sport**, les « bonnes surprises » concernent surtout les hommes (20 % des consommateurs ont trouvé la qualité meilleure que celle attendue, contre 16 % en moyenne) et les moins de 25 ans (21 %).
- Pour l'**habillement, la chaussure**, l'indicateur de satisfaction nette est toujours négatif, sauf chez les hommes (+ 1). L'indicateur est encore plus négatif chez les femmes (- 10), chez les cadres supérieurs (- 11) ou moyens (- 13) et chez les diplômés du supérieur (- 11).

Mais d'une façon générale, on peut observer que **les variations socio-démographiques sont relativement faibles**, traduisant globalement un certain degré de contentement relatif. L'observation des tableaux 12 à 16 permet néanmoins de tirer quelques conclusions :

- Les **retraités** sont globalement des consommateurs plus satisfaits qu'en moyenne pour **toutes** les catégories de produits évoquées.
- En matière de **vidéo, photo, hi-fi, les jeunes** sont plus déçus qu'en moyenne et les gens aisés, plutôt plus satisfaits. D'ailleurs, sont plus satisfaits dans ce domaine ceux qui mettent en avant, comme critère de qualité : la facilité d'utilisation, le niveau d'avancée technologique et la marque.

Tableau 12
Les groupes extrêmes en matière d'achat « vidéo, photo, hi-fi »
 - Analyse hors réponses « ne sait pas » -

• Les déçus	10%
Moins de 25 ans	16%
Habite une ville de 2 000 à 20 000 hab.	16%
• Les satisfaits	90%
Cadre supérieur	95%
Agé de 40 à 59 ans.	93%
Dispose de plus de 15 000 F/mois	92%
Diplômé du supérieur	92%
Retraité	92%
Francilien	92%
Met en avant « la facilité d'utilisation » comme critère de qualité	94%
Met en avant « le niveau d'avancée technologique » comme critère de qualité	94%
Met en avant « la marque » comme critère de qualité	94%

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

- En matière d'électroménager, ce sont plutôt les travailleurs indépendants et les professions intermédiaires qui sont le plus souvent déçus. Aucun critère de qualité ne ressort ici.

Tableau 13
Les groupes extrêmes en matière d'achat d'électroménager
 - Analyse hors réponses « ne sait pas » -

• Les déçus	12%
Travailleur indépendant	16%
Profession intermédiaire.	16%
• Les satisfaits	88%
Etudiant	92%
Retraité	91%

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

- La déception sur le **matériel de bricolage** touche davantage les hommes, les jeunes, les ouvriers et les Franciliens. La satisfaction touche davantage ceux qui mettent en avant « la facilité d'utilisation » ou « la robustesse » du produit.

Tableau 14

Les groupes extrêmes en matière de « matériel de bricolage »

- Analyse hors réponses « ne sait pas » -

• Les déçus	10%
Ouvrier	15%
Moins de 25 ans	14%
Diplômé du bac seul	14%
Homme	13%
Francilien	13%
• Les satisfaits	90%
Travailleur indépendant	93%
Retraité	93%
Non-diplômé	92%
Moins de 6 000 F/mois	92%
Plus de 20 000 F/mois	92%
Met en avant « la facilité d'utilisation » comme critère de qualité	94%
Met en avant « la robustesse » comme critère de qualité	92%
Met en avant « le prix » comme critère de qualité	92%

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

- En matière de **matériel de sport**, les principales déceptions concernent les indépendants. Par contre, la « facilité d'utilisation » et le « prix » sont deux critères privilégiés par les individus satisfaits de leur dernier achat de matériel de sport.

Tableau 15

Les groupes extrêmes en matière de « matériel de sport »

- Analyse hors réponses « ne sait pas » -

• Les déçus	9%
Travailleur indépendant	12%
Revenus compris entre 6 000 et 10 000 F/mois	12%
• Les satisfaits	91%
Retraité	96%
Plus de 60 ans	94%
Ouvrier	93%
Met en avant « la facilité d'utilisation » comme critère de qualité	95%
Met en avant « le prix » comme critère de qualité	94%

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

- Enfin, ce sont les femmes, les cadres moyens et supérieurs qui sont davantage mécontents en matière **d'habillement et de chaussure**. Mais là, les taux de déception concernent plus de 20 % des consommateurs (Tableau 16).

Tableau 16
Les groupes extrêmes en matière « d'habillement et de chaussure »
- Analyse hors réponses « ne sait pas » -

• Les déçus	18%
Profession intermédiaire	24%
Diplômé du supérieur	23%
Femme	21%
Revenus de 10 000 à 15 000 F/mois	21%
Employé	21%
Réside dans une grosse agglomération de province	21%
• Les satisfaits	82%
Retraité	87%
Non-diplômé	86%
Met en avant « la facilité d'utilisation » comme critère de qualité	85%
Met en avant « la robustesse » comme critère de qualité	85%
Met en avant « le prix » comme critère de qualité	84%

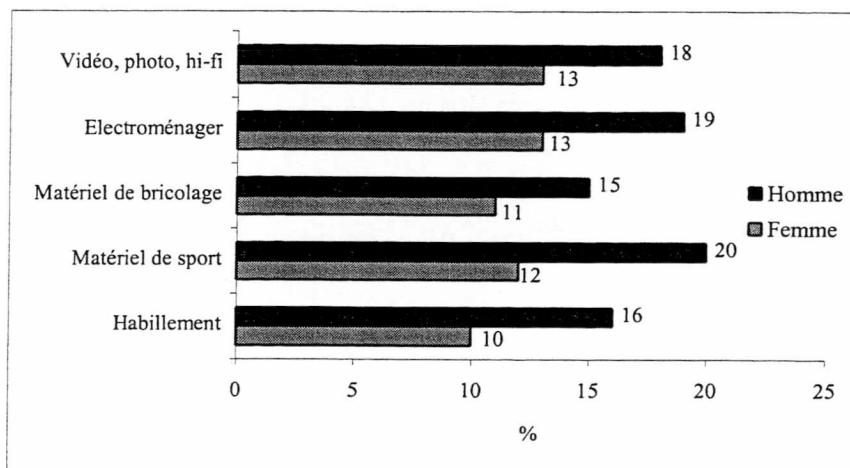
Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Une dernière remarque mérite, enfin, d'être formulée : on remarque que les hommes sont **systématiquement** plus nombreux que les femmes à déclarer avoir eu une « bonne surprise » sur la qualité de leur dernier achat, celle-ci leur apparaissant meilleure que ce à quoi ils s'attendaient (Graphique 6). Il est difficile de donner une interprétation précise de ce phénomène, faute de données complémentaires : s'agit-il d'un désir de rationalisation a posteriori plus fort chez les hommes ou d'un degré d'implication masculine plus important dans ce type d'achat ? S'agit-il plutôt d'une exigence plus grande chez les femmes... ? Rien ne permet ici de trancher véritablement.

Graphique 6

Le pourcentage de consommateurs hommes ou femmes considérant que la qualité de leur dernier achat a été meilleure qu'attendue

- Analyse hors réponses « ne sait pas » -



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Exemple de lecture : 18 % des hommes considèrent que la qualité de leur dernier achat en « vidéo, photo, hi-fi » a été meilleure que celle attendue, contre 13 % des femmes

IV - Pour 24 % de nos concitoyens, les informations fournies par l'étiquetage des produits sont insuffisantes

Interrogés sur l'étiquetage des produits industriels évoqués précédemment (vidéo-photo-hi-fi, électroménager, habillement...), 70 % de nos concitoyens trouvent que les informations fournies sont suffisantes (Tableau 17). Il reste que **près d'un quart de la population (24 % exactement) s'en plaint, considérant au contraire que l'étiquetage des produits n'est pas suffisamment informatif.**

Tableau 17

Estimez-vous que, d'une façon générale, l'étiquetage des produits du type de ceux dont nous venons de parler présente des informations trop nombreuses, suffisantes ou insuffisantes ?

(en %)

Classement par ordre décroissant des réponses	Début 1999
Suffisantes	69,5
Insuffisantes	23,8
Trop nombreuses	5,0
Ne sait pas	1,8
Ensemble.....	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

→ *On se plaint de l'insuffisance des informations quand on est attiré par l'avancée technologique d'un produit. C'est aussi le cas quand on a été déçu par la qualité de ses derniers achats*

Ce sont plutôt les hommes, les cadres (supérieurs ou moyens) et les Franciliens qui sont les plus nombreux à critiquer l'insuffisance des informations fournies par l'étiquetage des produits industriels évoqués (Tableau 18). Les personnes de 40 à 60 ans sont aussi dans ce cas. Le taux va même jusqu'à atteindre les 33 % chez les cadres supérieurs et 31 % chez les Franciliens (contre 24 % en moyenne).

Mais, en vérité, on observe qu'il n'y a pas, sur ce sujet, l'expression d'un mécontentement particulier lié à une sévérité ponctuelle de quelques groupes socio-démographiques généralement plus revendicatifs. Au contraire, on note que l'exigence va de pair avec deux attitudes dont on peut penser qu'elles traduisent bien une attente justifiée en matière d'étiquetage :

- Les enquêtés qui associent la qualité du produit à son **avancée technologique** et à son **adaptation aux besoins** sont nettement plus nombreux à considérer insuffisante l'information contenue dans l'étiquetage : dans ces deux groupes, 30 % environ des répondants critiquent l'étiquetage, contre 24 % en moyenne dans l'ensemble de la population (Tableau 18). On peut donc considérer qu'il y a une certaine insatisfaction d'une partie non négligeable des consommateurs, ceux qui veulent plus d'informations sur les innovations technologiques ou ceux qui voudraient être sûrs, avant achat, que le produit correspond bien à l'utilisation qu'ils envisagent d'en faire.
- D'autre part, les jugements portés sur l'information fournie par l'étiquetage sont d'autant plus sévères qu'on a été déçu par la qualité des derniers achats effectués dans le domaine. **Comme si la déception ressentie face à cet achat tenait aussi, en partie, à une mauvaise information préalable.** Ainsi, 35 % des enquêtés déçus par leur dernière acquisition en matière de « vidéo, photo, hi-fi » et 35 % des déçus par leur dernier achat de produits d'« habillement-chaussure » considèrent-ils insuffisante l'information fournie par l'étiquetage des produits industriels (+ 11 points par rapport à la moyenne). Les taux sont, également, nettement plus élevés (de 29 à 31 %) pour les déçus de leur dernier achat concernant du matériel de sport, d'électroménager ou de bricolage.

Autrement dit, éprouver des regrets quant à la qualité de son dernier achat rend plus exigeant sur l'importance des informations fournies par l'étiquetage : on peut faire l'hypothèse que les enquêtés estiment que ces renseignements auraient pu – ou du – permettre, s'ils avaient été plus complets, d'éviter une relative déception.

Tableau 18

L'étiquetage des produits industriels présente des informations insuffisantes

- Caractéristiques socio-démographiques et opinions sur-représentées -

	(en %)
Cadre supérieur.....	33
Habite Paris ou son agglomération.....	31
Est âgé de 40 à 59 ans.....	28
Profession intermédiaire.....	28
Homme.....	27
Cite « l'avancée technologique » comme un élément de la qualité d'un produit industriel (1 ^{ère} ou 2 ^{ème} réponse).....	30
Cite « l'adaptation aux besoins » comme l'élément le plus important de la qualité d'un produit industriel (1 ^{ère} réponse).....	29
Le dernier achat de vidéo, photo, hi-fi était de moins bonne qualité que celle attendue ...	35
Le dernier achat dans l'habillement était de moins bonne qualité que celle attendue	35
Le dernier achat de matériel de sport était de moins bonne qualité que celle attendue	31
Le dernier achat d'électroménager était de moins bonne qualité que celle attendue	30
Le dernier achat de matériel de bricolage était de moins bonne qualité que celle attendue.....	29
Ensemble de la population	24

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Exemple de lecture : alors qu'en moyenne 24 % de la population jugent les informations d'étiquetage insuffisantes pour les produits industriels, c'est le cas de 35 % de ceux qui ont été « déçus » par leur dernier achat en vidéo-photo-hifi

A l'opposé, on considère davantage que les informations fournies sont suffisantes (environ 10 points d'écart par rapport à l'ensemble de la population) quand on associe la qualité d'un produit à sa marque (dans ce cas, la confiance suffit et l'étiquetage n'a pas de raison d'être critiqué), voire à son esthétique. Notons que parmi les personnes jugeant suffisantes les informations fournies par l'étiquetage, les individus de 60 à 69 ans et les femmes sont sur-représentés (Tableau 19).

Tableau 19

L'étiquetage des produits industriels présente des informations suffisantes

- Caractéristiques socio-démographiques et opinions sur-représentées -

	<i>(en %)</i>
Est âgé de 60 à 69 ans.....	76
Femme	72
<hr/>	
Cite la « marque » comme l'élément le plus important de la qualité d'un produit industriel (1 ^{ère} réponse).....	79
Cite « l' esthétique » comme un élément important de la qualité d'un produit industriel (1 ^{ère} ou 2 ^{ème} réponse).....	73
Ensemble de la population	69

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Signalons enfin que 5 % de la population jugent « trop nombreuses » les informations disponibles en matière d'étiquetage des produits. La taille réduite de ce groupe empêche sa caractérisation détaillée. Tout juste peut-on observer que les non-diplômés et les personnes âgées y sont légèrement sur-représentés¹⁰.

¹⁰ Voir la projection de cette variable dans l'Espace général des Opinions (Annexe I).

B – OPINIONS SUR LA CERTIFICATION DES PRODUITS INDUSTRIELS

Rassurer le consommateur, l'inciter à choisir tel produit, convaincre à l'exportation... les différents labels attestant de la certification des produits industriels peuvent constituer des arguments commerciaux décisifs. Ce domaine a d'ailleurs connu beaucoup d'évolutions au cours des 20 dernières années, se traduisant par la coexistence de nombreuses procédures de certification (certification d'entreprises, de produits, de services...).

A vrai dire, tous les labels existants ne sont pas connus – ou même destinés à être connus – par les consommateurs ; cependant, certains d'entre eux sont des « labels grand public », sur lesquels le SESSI a précisément souhaité interroger la population. Les interrogations choisies visaient surtout à apporter une réponse à la question suivante : **les Français connaissent-ils les labels “CE” et “NF” ?**

Le pourcentage de nos concitoyens déclarant connaître chacun de ces deux labels est, en vérité, relativement élevé, même si les taux de connaissance sont meilleurs pour le sigle “NF” que pour le sigle “CE” (Section 1). On observe cependant que la « reconnaissance » du sigle ne correspond pas toujours vraiment à une « connaissance effective » du label considéré (Section 2). Toujours est-il que pour qu'un label soit apposé sur un produit, il doit être approuvé par un organisme tiers, qui garantit auprès du consommateur le respect de certaines caractéristiques ou spécificités du produit. Nous allons voir que c'est plutôt aux labels attribués par les consommateurs, avant ceux attribués par les professionnels, que les Français semblent être prêts à accorder le plus de confiance (Section 3).

I - Plus de six Français sur dix déclarent connaître les labels “CE” et “NF”

Le label communautaire “CE” est reconnu par deux Français sur trois (66 % exactement, cf. tableau 20). Ce marquage couvre une gamme de plus d'une douzaine de produits (matériel électrique industriel et de grande consommation, jouets, appareils à gaz...) et concerne plus de 11.000 entreprises en France. Il reste que 34 % de nos concitoyens déclarent ne jamais avoir entendu parler de ce label.

Tableau 20
Connaissez-vous le label "CE" ?

(en %)

	Début 1999
Oui.....	65,9
Non	34,1
Ensemble.....	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Le label "NF", quant à lui, est davantage connu par les Français : plus de 85 % de nos concitoyens (87 % exactement) déclarent le connaître (Tableau 21). Seulement 13 % de nos concitoyens ignorent l'existence de cette norme. La marque "NF" est une marque volontaire de certification délivrée par l'AFNOR (Association Française de Normalisation). Elle concerne de nombreux secteurs tels que l'électricité, le chauffage, les jouets, certains équipements domestiques, du matériel d'ameublement... Au total, plus de 4.000 entreprises françaises et étrangères sont dépositaires de ce label. Remarquons, en tout état de cause, que **la notoriété du label "NF" est supérieure de 20 points à celle du marquage communautaire.**

Tableau 21
Connaissez-vous le label "NF" ?

(en %)

	Début 1999
Oui.....	87,3
Non	12,7
Ensemble.....	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

En vérité, les notoriétés des **deux** labels varient sensiblement en fonction des mêmes caractéristiques socio-démographiques : l'âge, le revenu et le niveau de formation. Les effets mis en évidence sont cependant beaucoup plus importants pour ce qui concerne le label "CE" que pour le label "NF". Examinons ces différents points.

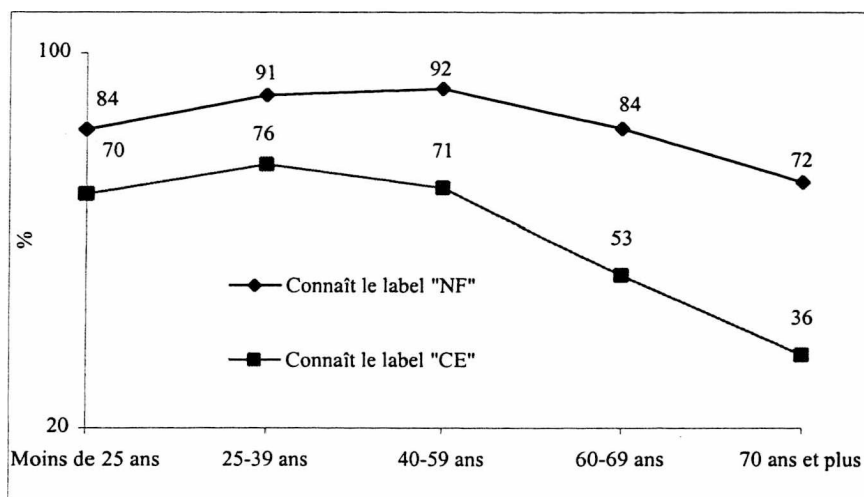
→ **La notoriété des marques "CE" et "NF" diminue sensiblement après 60 ans**

Les taux de connaissance des labels de certification évoluent tout particulièrement en fonction de l'âge de l'enquêté (Graphique 7) :

- Après 60 ans, la notoriété du label "CE" enregistre une forte baisse : alors que 71 % des personnes de 40 à 59 ans déclarent connaître cette marque, le taux n'est plus que de 53 % pour les répondants de 60 à 69 ans et de 36 % pour ceux ayant 70 ans et plus.
- Dans le cas de la norme "NF", l'effet de l'âge est moins marqué : les personnes âgées de 60 à 69 ans déclarent, à 84 %, connaître ce label et les personnes âgées de 70 ans et plus, à 72 %. Le taux est cependant de 91-92 % entre 25 et 60 ans. En vérité, on observe que chez les gens les plus âgés, le taux de notoriété du label "NF" est deux fois plus élevé que celui du label "CE".

Graphique 7

Comparaison des taux de notoriété des labels "CE" et "NF" en fonction de l'âge



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

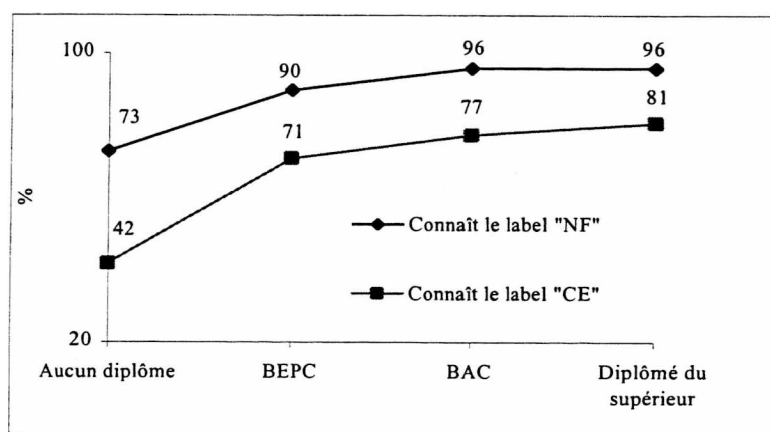
→ *Les taux de connaissance augmentent avec le niveau de diplôme de l'enquêté*

L'effet du diplôme est quasiment aussi accentué : entre diplômés et non-diplômés, la notoriété du label "CE" est divisée par deux. Ainsi, seulement 42 % des non-diplômés connaissent ce marquage, alors que c'est le cas de 77 % des individus qui ont poursuivi leurs études jusqu'au baccalauréat ou de 81 % des diplômés du supérieur (Graphique 8).

L'impact du diplôme est cependant moins fort pour ce qui concerne le label "NF", même s'il est incontestable : 73 % des non-diplômés connaissent ce sigle, contre 96 % des titulaires du baccalauréat ou d'un diplôme de l'enseignement supérieur.

Graphique 8

Comparaison des taux de notoriété des labels "CE" et "NF" en fonction du diplôme



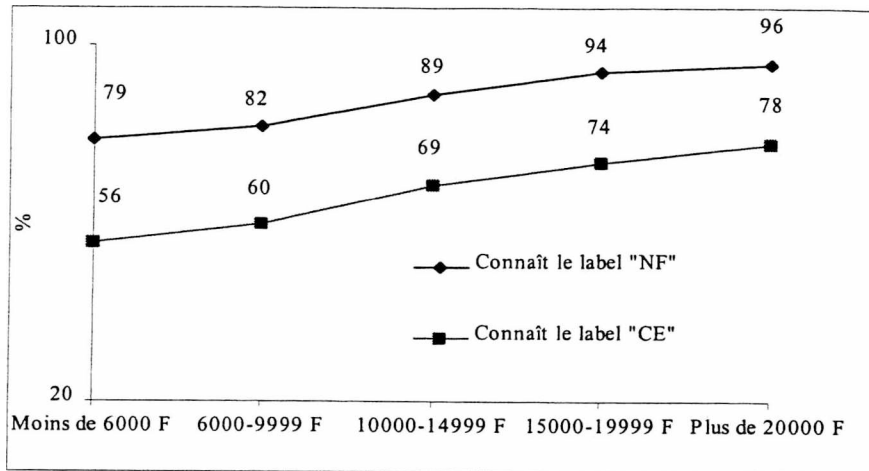
Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

→ *L'aisance financière favorise la connaissance des deux labels*

Enfin, la notoriété des deux labels s'accroît régulièrement en fonction du niveau des revenus du foyer : la notoriété de chacune de ces normes est de 20 points supérieure en haut de l'échelle des revenus, comparée à ce qu'elle est au plus bas de cette échelle. Les deux courbes de notoriété sont même quasiment parallèles entre elles (Graphique 9).

Graphique 9

Comparaison des taux de notoriété des labels "CE" et "NF" en fonction des revenus du foyer



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1999

La notoriété des labels "CE" et "NF" varie donc en fonction de l'âge, du niveau de diplôme et du niveau de rémunération des enquêtés. Cependant, ces effets sont moins marqués quand il s'agit de la norme "NF" : cela tient, en vérité, au fait que le dispositif de certification français est toujours connu par une majorité des répondants, quels que soient leur âge, leur sexe, leur niveau de revenus ou de formation. Ce n'est pas le cas du sigle "CE" qui, lui, n'est connu que par une minorité de personnes âgées, ou de non-diplômés. Notons aussi que les variations en fonction du sexe, ou de la taille de l'agglomération de résidence sont très faibles au regard de celles qui viennent d'être commentées (cf. Tableaux 22 et 23).

Tableau 22
Connaissez-vous le label "CE" ?

(en %)

	Oui	Non	Total
Sexe			
. Homme	70,0	30,0	100,0
. Femme	62,1	37,9	100,0
Profession exercée			
. Indépendant (1).....	78,0	22,0	100,0
. Cadre supérieur.....	76,5	23,5	100,0
. Profession intermédiaire	79,3	20,7	100,0
. Employé.....	72,4	27,6	100,0
. Ouvrier.....	68,7	31,3	100,0
. Etudiant.....	76,8	23,2	100,0
. Retraité	47,4	52,6	100,0
. Autre inactif (2)	58,6	41,4	100,0
Taille d'agglomération			
. Moins de 2.000 habitants.....	65,0	35,0	100,0
. 2.000 à moins de 20.000 hab	65,8	34,2	100,0
. 20.000 à moins de 100.000 hab	62,2	37,8	100,0
. 100.000 habitants et plus	65,3	34,7	100,0
. Paris et agglomération parisienne..	71,6	28,4	100,0
Ensemble	65,9	34,1	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

Tableau 23
Connaissez-vous le label "NF" ?

(en %)

	Oui	Non	Total
Sexe			
. Homme	88,6	11,4	100,0
. Femme	86,1	13,9	100,0
Profession exercée			
. Indépendant (1).....	91,0	9,0	100,0
. Cadre supérieur.....	95,8	4,2	100,0
. Profession intermédiaire.....	96,6	3,4	100,0
. Employé.....	92,1	7,9	100,0
. Ouvrier.....	85,7	14,3	100,0
. Etudiant.....	86,1	13,9	100,0
. Retraité	79,5	20,5	100,0
. Autre inactif (2).....	83,2	16,8	100,0
Taille d'agglomération			
. Moins de 2.000 habitants.....	84,9	15,1	100,0
. 2.000 à moins de 20.000 hab	85,8	14,2	100,0
. 20.000 à moins de 100.000 hab	82,4	17,6	100,0
. 100.000 habitants et plus	90,9	9,1	100,0
. Paris et agglomération parisienne..	90,7	9,3	100,0
Ensemble	87,3	12,7	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

Intéressons-nous maintenant à la reconnaissance simultanée des labels "CE" et "NF". On remarque que (Tableau 24) :

- **64 % de nos concitoyens connaissent à la fois le label "CE" et le label "NF".**
- **Près d'un Français sur quatre connaît exclusivement la norme nationale (23 % exactement).**
- **11 % de la population ne connaissent aucun des deux labels.**

Notons enfin que la connaissance du label "CE" va presque toujours de pair avec la connaissance du label "NF" puisque seulement 2 % des enquêtés ont déclaré connaître uniquement la marque communautaire.

Tableau 24
Connaissance simultanée des labels "CE" et "NF"

		<i>(en %)</i>		
<i>Connaissez-vous le label "NF"</i>		Oui	Non	Ensemble
<i>Connaissez-vous le label "CE"</i>				
Oui.....		63,9	1,9	65,9
Non.....		23,4	10,8	34,1
Ensemble.....		87,3	12,7	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Exemple de lecture : 63,9 % des Français déclarent connaître à la fois les labels "CE" et "NF". 23,4 % connaissent le label "NF", mais pas le label "CE".

Le tableau 25 croise ces différentes situations avec les principales caractéristiques socio-démographiques. Encore une fois, on observe que les variations les plus fortes sont relatives au niveau de formation et à l'âge des individus.

Pour ce qui concerne le **niveau d'études**, les différences sont flagrantes : près de 80 % des diplômés du supérieur connaissent les deux labels à la fois tandis que 25 % des non-diplômés n'en connaissent aucun et que 33 % ne connaissent que la norme française.

L'**âge** est un critère quasiment aussi déterminant : la fracture se fait au-delà de 60 ans. Ainsi, avant 60 ans, près de 70 % de la population connaissent les deux labels. Au delà, le taux est de 51 % chez les personnes de 60-69 ans et de 32 % à partir de 70 ans : chez les personnes les plus âgées, la part des enquêtés qui ne connaissent que le label "NF" est même supérieure à la proportion de ceux qui reconnaissent les deux labels. Cette configuration n'est observée que dans cette seule catégorie de population.

Tableau 25
La connaissance simultanée des labels "CE" et "NF"

- Analyse suivant quelques critères socio-démographiques -

(en %)

	Connait «CE» et «NF»	Ne connaît que «NF»	Ne connaît ni «CE», ni «NF»	Ne connaît que «CE»	Total
Sexe					
. Homme.....	68,1	20,5	9,4	2,0	100,0
. Femme.....	60,2	25,9	12,0	1,9	100,0
Profession exercée					
. Indépendant (1)	77,1	13,8	8,2	0,8	100,0
. Cadre supérieur	75,8	20,0	3,5	0,7	100,0
. Profession intermédiaire.....	78,8	17,8	2,9	0,5	100,0
. Employé	70,9	21,2	6,4	1,5	100,0
. Ouvrier	65,9	19,8	11,6	2,7	100,0
. Etudiant.....	71,9	14,2	9,0	4,9	100,0
. Retraité.....	45,2	34,4	18,2	2,3	100,0
. Autre inactif (2).....	56,5	26,7	14,7	2,1	100,0
Age					
. Moins de 25 ans	65,2	18,5	11,6	4,7	100,0
. 25 - 39 ans	74,7	16,3	7,5	1,5	100,0
. 40 - 59 ans	70,3	22,0	6,7	0,9	100,0
. 60 - 69 ans	51,2	32,6	14,7	1,4	100,0
. 70 ans et plus.....	32,3	40,2	24,2	3,3	100,0
Diplôme					
. Aucun, CEP.....	39,8	33,2	24,9	2,2	100,0
. BEPC, Technique (inf. au Bac)	69,2	20,6	8,4	1,7	100,0
. BAC, Technique (niv. Bac) ...	75,2	20,6	2,0	2,2	100,0
. Supérieur, grandes écoles.....	78,9	16,9	2,4	1,8	100,0
Revenu mensuel du foyer					
. Moins de 6.000 F.....	53,2	26,0	17,8	3,0	100,0
. 6.000 - 9.999 F	57,0	25,2	14,7	3,1	100,0
. 10.000 - 14.999 F	68,0	21,0	10,2	0,8	100,0
. 15.000 - 19.999 F	73,3	20,9	4,8	1,0	100,0
. Plus de 20.000F.....	76,0	19,9	2,5	1,6	100,0
Taille d'agglomération					
. Moins de 2.000 habitants	63,8	21,1	13,9	1,3	100,0
. 2.000 à moins de 20.000 hab..	63,3	22,5	11,7	2,4	100,0
. 20.000 à moins de 100.000 hab	58,5	24,0	13,8	3,8	100,0
. 100.000 habitants et plus.....	64,1	26,8	7,9	1,2	100,0
. Paris et agglomération parisienne	69,2	21,6	6,8	2,4	100,0
Ensemble	63,9	23,4	10,8	1,9	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

C'est chez les professions intermédiaires, les indépendants, les cadres supérieurs, les catégories sociales disposant de revenus élevés ou encore les habitants de la région parisienne que les différents labels ont la plus forte notoriété (Tableau 25). Notons que dans le cas des indépendants (catégorie composée des commerçants, des artisans et des chefs d'entreprise), c'est peut-être leur activité professionnelle qui a pu leur donner l'occasion d'être informés sur la démarche de certification : ceci peut expliquer le taux de reconnaissance élevé observé dans cette catégorie socio-professionnelle. Enfin, la familiarité avec le milieu industriel a peut-être également permis que les ouvriers, catégorie pourtant composée d'individus faiblement diplômés, témoignent d'une connaissance tout à fait comparable à la moyenne.

II - De la « reconnaissance » à la « connaissance effective » : un constat moins optimiste

« Appellation d'Origine Contrôlée », « Label Rouge », «NF», «CE», « ISO 9000 », « made in France », « produit de l'année »..., la liste des sigles et labels susceptibles d'être apposés sur l'étiquette ou l'emballage d'un produit est longue. D'ailleurs, plus ces « signes de qualité » se multiplient et plus il devient difficile pour le consommateur de discerner le type d'informations qu'il peut en attendre. D'autant que chacun des logos et labels figurant sur l'emballage des produits répond à des conditions d'obtention très différentes et à des significations très diverses.

Dans le cas des labels «CE» et «NF», ce sont **des dispositions réglementaires** qui encadrent leur attribution. La marque «NF» est gérée par l'AFNOR, tandis que le marquage «CE» est régi par des directives européennes. Ces labels peuvent être obtenus par des produits de toutes nationalités qui souhaitent être commercialisés en France ou en Europe. Ils ne sont donc pas, ni une garantie de la provenance du produit, ni un signe de qualité « autoproclamé » (comme les techniques de valorisation de produits mises en place strictement par des professionnels, du type marques d'artisans, « produit de l'année », etc.)

De fait, au delà des questions de « notoriété assistée » évoquées précédemment, nous avons choisi de continuer à interroger, le plus simplement possible, les enquêtés déclarant connaître les labels «CE» et «NF» en leur demandant à chaque fois si, selon eux, ce label représentait plutôt une indication sur la « conformité à une réglementation », sur la « provenance » du produit ou sur sa « qualité ». Les résultats obtenus conduisent à nuancer le constat optimiste sur la notoriété des labels.

→ Seulement 42 % des Français sembleraient connaître « effectivement » le marquage «CE»

Environ les deux tiers (64 %) des personnes ayant déclaré connaître le label «CE» ont effectivement considéré qu'il s'agissait d'une indication sur la conformité du produit à une réglementation (Tableau 26).

L'autre tiers des répondants (36 % exactement) n'a donc pas identifié cette particularité du

label européen : 27 % ont considéré que ce sigle fournissait plutôt, selon eux, une indication sur l'origine des produits et 6 % ont pensé qu'elle était un signe de la qualité du produit¹¹. Enfin, 2 % des répondants ont choisi de ne pas se prononcer.

Tableau 26

Pour vous, le label "CE" est-il plutôt une indication sur :

- Champ : personnes ayant déclaré connaître le label "CE", soit 66 % des Français -

(en %)

<i>Classement par ordre décroissant des pourcentages de réponses</i>	Début 1999
La conformité à une réglementation	64,3
La provenance du produit	27,3
La qualité du produit	6,3
<i>Ne sait pas</i>	2,1
Ensemble des répondants	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Au total, les données recueillies permettent de mettre en évidence l'existence, dans la population, de **trois niveaux de connaissance du label "CE"** :

- **Un tiers des Français (34 % exactement) est en situation que l'on dira de « méconnaissance »** : il s'agit des individus qui ont déclaré purement et simplement ne pas connaître le label "CE" (première question posée, cf. ci-dessus).
- **24 % de la population en ont une « connaissance approximative »** : ils disent connaître le label, mais pensent qu'il s'agit plutôt d'une information sur la provenance – voire la qualité – d'un produit.
- **Enfin, 42 % de nos concitoyens ont une « connaissance effective »** du marquage communautaire : ils déclarent connaître le label "CE" et pensent que les produits sur lesquels il est apposé ont du se conformer à des dispositions réglementaires.

¹¹ Puisque le label « CE » répond à certaines normes de sécurité, on peut aussi penser qu'il constitue un indicateur sur la qualité du produit. Mais ce n'est pas un « label de qualité » au sens propre du terme.

Ce nouveau « découpage » de la population en grands groupes apporte trois séries d'informations :

- **La connaissance effective du marquage "CE" ne concerne qu'une minorité de la population.** En tout état de cause, le décalage est relativement fort entre la notoriété de ce label et sa connaissance réelle (66 % dans le premier cas, contre 42 % dans le second).
- Les effets d'âge, de diplômes et de revenus sont encore plus accentués qu'on pouvait le penser, quand on observe les pourcentages de « connaissance effective » du label : 58 % des diplômés du supérieur connaissent le sigle "CE", contre seulement 21 % des non-diplômés (et 42 % en moyenne). C'est aussi le cas de 55 % des 25-40 ans, contre 18 % des individus de 70 ans et plus. Ou de 58 % des gens les plus fortunés, contre 34 % seulement des individus situés au plus bas de l'échelle des revenus (Tableau 27).

Autrement dit, **les disparités catégorielles sont fortes en ce qui concerne la situation de « connaissance effective »** : d'un côté, les étudiants, les cadres, les gens aisés, les diplômés et les Franciliens disposent d'un bon niveau de connaissance du label ; de l'autre, retraités, femmes au foyer, non-diplômés et bas revenus ont un taux de méconnaissance relativement fort, parfois majoritaire (contre 34 % en moyenne).

- Il n'empêche, enfin, que le nombre d'enquêtés ayant une « connaissance approximative » du label "CE" est quasiment de même importance dans toutes les catégories socio-démographiques (de 18 à 29 %, contre 24 % en moyenne). Il est peut-être un peu plus élevé dans les catégories moyennes ou intermédiaires (professions intermédiaires, BEPC, revenus moyens-hauts, 40-60 ans).

Tableau 27
Niveaux de connaissance du label "CE"
 - Analyse suivant quelques critères socio-démographiques -

(en %)

	Méconnaissance	Connaissance approximative	Connaissance effective	Total
Sexe				
. Homme	30,0	23,6	46,4	100,0
. Femme	37,9	23,4	38,7	100,0
Profession exercée				
. Indépendant (1).....	22,0	23,9	54,1	100,0
. Cadre supérieur.....	23,5	23,5	53,0	100,0
. Profession intermédiaire.....	20,7	26,2	53,1	100,0
. Employé.....	27,6	23,3	49,1	100,0
. Ouvrier.....	31,3	22,3	46,3	100,0
. Etudiant.....	23,2	18,3	58,6	100,0
. Retraité.....	52,6	23,1	24,4	100,0
. Autre inactif (2)	41,4	25,4	33,2	100,0
Age				
. Moins de 25 ans.....	30,1	19,2	50,8	100,0
. 25 - 39 ans.....	23,8	21,6	54,6	100,0
. 40 - 59 ans.....	28,8	29,5	41,8	100,0
. 60 - 69 ans.....	47,4	24,4	28,2	100,0
. 70 ans et plus.....	64,4	17,5	18,1	100,0
Diplôme				
. Aucun, CEP	58,1	21,4	20,5	100,0
. BEPC, Technique (inf. au Bac)	29,1	25,8	45,1	100,0
. BAC, Technique (niv. Bac)	22,6	22,7	54,7	100,0
. Supérieur, grandes écoles	19,3	22,7	57,9	100,0
Revenu mensuel du foyer				
. Moins de 6.000 F.....	43,8	22,6	33,6	100,0
. 6.000 - 9.999 F.....	39,9	24,2	35,9	100,0
. 10.000 - 14.999 F.....	31,1	23,4	45,5	100,0
. 15.000 - 19.999 F.....	25,7	28,9	45,3	100,0
. Plus de 20.000F	22,4	19,6	58,1	100,0
Taille d'agglomération				
. Moins de 2.000 habitants.....	35,0	23,8	41,2	100,0
. 2.000 à moins de 20.000 hab	34,2	23,5	42,2	100,0
. 20.000 à moins de 100.000 hab	37,8	25,1	37,1	100,0
. 100.000 habitants et plus	34,7	25,9	39,4	100,0
. Paris et agglomération parisienne..	28,4	17,3	54,3	100,0
Ensemble	34,1	23,5	42,3	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

→ 61 % de nos concitoyens ont une « connaissance effective » du label “NF”

Interrogés de la même façon que pour le label “CE”, les enquêtés déclarant connaître le sigle “NF” se répartissent en trois groupes distincts (Tableau 28) :

- 70 % pensent que le label “NF” est une indication sur la conformité à une réglementation. Cette proportion est donc légèrement supérieure à celle observée pour la marque “CE”.
- 17 % considèrent que le label “NF” est un signe de la qualité des produits.
- Enfin, 11 % estiment qu’il apporte une indication sur la provenance du produit¹².

Tableau 28

Pour vous, le label “NF” est-il plutôt une indication sur :

- Champ : personnes ayant déclaré connaître le label “NF”, soit 87 % des Français -

(en %)

<i>Classement par ordre décroissant des pourcentages de réponses</i>	Début 1999
La conformité à une réglementation	69,9
La qualité du produit	17,3
La provenance du produit	11,3
<i>Ne sait pas</i>	<i>1,5</i>
Ensemble des répondants	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

En procédant de la même façon que pour le marquage “CE”, on peut mettre en évidence l’existence, dans la population, **de trois niveaux de connaissance du label “NF”** :

- 13 % de nos concitoyens sont en situation **de « méconnaissance »**.
- Un peu plus du quart des Français (26 %) en ont une « **connaissance approximative** ». Remarquons que ce groupe est à peu près de même importance que dans le cas du label “CE” : nous aurons l’occasion de montrer que ce ne sont pourtant pas les mêmes individus qui composent ces deux groupes.

¹² Certains enquêtés ont, notamment, pu confondre le label “NF” avec le sigle “VF” qui est bien une indication sur la provenance puisqu’il certifie l’origine française de la viande bovine.

- Enfin, **61 % de nos concitoyens ont une « connaissance effective » du label “NF”**. Remarquons que ce groupe est considérablement plus élevé que celui que l'on peut considérer comme bien informé sur le marquage communautaire “CE” (19 points de plus).

Même si la « connaissance effective » de la norme française concerne plus d'individus que celle du marquage communautaire, là aussi les inégalités inter-catégorielles sont fortes (Tableau 28) :

- 79 % des diplômés du supérieur connaissent le sigle “NF”, contre 39 % des non-diplômés (40 points d'écart).
- 69 % des individus de 25-39 ans le connaissent, contre 41 % des personnes les plus âgées (28 points d'écart).
- 76 % des plus aisés des Français (20.000 F et plus par mois) ont une connaissance effective du label “NF”, contre 55 % des titulaires de revenus inférieurs à 6.000 F/mois (21 points d'écart).

De plus, à la différence du label “CE”, la « connaissance approximative » du label “NF” évolue aussi en fonction des critères socio-démographiques tels que l'âge et le niveau de diplôme.

Tableau 29
Les différents niveaux de connaissance du label "NF"

- Analyse suivant quelques critères socio-démographiques -

(en %)

	Méconnaissance	Connaissance approximative	Connaissance effective	Total
Sexe				
. Homme.....	11,4	23,5	65,1	100,0
. Femme.....	13,9	28,8	57,3	100,0
Profession exercée				
. Indépendant (1).....	9,0	29,6	61,4	100,0
. Cadre supérieur.....	4,2	10,2	85,5	100,0
. Profession intermédiaire.....	3,4	22,7	74,0	100,0
. Employé.....	7,9	24,2	67,8	100,0
. Ouvrier.....	14,3	27,3	58,4	100,0
. Etudiant.....	13,9	17,3	68,8	100,0
. Retraité.....	20,5	30,3	49,3	100,0
. Autre inactif (2).....	16,8	33,0	50,2	100,0
Age				
. Moins de 25 ans.....	16,3	19,4	64,3	100,0
. 25 - 39 ans.....	9,0	22,0	69,0	100,0
. 40 - 59 ans.....	7,6	29,1	63,3	100,0
. 60 - 69 ans.....	16,1	31,7	52,1	100,0
. 70 ans et plus.....	27,6	31,9	40,5	100,0
Diplôme				
. Aucun, CEP.....	27,1	34,2	38,7	100,0
. BEPC, Technique (inf. au Bac)	10,2	27,2	62,6	100,0
. BAC, Technique (niv. Bac).....	4,2	21,6	74,2	100,0
. Supérieur, grandes écoles.....	4,2	17,0	78,8	100,0
Revenu mensuel du foyer				
. Moins de 6.000 F.....	20,8	24,3	54,9	100,0
. 6.000 - 9.999 F.....	17,8	26,9	55,2	100,0
. 10.000 - 14.999 F.....	11,0	27,0	62,0	100,0
. 15.000 - 19.999 F.....	5,8	27,1	67,1	100,0
. Plus de 20.000F.....	4,1	19,7	76,2	100,0
Taille d'agglomération				
. Moins de 2.000 habitants.....	15,1	29,8	55,1	100,0
. 2.000 à moins de 20.000 hab....	14,2	30,3	55,5	100,0
. 20.000 à moins de 100.000 hab	17,6	25,4	57,1	100,0
. 100.000 habitants et plus.....	9,1	25,0	65,9	100,0
. Paris et agglomération parisienne	9,3	18,9	71,9	100,0
Ensemble	12,7	26,3	61,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

→ *Au total, pas plus d'un tiers de la population connaît effectivement les deux labels "CE" et "NF"*

Finalement les différentes données évoquées précédemment permettent de tirer un bilan relativement mitigé de la connaissance que les Français ont des labels "CE" et "NF", deux des labels pourtant parmi les plus connus. Les résultats sont regroupés dans le tableau 30. On peut en tirer **cinq conclusions** :

- **32 % des Français connaissent effectivement les deux labels.** On est loin du pourcentage de 64 % d'individus qui déclarent connaître, de nom, les deux sigles (voir Tableau 24 ci-dessus).
- **Peu d'individus qui connaissent effectivement un label ignorent totalement l'autre :** 1 % de la population, au total, connaissent bien le label "CE", mais méconnaissent le label "NF" ; 15 % connaissent bien le label "NF" et méconnaissent le sigle "CE".
- **De façon plus générale, le niveau de connaissance de la norme européenne est presque toujours inférieur à celui du label "NF".**
- **Méconnaître totalement les deux labels est relativement peu courant :** cela concerne 11 % de nos concitoyens.
- **Enfin, une bonne partie des Français n'ont qu'une connaissance approximative des deux labels, ou de l'un ou l'autre (41 %).** Nous avons constaté que le pourcentage d'individus ne connaissant qu'approximativement le label "NF" (26 %) était comparable à celui des enquêtés connaissant mal le label "CE" (24 %) : il ne s'agit pourtant pas des mêmes individus puisque moins de 9 % de la population se trouvent à la fois dans ces deux groupes.

Tableau 30
Les niveaux de connaissance croisés des labels "CE" et "NF"

Niveau de connaissance du label "CE"	Niveau de connaissance du label "NF"			(en %)
	« Méconnaissance »	« Connaissance approximative »	« Connaissance effective »	Ensemble
« Méconnaissance ».....	10,8	8,8	14,6	34,1
« Connaissance approximative »	0,8	8,6	14,1	23,5
« Connaissance effective »	1,1	8,9	32,3	42,3
Ensemble	12,7	26,3	61,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Faire progresser le niveau de connaissance vis-à-vis de ces dispositifs de certification passe par un effort de sensibilisation nettement accru **auprès des groupes les plus âgés ou ceux dont le niveau d'études est le plus faible**. On remarque, en effet, que si 32 % des Français connaissent effectivement les deux labels, le taux est nettement plus faible chez les non-diplômés (13 %) et les personnes âgées de 70 ans et plus (12 %, cf. tableau 31).

Tableau 31
Les groupes connaissant le mieux ou le moins bien les deux labels "CE" et "NF"
(en %)

<i>Pourcentage d'individus connaissant effectivement les deux labels</i>	Début 1999
Diplômé du supérieur	48
Etudiant	47
Dispose de plus de 20 000 F/mois	46
Cadre supérieur	45
Profession intermédiaire.....	43
Ensemble de la population	32
Agé de 60 à 69 ans	20
Retraité	18
Non-diplômé	13
Agé de 70 ans et plus	12

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Exemple de lecture : 48 % des diplômés du supérieur ont une connaissance « effective » des deux labels "CE" et "NF", contre 12 % des personnes âgées de plus de 70 ans et 32 % de la population en moyenne

III – C'est aux labels attribués par les consommateurs que les Français font le plus confiance

Au-delà de la connaissance que les Français ont des labels existants – rappelons que nous ne les avons interrogés que sur deux de ces labels –, une question plus générale ne peut manquer de se poser sur la **confiance** que chaque citoyen peut accorder à ces certifications. Car, on en conviendra aisément, cette confiance dépend tout particulièrement, quelles que soient les normes techniques retenues, de la « qualité » même de ceux (pouvoirs publics, professionnels, consommateurs, ...) qui sont chargés d'attribuer ou de contrôler ces certifications. Une interrogation relativement généraliste a donc également été insérée cette année dans l'enquête, permettant de hiérarchiser a priori **le degré de confiance** des enquêtés dans les organes parties prenantes dans l'attribution des labels.

A la question : « *auquel de ces labels êtes-vous prêt à accorder la plus grande confiance lors de vos achats* », a donc été associée une liste de propositions de réponses mettant en balance les labels attribués par les consommateurs, ceux décernés par les professionnels de l'industrie, par les pouvoirs publics, par les distributeurs ou par un laboratoire indépendant (voir la liste au tableau 32).

Les réponses obtenues permettent de hiérarchiser avec netteté les préférences des Français (Tableau 32) :

- C'est à **un label attribué par les consommateurs** que nos concitoyens accorderaient le plus leur confiance (44 % des réponses).
- En deuxième place, mais loin derrière (20 %), apparaît la confiance accordée aux labels **décernés par les professionnels de l'industrie**.
- Enfin, la troisième place est attribuée aux labels décernés par un **laboratoire indépendant** (15 %).

Mais, le plus étonnant des résultats est peut-être la quatrième place conférée **aux labels décernés par les pouvoirs publics** : seulement 10 % des Français leur accorderaient la plus grande confiance. S'agissant d'une question ne concernant pas, rappelons-le, la crédibilité des labels, ou les normes qui les fondent, mais la confiance que les consommateurs sont prêts à leur accorder, il y a, dans cette quatrième place conférée aux pouvoirs publics, le signe d'une

certaine défiance apparente, probablement liée au côté très concret du questionnement (il se réfère à la confiance accordée « lors des achats »)¹³.

Tableau 32

Auquel de ces labels êtes-vous prêt à accorder la plus grande confiance lors de vos achats ?
(en %)

<i>Classement par ordre décroissant des pourcentages de réponses</i>	Début 1999
Un label attribué par les consommateurs	43,9
. Un label attribué par les professionnels de l'industrie	20,1
. Un label attribué par un laboratoire indépendant	15,1
. Un label attribué par les pouvoirs publics	9,7
. Un label attribué par les distributeurs	6,9
. Aucun.....	2,9
. <i>Ne sait pas</i>	1,4
Ensemble.....	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

L'examen des liens existants entre les réponses fournies à cette question et les critères privilégiés par les répondants pour juger de la qualité d'un produit industriel apporte quelques explications sur les préférences affichées (Tableau 33) :

- Ce sont les individus sensibles à **l'adaptation du produit aux besoins** et ceux mettant en avant **la facilité d'utilisation du produit** qui accordent le plus de confiance aux labels attribués par les consommateurs. Ainsi, 50 % des individus qui jugent la qualité d'un produit à son adaptation aux besoins sont prêts à accorder la plus grande confiance aux labels décernés par les consommateurs (contre 44 % en moyenne). C'est aussi le cas de 48 % de ceux qui jugent la qualité d'un produit à sa facilité d'utilisation.

Autrement dit, les Français voient plutôt, dans le label accordé par les consommateurs, **un gage de fonctionnalité du produit et de sa réelle utilité**. Il y a là un souci de ne pas séparer la qualité du produit – et son label – de l'utilisation qu'on veut faire de cet objet.

¹³ Rappelons que nous ne demandons qu'une seule réponse. Peut-être l'information apportée par une deuxième réponse aurait-elle modulé ce constat.

- Les personnes plutôt sensibles à **la marque du produit** comme déterminant de sa qualité, accordent, en termes relatifs, davantage de confiance aux labels attribués par les professionnels de l'industrie. Pour elles, la réputation d'une entreprise est donc déjà un gage de qualité : il leur est assez logique, dans ces conditions, de faire confiance aux professionnels du secteur pour l'attribution d'un label.
- Enfin, le choix de placer sa confiance dans les **laboratoires indépendants** va plutôt de pair avec le **goût pour la technologie** : 24 % des individus mettant en avant comme critère de qualité d'un produit son niveau d'avancée technologique accordent leur plus grande confiance à un label décerné par un tel laboratoire (contre 15 % en moyenne). C'est aussi le cas de 23 % des personnes « très attirées » par les innovations technologiques. Autrement dit, on voit plutôt dans le label d'un laboratoire indépendant **un gage de réalisation de tests et d'essais du produit** : ce sont ces tests préalables qu'on attend avant d'acheter un produit de technologie nouvelle.

Tableau 33

Critères de jugement de la qualité d'un produit et labels auxquels on est prêt à accorder le plus de confiance

Critère privilégié pour juger de la qualité d'un produit industriel (1 ^{ère} ou 2 ^{ème} réponse)	Label attribué par :				(en %)
	Consommateurs	Professionnels de l'industrie	Laboratoire indépendant	Pouvoirs publics	Total (*)
• Robustesse	42,5	20,3	16,8	10,1	100,0
• Prix.....	44,7	21,0	11,5	10,1	100,0
• Marque.....	35,7	25,6	11,4	12,4	100,0
• Adaptation aux besoins.....	49,9	14,9	19,1	10,5	100,0
• Facilité d'utilisation	47,9	20,9	12,5	8,2	100,0
• Avancée technologique.....	40,3	19,5	24,2	9,5	100,0
• Esthétique.....	41,2	14,7	7,7	5,2	100,0
• Ancienneté	45,6	22,6	8,3	8,8	100,0
• Durée de vie.....	42,7	21,4	16,3	9,3	100,0
Ensemble.....	43,9	20,1	15,1	9,7	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(*) y compris les réponses : « distributeurs », « aucun » et « ne sait pas »

Exemple de lecture : Alors qu'en moyenne, 43,9 % des Français sont prêts à accorder la plus grande confiance à un label attribué par les consommateurs, c'est le cas de 49,9 % de ceux qui jugent la qualité d'un produit à son « adaptation aux besoins ».

→ *Quelques différences liées au statut social*

Les préférences formulées par les Français en matière de « labels de confiance » varient quelque peu en fonction du statut social. Encore convient-il de relever que dans tous les groupes, quels qu'ils soient, **c'est aux labels attribués par les consommateurs que revient systématiquement la première place.**

Ceci étant, quelques groupes accordent plus ou moins de confiance à certains labels (Tableau 34) :

- **Les labels attribués par les consommateurs** sont encore plus prisés qu'en moyenne par les jeunes (48 % de citations chez les moins de 25 ans, 52 % chez les étudiants, contre 44 % en moyenne), mais aussi par les 60-69 ans. Ils le sont nettement moins par les indépendants (35 %), les non-diplômés (38 %) ou les gens de plus de 70 ans (36 %).
- **Les labels accordés par les professionnels de l'industrie** attirent davantage les indépendants (25 %, contre 20 % en moyenne), les non-diplômés (25 %), voire les ouvriers (23 %). On peut peut-être faire ici l'hypothèse d'une certaine « proximité » des ouvriers avec le secteur industriel. Toujours est-il que ce type de label n'est pas vraiment apprécié par les cadres supérieurs (seulement 8 % de citations)
- **Le label d'un laboratoire indépendant**, on l'a vu, attire davantage les partisans des innovations technologiques. Le taux de confiance vis-à-vis de ce type de certification est donc plus élevé chez les cadres supérieurs (26 %, contre 15 % en moyenne), les diplômés du supérieur (25 %), les professions intermédiaires et les titulaires de hauts revenus (22 %), mais aussi les indépendants (23 %).
- Enfin, ces mêmes groupes plutôt aisés et diplômés (cadres supérieurs, revenus élevés) accorderaient une confiance plus élevée qu'en moyenne aux **labels attribués par les pouvoirs publics**. Mais, même dans ces catégories, le taux ne dépasse jamais les 16 % (contre 10 % en moyenne), signe de la relative défiance, déjà évoquée.

Tableau 34
Auquel de ces labels êtes-vous prêt à accorder la plus grande confiance lors de vos achats ?

	Label attribué par :				(en %)
	Consommateurs	Professionnels de l'industrie	Laboratoire indépendant	Pouvoirs publics	Total (*)
Sexe					
· Homme	41,6	18,1	18,5	11,2	100,0
· Femme	45,9	21,9	12,1	8,4	100,0
Profession exercée					
· Indépendant (1).....	35,3	24,7	23,0	10,3	100,0
· Cadre supérieur.....	46,5	8,0	25,7	14,2	100,0
· Profession intermédiaire.....	47,9	13,0	22,2	8,2	100,0
· Employé.....	45,1	20,0	12,1	13,1	100,0
· Ouvrier.....	43,8	22,6	14,2	7,5	100,0
· Etudiant	52,1	16,0	12,9	10,4	100,0
· Retraité	41,8	21,9	13,1	9,2	100,0
· Autre inactif (2).....	42,4	24,7	9,6	8,0	100,0
Age					
· Moins de 25 ans.....	48,2	15,6	15,1	10,3	100,0
· 25-39 ans	45,2	17,8	17,5	10,2	100,0
· 40-59 ans	42,1	23,2	15,5	9,8	100,0
· 60-69 ans	48,3	21,3	10,0	8,4	100,0
· 70 ans et plus	35,7	21,6	13,4	9,2	100,0
Diplôme					
· Aucun, CEP	38,4	24,8	10,4	5,9	100,0
· BEPC, Technique (inf. au Bac)	45,5	22,9	11,6	10,0	100,0
· BAC, Technique (niv. Bac) ...	49,9	14,0	20,1	10,7	100,0
· Supérieur, grandes écoles	43,4	12,8	24,5	14,0	100,0
Revenu mensuel du foyer					
· Moins de 6.000 F.....	42,1	22,7	9,2	6,7	100,0
· 6.000-9.999 F.....	42,7	23,7	14,4	7,7	100,0
· 10.000-14.999 F.....	43,8	20,5	15,4	10,3	100,0
· 15.000-19.999 F.....	47,5	19,1	17,3	9,5	100,0
· Plus de 20.000F	43,0	13,0	21,7	15,9	100,0
Ensemble.....	43,9	20,1	15,1	9,7	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

(*) y compris les réponses : « distributeurs », « aucun » et « ne sait pas »

Exemple de lecture : 35,3 % des indépendants feraient le plus confiance à un label attribué par les consommateurs, alors que c'est le cas de 43,9 % de la population en moyenne.

ANNEXES

ANNEXE I

**Espace général des opinions et attitudes sur la certification et sur
la qualité des produits industriels**

Existe-t-il des liens, et lesquels, entre les opinions générales, les valeurs affichées par chacun et la perception de la qualité des produits industriels ? C'est à cette question que nous allons tenter d'apporter quelques éléments de réponse en effectuant la projection des questions du SESSI dans ce qu'on appelle « l'Espace général des opinions des Français ».

I - Présentation de « l'Espace général des opinions des Français »

L'**espace général des opinions des Français** est construit à partir de seize questions posées annuellement dans l'enquête du CREDOC sur « les Conditions de vie et les Aspirations des Français ». Ces questions - les variables actives listées ci-après – ne sont relatives qu'à **des données de perceptions et d'opinions**. Elles concernent aussi bien des jugements sur des sujets sociétaux (tels que la justice, le système de santé, la famille...) que des éléments de perception sur ses conditions de vie personnelles (cadre de vie, restrictions, satisfaction vis-à-vis de son état de santé ou de son budget...).

L'espace en deux dimensions obtenu à partir de l'analyse des correspondances multiples¹⁴ met en évidence **deux clivages** (Carte A) : le premier oppose les individus globalement satisfaits à ceux qui sont insatisfaits ; le second, les modernistes en matière de mœurs aux traditionalistes.

- **Le premier axe** (horizontal) illustre la **tendance à être systématiquement satisfait ou insatisfait**. A gauche, figurent ainsi les individus mécontents de leur situation : ils « se plaignent » de leur état de santé (ils souffrent de divers symptômes tels que maux de tête, nervosité, insomnies, etc.), de leur cadre de vie, de leur niveau de vie (qui va se dégradant, selon eux, depuis une dizaine d'années et qui les oblige à se restreindre). Ils sont pessimistes : ils pensent que leurs conditions de vie vont se détériorer au cours des prochaines années. Cet état d'esprit rejaillit sur leur vision de la société : selon eux, celle-ci a besoin d'être réformée radicalement (ils critiquent, par exemple, le mauvais fonctionnement de la justice).

¹⁴ L'Espace général des opinions est, en réalité, le plan factoriel défini par les deux premiers axes de l'analyse (en correspondances multiples) réalisée à partir des 16 variables actives retenues. Celui présenté ici est relatif à l'année 1999.

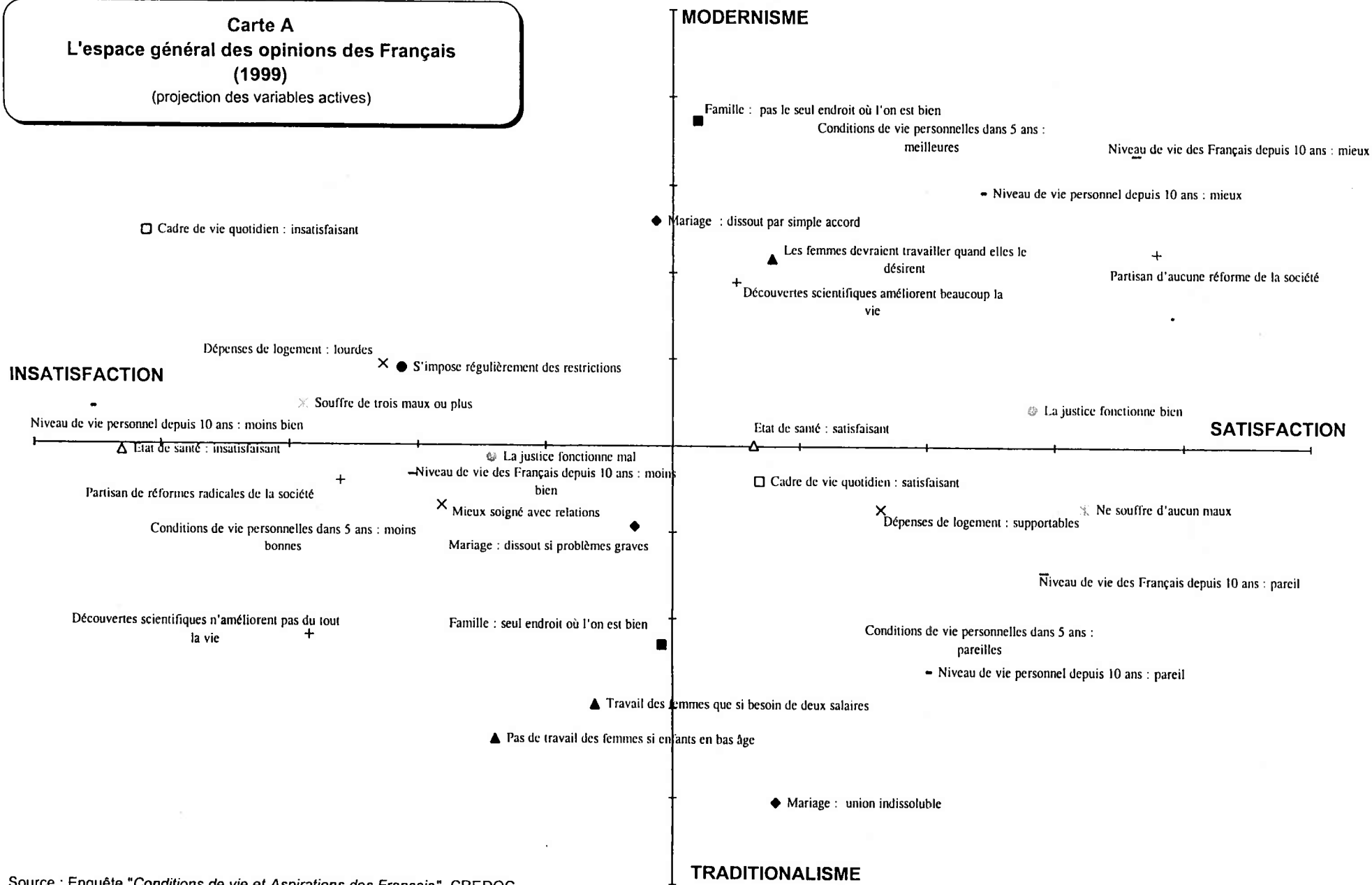
A l'opposé, à droite de la carte, se situent les individus satisfaits de leur situation personnelle (leur niveau de vie évolue dans le bon sens ou du moins ne se dégrade pas, ils ne s'imposent pas de restrictions, leur santé est bonne) et de leur environnement sociétal (« la société doit rester telle qu'elle est », « la justice fonctionne bien », « le niveau de vie des Français s'est amélioré ou est resté pareil »).

Ainsi, tous les indicateurs personnels subjectifs (restrictions, maux, état de santé) et les points de vue sur le fonctionnement de la société en général (opinions sur la justice, sur les transformations sociétales ...) sont corrélés entre eux, révélateurs de l'existence d'une **tendance à être systématiquement satisfait ou insatisfait.**

- **Le second axe (vertical) marque l'opposition entre, d'un côté, une conception moderniste des mœurs et, de l'autre, une vision traditionaliste de la famille, du mariage et du travail des femmes.** Au Nord de l'espace, se positionnent donc les personnes pensant que la famille n'est pas le seul endroit où l'on se sent bien, que le mariage peut être dissout par simple accord des conjoints et que les femmes devraient travailler chaque fois qu'elles le désirent. Au Sud, se situent les personnes qui ont une vision plus sacralisée du foyer : pour elles, la famille est le seul endroit où l'on se sent bien, le mariage est une union indissoluble ; elles estiment aussi que les femmes ne devraient travailler que si le foyer a besoin de deux salaires ou s'il ne comporte pas d'enfants en bas âge.

Ainsi, en schématisant quelque peu le propos, on remarque que **le premier axe (horizontal)** est corrélé avec le revenu du foyer ou son niveau de vie : les personnes disposant des plus faibles revenus se situent près du pôle d'insatisfaction, tandis que les plus aisés se positionnent dans la zone dite de satisfaction. **Le second axe (vertical)** traduit surtout des différences d'âge, voire de génération : les plus jeunes des Français (moins de 25 ans) sont modernistes, alors que les plus âgés se projettent plutôt dans la zone du traditionalisme.

Carte A
L'espace général des opinions des Français
(1999)
 (projection des variables actives)



Source : Enquête "Conditions de vie et Aspirations des Français", CREDOC

**Les variables actives ayant participé à la construction
de « l'Espace général des opinions des Français »**

(analyse des correspondances multiples)

- Evolution ressentie du niveau de vie personnel au cours des 10 dernières années
- Evolution ressentie du niveau de vie des Français au cours des 10 dernières années
- Evolution attendue de ses conditions de vie dans les 5 prochaines années
- Sentiment de devoir s'imposer des restrictions sur certains postes de son budget
- Opinion sur son cadre de vie quotidien
- Opinion sur les dépenses de logement
- Satisfaction vis-à-vis de son état de santé personnel
- Souffrance de symptômes ou maux de société (indicateur synthétique du nombre de maux parmi les suivants : maux de tête, mal au dos, nervosité, état dépressif, insomnies)
- Accord avec l'idée : « La famille est le seul endroit où l'on se sente bien et détendu »
- Opinion sur le mariage : indissoluble/dissout si problème grave/dissout si accord
- Opinion sur le travail des femmes
- Opinion concernant l'effet des découvertes scientifiques en matière d'amélioration de la vie quotidienne
- Opinion sur le besoin de transformation de la société
- Opinion sur le fonctionnement de la justice
- Accord avec l'idée : « Le maintien en bonne santé est l'affaire des médecins »
- Accord avec l'idée : « On est mieux soigné quand on a de l'argent et des relations ».

II - Projection des questions posées par le SESSI

L'Espace général des opinions étant construit, on peut y projeter les réponses apportées aux questions posées par le SESSI. Comme nous allons le voir, **c'est l'opposition « modernisme/traditionalisme en matière de mœurs » qui explique le plus les attitudes affichées sur la qualité des produits ou sur la connaissance des labels** : il est vrai que cette opposition traduit essentiellement des effets d'âge ou de génération. On sait, en effet, que les jeunes générations sont plus modernistes en matière de mœurs que les plus anciennes.

A. Les critères de jugement de la qualité (Carte B)

Les Français qui mettent en avant, comme critère de qualité d'un produit industriel, **son niveau d'avancée technologique et son adaptation aux besoins** (voire son esthétique) se caractérisent par un plus grand modernisme en matière de mœurs (projection au Nord de l'Espace). Ils se positionnent également légèrement du côté de la satisfaction.

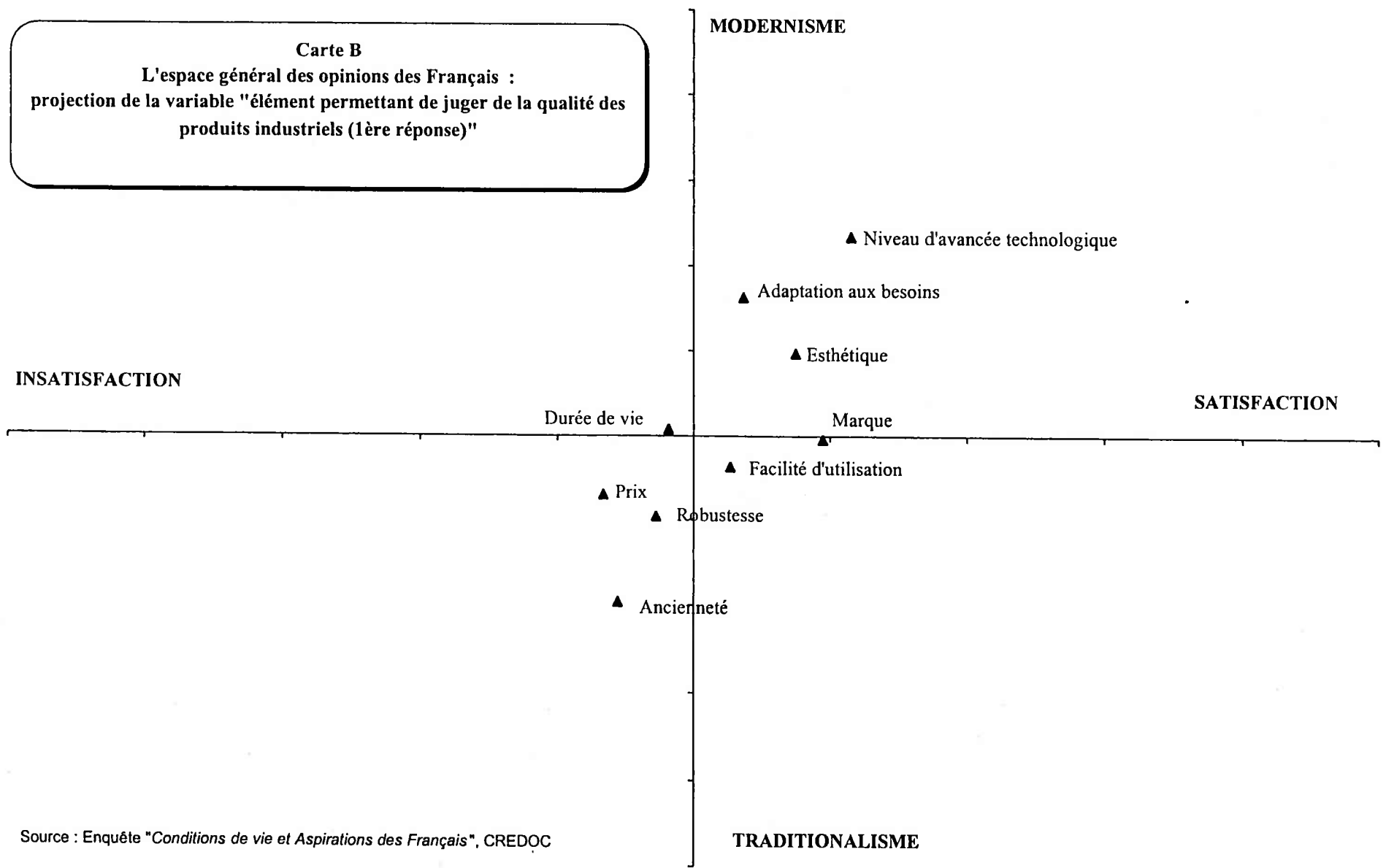
Les individus qui mettent en avant **l'ancienneté du produit ou sa robustesse** se projettent, en revanche, dans la partie Sud de la carte. Ils sont donc plutôt porteurs de valeurs traditionalistes. Rappelons que les partisans de ces deux critères sont effectivement un peu plus âgés qu'en moyenne. C'est tout particulièrement le cas de ceux qui mettent en avant l'ancienneté du produit.

On peut remarquer, par ailleurs, que le cadran Nord-Est, où se positionnent les individus « modernistes » et « satisfaits », est également celui où se projettent les individus ayant les attitudes les plus favorables aux innovations technologiques (Carte C). C'est aussi la zone où figurent les individus disposant, chez eux, d'une connexion à Internet, d'un micro-ordinateur ou d'un téléphone mobile. Il y a donc **convergence, sur ce sujet, entre les pratiques, l'attrance et les critères de qualité** : le modernisme en matière de mœurs, légèrement teinté de satisfaction, va de pair avec une attrance plus marquée envers les nouvelles technologies, attrance qui influe sur les jugements affichés en matière de qualité.

B. La qualité comparée des produits nationaux (Carte D)

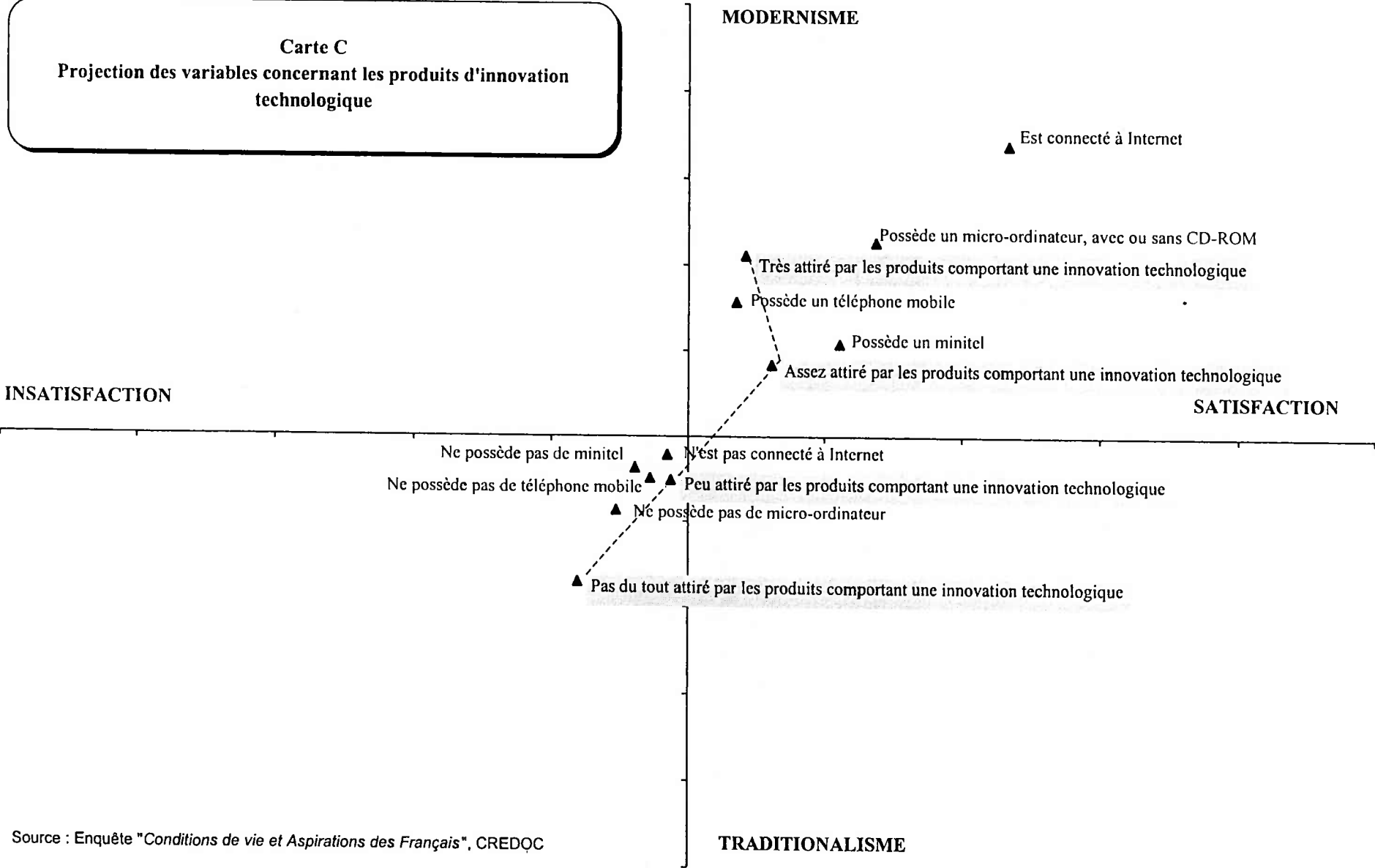
Estimer que les produits hexagonaux sont de qualité inférieure ou équivalente aux productions non-européennes ne dépend guère, ni du niveau de modernisme/traditionalisme en matière de mœurs, ni du degré de satisfaction/insatisfaction (projection au centre de l'Espace). Par contre, ceux de nos concitoyens qui trouvent que les productions françaises sont de qualité supérieure ont des attitudes teintées de traditionalisme.

Carte B
L'espace général des opinions des Français :
projection de la variable "élément permettant de juger de la qualité des
produits industriels (1ère réponse)"



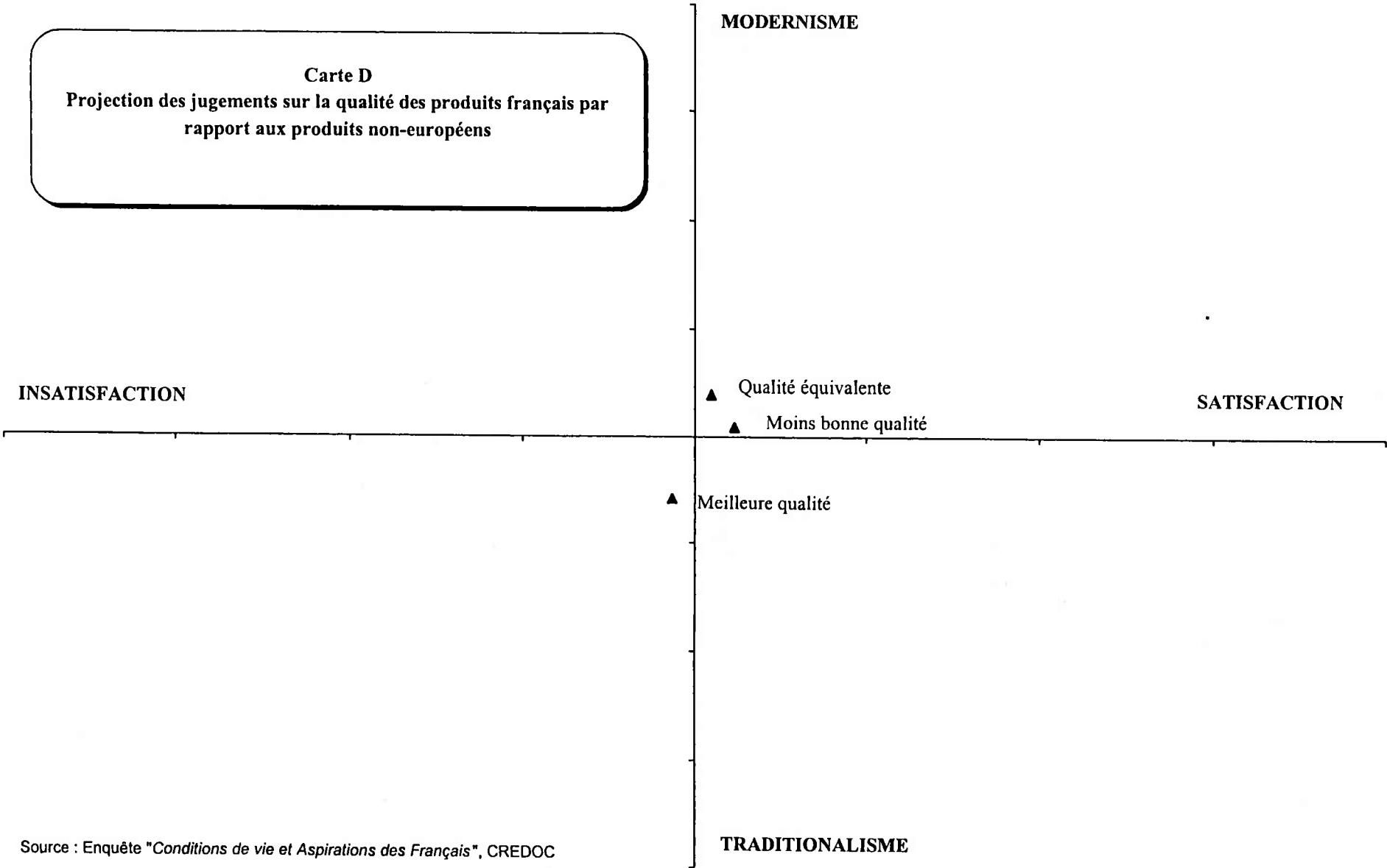
Source : Enquête "Conditions de vie et Aspirations des Français", CREDOC

Carte C
Projection des variables concernant les produits d'innovation technologique



Source : Enquête "Conditions de vie et Aspirations des Français", CREDOC

Carte D
Projection des jugements sur la qualité des produits français par rapport aux produits non-européens



Source : Enquête "Conditions de vie et Aspirations des Français", CREDOC

C. Les informations sur l'étiquetage des produits (Carte E)

Les deux axes de « l'Espace général des opinions des Français » structurent conjointement le positionnement des jugements portés sur les informations fournies par l'étiquetage des produits industriels :

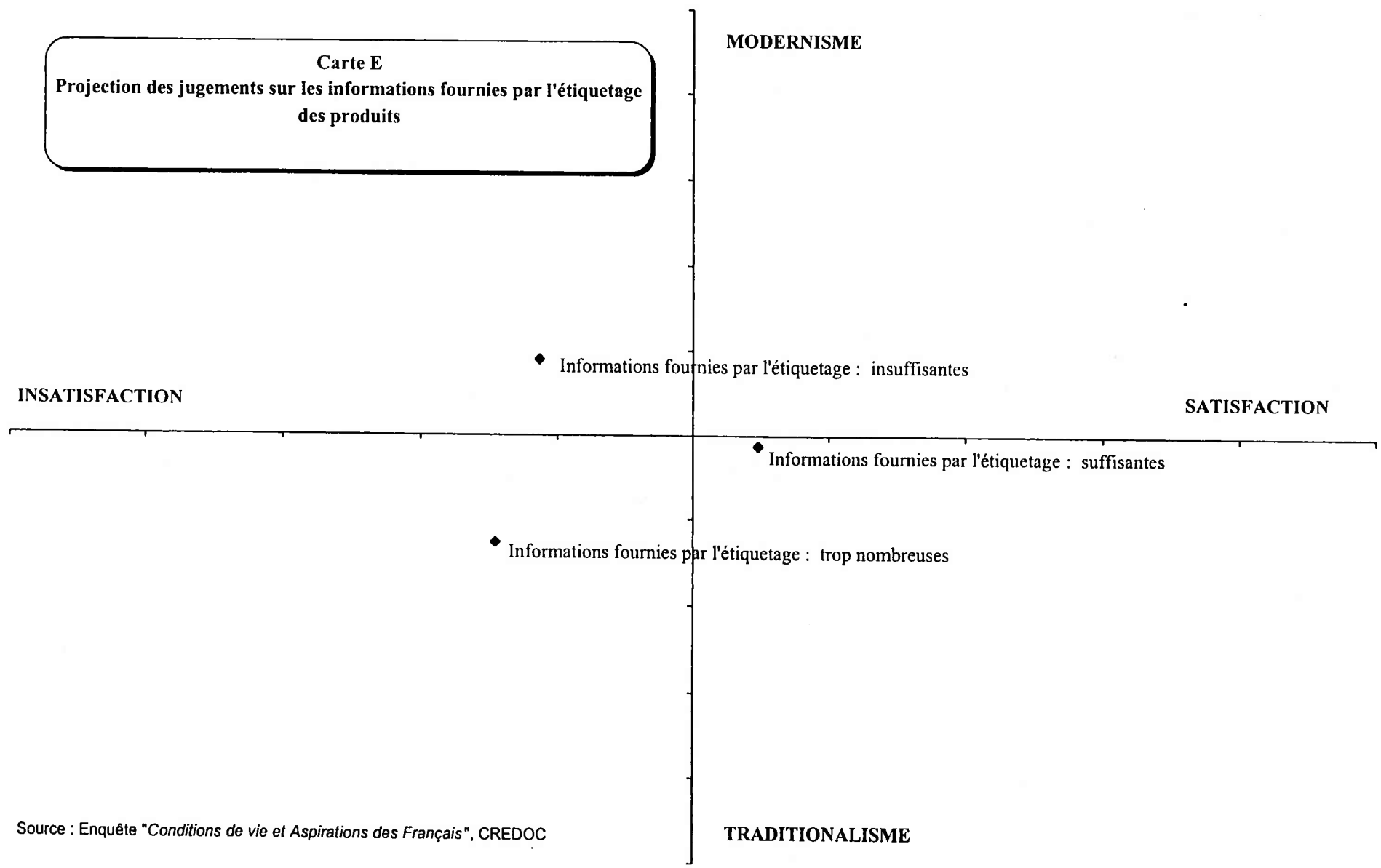
- L'opposition « **satisfaction/insatisfaction** » explique en partie le degré de contentement formulé : les informations conviennent (« elles sont suffisantes ») aux individus plutôt satisfaits par ailleurs (projection dans la partie droite de l'Espace) ; elles sont critiquées (« elles sont insuffisantes », « elles sont trop nombreuses ») par les individus globalement insatisfaits (Carte E, projection à gauche de l'Espace).
- Le second axe de « **modernisme/traditionalisme** » oppose les deux formes de **mécontentement**. L'une, que l'on pourrait qualifier de « modernisme exigeant », caractérise plutôt les individus qui ne considèrent pas cet étiquetage suffisamment informatif (plutôt attirés par l'innovation technologique, ils considèrent peut-être que cet étiquetage ne détaille pas assez ces aspects). L'autre, plus minoritaire, est peut-être le signe qu'une part de nos concitoyens se sent dépassée par la technicité des produits industriels récents : ils s'élèvent contre la prolifération des informations fournies par l'étiquetage. Ces derniers, un peu plus âgés, se situent plus bas dans l'Espace, davantage vers la zone du « traditionalisme ».

D. Le niveau de connaissance des labels "NF" et "CE" (Carte F)

La connaissance des labels dépend **systématiquement du degré de modernisme** en matière de mœurs (effet d'âge), et varie peu en fonction du degré de contentement des individus. Ainsi :

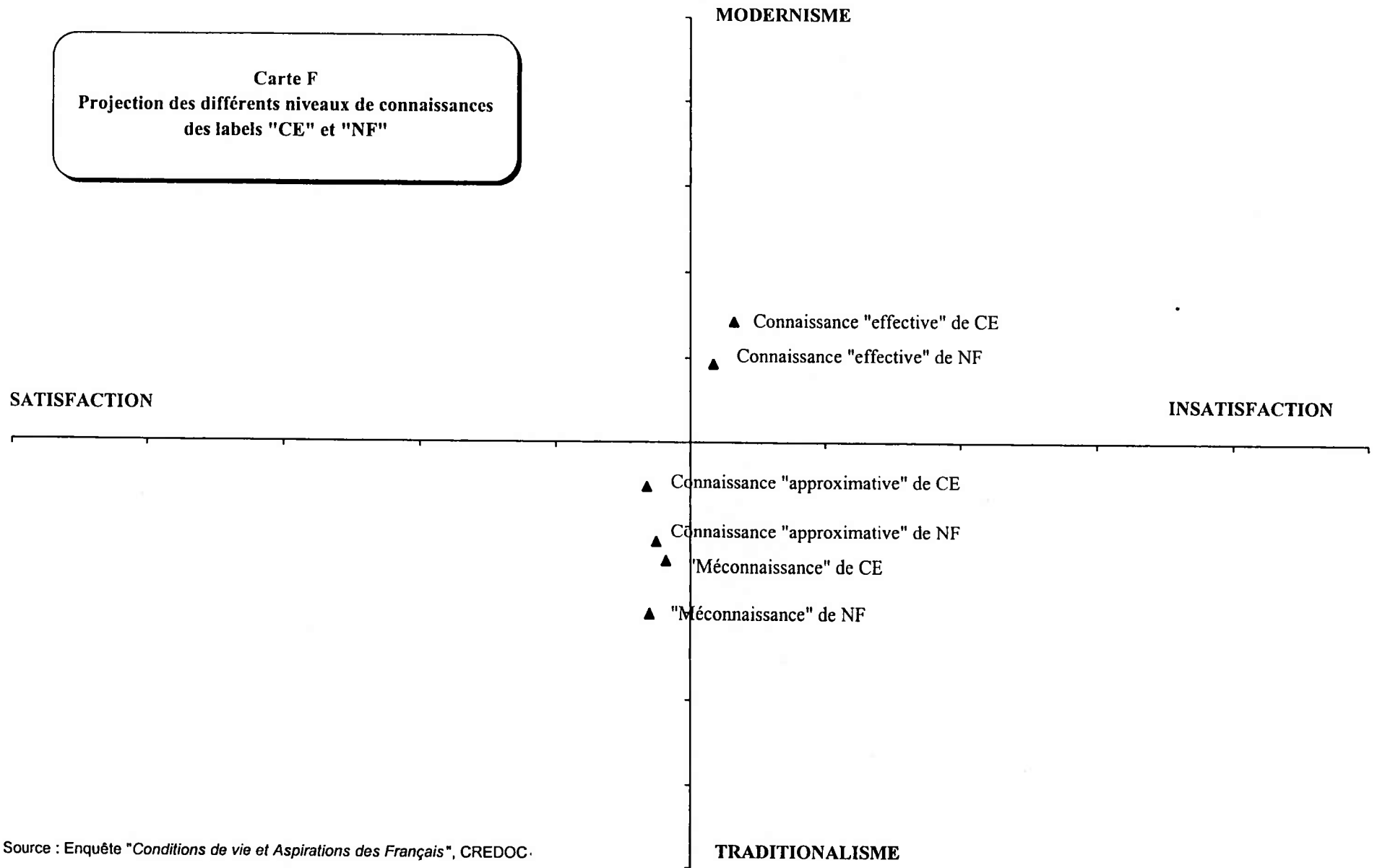
- * La connaissance effective des labels est plutôt le fait d'individus modernistes (projection au Nord).
- * La connaissance « approximative », celle d'individus un peu plus tirés vers le traditionalisme.
- * La méconnaissance des deux labels concerne des personnes « traditionalistes » en matière de famille, mariage ou travail féminin (projection au Sud).

Carte E
Projection des jugements sur les informations fournies par l'étiquetage des produits



Source : Enquête "Conditions de vie et Aspirations des Français", CREDOC

Carte F
Projection des différents niveaux de connaissances
des labels "CE" et "NF"



Source : Enquête "Conditions de vie et Aspirations des Français", CREDOC.

E. Les labels auxquels on accorde le plus de confiance (Carte G)

Enfin, là encore, la projection des réponses montre que les préférences dépendent beaucoup du degré de modernisme en matière de mœurs :

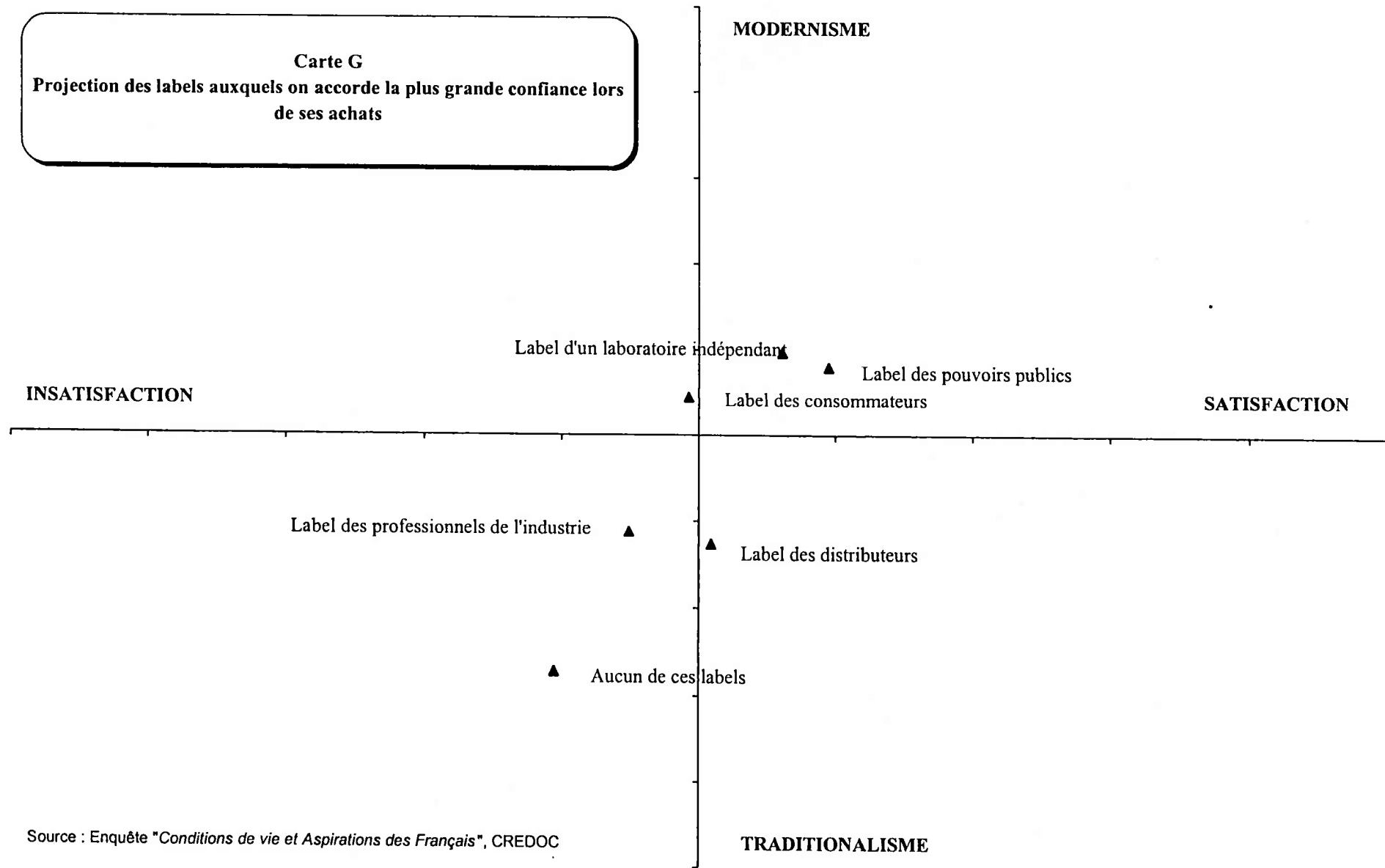
- * Les labels décernés par un laboratoire indépendant ou par les pouvoirs publics attirent plutôt des individus « ouverts » à une certaine modernité (projection au Nord de l'Espace, et du côté de la satisfaction). Ils traduisent une attente basée sur les essais des produits, leur test et sur la nécessité de normes imposées, et contrôlées, par les pouvoirs publics.
- * Les labels concernés par les professionnels de l'industrie, ou par les distributeurs attirent des individus attachés à une conception plus étroite de la famille ou du mariage, qui font plutôt confiance, avec systématisme, à « l'homme de l'art », au professionnel.

Remarquons que l'idée de n'accorder sa confiance à aucun des labels proposés est un sentiment qui s'accorde avec un traditionalisme profond en matière de mœurs et une certaine insatisfaction.

* * *
*

Au total, il apparaît que **les attitudes sur la qualité des produits industriels ou sur les labels dépendent peu du degré de « bien-être » ou de « mal-être » ressenti** : ce n'est pas parce que l'on est globalement satisfait de ses conditions de vie ou de la société –ou qu'on en est insatisfait- qu'on va porter des jugements particuliers sur la qualité des produits. En revanche, **l'opposition modernisme/traditionalisme explique une partie de ces opinions** : cet axe traduit surtout des différences d'âge, voire de génération. L'état d'esprit moderniste est, à vrai dire, symptomatique d'un certain besoin de changement, d'une certaine capacité à gérer la nouveauté et ce sont ces attitudes qui expliquent davantage les jugements que chacun peut porter sur la qualité des produits industriels ou sur les labels.

Carte G
Projection des labels auxquels on accorde la plus grande confiance lors de ses achats



Source : Enquête "Conditions de vie et Aspirations des Français", CREDOC

ANNEXE II

Les éléments permettant de juger la qualité d'un produit industriel

- Tableaux complémentaires -

Tableau A1
Les déterminants de la qualité : principales associations de réponses

Rang	Association	Effectif	Pourcentage	Pourcentage cumulé
1	Durée de vie et Robustesse	169	8,4	8,4
2	Prix et Robustesse	169	8,4	16,9
3	Prix et Durée de vie	162	8,1	25,0
4	Prix et Adaptation aux besoins	138	6,9	31,8
5	Adaptation aux besoins et Facilité d'utilisation	130	6,5	38,3
6	Durée de vie et Adaptation aux besoins	126	6,3	44,6
7	Robustesse et Adaptation aux besoins	113	5,7	50,3
8	Durée de vie et Facilité d'utilisation	91	4,6	54,9
9	Adaptation aux besoins et Avancée technologique	80	4,0	58,9
10	Prix et Marque	79	4,0	62,9
11	Prix et Facilité d'utilisation	73	3,6	66,5
12	Robustesse et Facilité d'utilisation	73	3,6	70,1
13	Robustesse et Marque	56	2,8	72,9
14	Durée de vie et Marque	49	2,5	75,4
15	Marque et Facilité d'utilisation	37	1,9	77,3
16	Prix et Avancée technologique	37	1,8	79,1
17	Durée de vie et Avancée technologique	36	1,8	80,9
18	Robustesse et Avancée technologique	34	1,7	82,6
19	Ancienneté et Robustesse	32	1,6	84,2
20	Marque et Avancée technologique	31	1,6	85,8
21	Ancienneté et Durée de vie	31	1,5	87,3
22	Adaptation aux besoins et Marque	31	1,5	88,9
23	Esthétique et Prix	30	1,5	90,4
24	Esthétique et Durée de vie	25	1,2	91,6
25	Ancienneté et Prix	24	1,2	92,8
	<i>Autres cas</i>	144	7,2	100,0
	Total	2000	100,0	

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Tableau A2

Les éléments permettant de juger de la qualité des produits industriels (1^{ère} et 2^{ème} réponses cumulées)

- Taux de citation du prix, de la marque et de l'esthétique -

(en %)

	Prix	Marque	Esthétique
Sexe			
. Homme.....	33,7	15,0	5,5
. Femme.....	37,4	16,0	5,9
Profession exercée			
. Indépendant (1).....	26,2	19,6	3,5
. Cadre supérieur.....	30,0	8,9	4,0
. Profession intermédiaire.....	33,6	14,1	5,0
. Employé.....	44,0	17,9	6,6
. Ouvrier.....	36,9	17,5	10,5
. Etudiant.....	40,3	24,0	8,2
. Retraité.....	32,9	12,6	3,7
. Autre inactif (2).....	36,0	14,4	3,8
Age			
. Moins de 25 ans.....	42,6	21,9	11,6
. 25 - 39 ans.....	37,1	17,4	7,2
. 40 - 59 ans.....	34,5	13,4	3,8
. 60 - 69 ans.....	32,2	11,4	4,0
. 70 ans et plus.....	31,6	13,7	2,2
Diplôme			
. Aucun, CEP.....	40,5	18,2	5,7
. BEPC, Technique (inf. au Bac)	36,3	16,4	6,2
. BAC, Technique (niv. Bac).....	34,0	14,4	5,0
. Supérieur, grandes écoles.....	28,9	11,0	5,4
Revenu mensuel du foyer			
. Moins de 6.000 F.....	43,3	20,0	9,2
. 6.000 - 9.999 F.....	39,8	16,3	6,4
. 10.000 - 14.999 F.....	37,1	14,6	5,6
. 15.000 - 19.999 F.....	31,4	16,1	4,6
. Plus de 20.000F.....	23,8	13,2	3,4
Taille d'agglomération			
. Moins de 2.000 habitants.....	37,1	18,3	2,7
. 2.000 à moins de 20.000 hab.....	39,4	14,5	9,0
. 20.000 à moins de 100.000 hab.....	38,8	17,5	7,7
. 100.000 habitants et plus.....	33,3	15,8	5,7
. Paris et agglomération parisienne..	30,9	9,8	6,0
Ensemble	35,7	15,6	5,7

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

Tableau A3

Les éléments permettant de juger de la qualité des produits industriels (1^{ère} et 2^{ème} réponses cumulées)

- Taux de citation de l'adaptation du produit aux besoins -

	(en %)
	Adaptation aux besoins
Sexe	
. Homme.....	33,1
. Femme.....	31,0
Profession exercée	
. Indépendant (1)	32,9
. Cadre supérieur	52,7
. Profession intermédiaire.....	43,1
. Employé	27,6
. Ouvrier	23,1
. Etudiant	34,1
. Retraité	31,8
. Autre inactif (2).....	28,3
Age	
. Moins de 25 ans	27,3
. 25 - 39 ans	33,8
. 40 - 59 ans	33,1
. 60 - 69 ans	31,2
. 70 ans et plus.....	30,6
Diplôme	
. Aucun, CEP.....	18,3
. BEPC, Technique (inf. au Bac)	28,8
. BAC, Technique (niv. Bac)	43,3
. Supérieur, grandes écoles.....	48,6
Revenu mensuel du foyer	
. Moins de 6.000 F.....	28,2
. 6.000 - 9.999 F	26,0
. 10.000 - 14.999 F	29,1
. 15.000 - 19.999 F	38,2
. Plus de 20.000F.....	46,0
Taille d'agglomération	
. Moins de 2.000 habitants	31,1
. 2.000 à moins de 20.000 hab.....	24,7
. 20.000 à moins de 100.000 hab.....	26,0
. 100.000 habitants et plus	35,6
. Paris et agglomération parisienne....	40,3
Ensemble	32,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

Tableau A4

Les éléments permettant de juger de la qualité des produits industriels (1^{ère} et 2^{ème} réponses cumulées)

- Taux de citation de la facilité d'utilisation et du niveau d'avancée technologique -

	(en %)	
	Facilité d'utilisation	Niveau d'avancée technologique
Sexe		
. Homme	19,5	17,0
. Femme	24,6	8,5
Profession exercée		
. Indépendant (1).....	28,7	11,9
. Cadre supérieur.....	23,3	19,2
. Profession intermédiaire	19,1	19,4
. Employé.....	22,1	10,4
. Ouvrier.....	17,6	19,0
. Etudiant	10,4	9,5
. Retraité	26,2	6,4
. Autre inactif (2).....	24,8	
Age		
. Moins de 25 ans.....	11,3	16,7
. 25 - 39 ans.....	18,9	14,5
. 40 - 59 ans.....	25,8	12,0
. 60 - 69 ans.....	29,6	10,2
. 70 ans et plus	25,5	7,0
Diplôme		
. Aucun, CEP	23,1	7,7
. BEPC, Technique (inf. au Bac)	21,5	11,7
. BAC, Technique (niv. Bac)	22,0	16,2
. Supérieur, grandes écoles	22,5	18,3
Revenu mensuel du foyer		
. Moins de 6.000 F.....	16,7	5,7
. 6.000 - 9.999 F.....	17,8	11,8
. 10.000 - 14.999 F.....	23,4	12,5
. 15.000 - 19.999 F.....	27,2	12,6
. Plus de 20.000F	29,3	20,2
Taille d'agglomération		
. Moins de 2.000 habitants.....	22,9	12,3
. 2.000 à moins de 20.000 hab	22,6	10,9
. 20.000 à moins de 100.000 hab	21,5	13,0
. 100.000 habitants et plus	21,9	14,2
. Paris et agglomération parisienne...	23,0	11,5
Ensemble	22,2	12,6

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

Tableau A5
Les éléments permettant de juger de la qualité des produits industriels (1^{ère} et 2^{ème} réponses cumulées)

- Taux de citation de la robustesse et de la durée de vie -

	Robustesse (A)	Durée de vie (B)	« Solidité » (3) (en %)
Sexe			
. Homme.....	34,0	34,4	58,7
. Femme.....	32,4	34,6	59,6
Profession exercée			
. Indépendant (1).....	37,1	29,6	57,8
. Cadre supérieur.....	27,6	29,3	50,3
. Profession intermédiaire.....	32,8	30,0	57,1
. Employé.....	30,4	33,3	57,9
. Ouvrier.....	33,1	40,7	62,4
. Etudiant.....	19,0	34,3	48,5
. Retraité.....	37,0	33,7	60,6
. Autre inactif (2).....	36,6	38,1	65,1
Age			
. Moins de 25 ans.....	20,0	41,0	55,1
. 25 - 39 ans.....	31,6	33,9	58,3
. 40 - 59 ans.....	36,6	33,5	60,4
. 60 - 69 ans.....	35,7	33,2	60,2
. 70 ans et plus.....	39,7	33,2	61,8
Diplôme			
. Aucun, CEP.....	34,9	38,8	62,6
. BEPC, Technique (inf. au Bac).....	33,8	34,9	60,8
. BAC, Technique (niv. Bac).....	31,5	30,1	55,4
. Supérieur, grandes écoles.....	30,8	31,2	54,5
Revenu mensuel du foyer			
. Moins de 6.000 F.....	28,1	38,9	56,7
. 6.000 - 9.999 F.....	31,8	37,9	61,9
. 10.000 - 14.999 F.....	37,8	31,9	61,6
. 15.000 - 19.999 F.....	32,2	33,5	56,1
. Plus de 20.000F.....	30,7	27,7	52,8
Taille d'agglomération			
. Moins de 2.000 habitants.....	31,7	35,7	58,9
. 2.000 à moins de 20.000 hab.....	37,0	30,1	59,9
. 20.000 à moins de 100.000 hab.....	32,4	33,6	58,3
. 100.000 habitants et plus.....	30,5	35,5	57,9
. Paris et agglomération parisienne....	37,1	36,2	62,3
Ensemble	33,2	34,5	59,2

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

(3) Pourcentage d'individus ayant cité au moins une fois la robustesse ou la durée de vie (sans doubles comptes).

Tableau A6

Les éléments permettant de juger de la qualité des produits industriels (1^{ère} et 2^{ème} réponses cumulées)

- Taux de citation de l'ancienneté du produit -

	<i>(en %)</i>
	Ancienneté
Sexe	
. Homme.....	6,1
. Femme.....	8,2
Profession exercée	
. Indépendant (1).....	8,3
. Cadre supérieur.....	5,0
. Profession intermédiaire.....	2,8
. Employé.....	7,7
. Ouvrier.....	4,4
. Etudiant.....	6,6
. Retraité.....	9,7
. Autre inactif (2).....	10,3
Age	
. Moins de 25 ans.....	4,8
. 25 - 39 ans.....	5,4
. 40 - 59 ans.....	6,7
. 60 - 69 ans.....	11,0
. 70 ans et plus.....	11,6
Diplôme	
. Aucun, CEP.....	10,3
. BEPC, Technique (inf. au Bac).....	8,8
. BAC, Technique (niv. Bac).....	3,6
. Supérieur, grandes écoles.....	2,8
Revenu mensuel du foyer	
. Moins de 6.000 F.....	7,5
. 6.000 - 9.999 F.....	9,4
. 10.000 - 14.999 F.....	7,5
. 15.000 - 19.999 F.....	4,2
. Plus de 20.000F.....	4,7
Taille d'agglomération	
. Moins de 2.000 habitants.....	7,4
. 2.000 à moins de 20.000 hab.....	11,2
. 20.000 à moins de 100.000 hab.....	7,0
. 100.000 habitants et plus.....	6,9
. Paris et agglomération parisienne....	3,3
Ensemble	7,2

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

Tableau A7

Hierarchie des déterminants de la qualité en fonction du sexe (1^{ère} et 2^{ème} réponses cumulées)
(en %)

	Masculin	Féminin	Ensemble
Prix	33,7	37,4	35,7
Durée de vie	34,4	34,6	34,5
Robustesse	34,0	32,4	33,2
Adaptation aux besoins	33,1	31,0	32,0
Facilité d'adaptation	19,5	24,6	22,2
Marque	15,0	16,0	15,6
Niveau d'avancée technologique	17,0	8,5	12,6
Ancienneté	6,1	8,2	7,2
Esthétique	5,5	5,9	5,7

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Tableau A8

Hierarchie des déterminants de la qualité en fonction de la PCS (1^{ère} et 2^{ème} réponses cumulées)

	Indépendant (1)	Cadre supérieur	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Etudiant	Retraité	Autre inactif (2)	Ensemble (en %)
Prix	26,2	30,0	33,6	44,0	36,9	40,3	32,9	36,0	35,7
Durée de vie	29,6	29,3	30,0	33,3	40,7	34,3	33,7	38,1	34,5
Robustesse	37,1	27,6	32,8	30,4	33,1	19,0	37,0	36,6	33,2
Adaptation aux besoins	32,9	52,7	43,1	27,6	23,1	34,1	31,8	28,3	32,0
Facilité d'adaptation	28,7	23,3	19,1	22,1	17,6	10,4	26,2	24,8	22,2
Marque	19,6	8,9	14,1	17,9	17,5	24,0	12,6	14,4	15,6
Niveau d'avancée technologique	11,9	19,2	19,4	10,4	15,2	19,0	9,5	6,4	12,6
Ancienneté	8,3	5,0	2,8	7,7	4,4	6,6	9,7	10,3	7,2
Esthétique	3,5	4,0	5,0	6,6	10,5	8,2	3,7	3,8	5,7

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

Tableau A9

H hiérarchie des déterminants de la qualité en fonction de l'âge (1^{ère} et 2^{ème} réponses cumulées)

(en %)

	Moins de 25 ans	25-39 ans	40-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus	Ensemble
Prix	42,6	37,1	34,5	32,2	31,6	35,7
Durée de vie	41,0	33,9	33,5	33,2	33,2	34,5
Robustesse	20,0	31,6	36,6	35,7	39,7	33,2
Adaptation aux besoins	27,3	33,8	33,1	31,2	30,6	32,0
Facilité d'adaptation	11,3	18,9	25,8	29,6	25,5	22,2
Marque.....	21,9	17,4	13,4	11,4	13,7	15,6
Niveau d'avancée technologique	16,7	14,5	12,0	10,2	7,0	12,6
Ancienneté	4,8	5,7	6,7	11,0	11,6	7,2
Esthétique	11,6	7,2	3,8	4,0	2,2	5,7

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Tableau A10

H hiérarchie des déterminants de la qualité en fonction du niveau de diplôme (1^{ère} et 2^{ème} réponses cumulées)

(en %)

	Aucun, CEP	BEPC, Technique (inf. au Bac)	BAC, Technique (niv. Bac)	Supérieur, grandes écoles	Ensemble
Prix	40,5	36,3	34,0	28,9	35,7
Durée de vie	38,8	34,9	30,1	31,2	34,5
Robustesse	34,9	33,8	31,5	30,8	33,2
Adaptation aux besoins	18,3	28,8	43,3	48,6	32,0
Facilité d'adaptation	23,1	21,5	22,0	22,5	22,2
Marque.....	18,2	16,4	14,4	11,0	15,6
Niveau d'avancée technologique	7,7	11,7	16,2	18,3	12,6
Ancienneté	10,3	8,8	3,6	2,8	7,2
Esthétique	5,7	6,2	5,0	5,4	5,7

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Tableau A11
H hiérarchie des déterminants de la qualité en fonction des revenus mensuels du foyer
 (1^{ère} et 2^{ème} réponses cumulées)

	<i>(en %)</i>					
	Moins de 6 000 F	6 000-9 999 F	10 000- 14 999 F	15 000- 19 999 F	Plus de 20 000 F	Ensemble
Prix	43,3	39,8	37,1	31,4	23,8	35,7
Durée de vie	38,9	37,9	31,9	33,5	27,7	34,5
Robustesse	28,1	31,8	37,8	32,2	30,7	33,2
Adaptation aux besoins	28,2	26,0	29,1	38,2	46,0	32,0
Facilité d'adaptation	16,7	17,8	23,4	27,2	29,3	22,2
Marque	20,0	16,3	14,6	16,1	13,2	15,6
Niveau d'avancée technologique	5,7	11,8	12,5	12,6	20,2	12,6
Ancienneté	7,5	9,4	7,5	4,2	4,7	7,2
Esthétique	9,2	6,4	5,6	4,6	3,4	5,7

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

Tableau A12
H hiérarchie des déterminants de la qualité en fonction de la taille d'agglomération de résidence
 (1^{ère} et 2^{ème} réponses cumulées)

	<i>(en %)</i>					
	Moins de 2 000 hab.	2 000 à moins de 20 000 hab.	20 000 à moins de 100 000 hab.	100 000 hab. et plus	Paris et agglomération parisienne	Ensemble
Prix	37,1	39,4	38,8	33,3	30,9	35,7
Durée de vie	35,7	30,1	33,6	35,5	36,2	34,5
Robustesse	31,7	37,0	32,4	30,5	37,1	33,2
Adaptation aux besoins	31,1	24,7	26,0	35,6	40,3	32,0
Facilité d'adaptation	22,1	22,6	21,5	21,9	23,0	22,2
Marque	18,3	14,5	17,5	15,8	9,8	15,6
Niveau d'avancée technologique	12,3	10,9	13,0	14,2	11,5	12,6
Ancienneté	7,4	11,2	7,0	6,9	3,3	7,2
Esthétique	2,7	9,0	7,7	5,7	6,0	5,7

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

ANNEXE III

La qualité ressentie du dernier achat

- Tableaux complémentaires -

Tableau A13

La qualité du dernier achat dans le domaine de la vidéo, la photo, la hi-fi a-t-elle été ... ?

	(en %)				
	Meilleure que celle attendue	Moins bonne que celle attendue	Egale à celle attendue	Ne sait pas	Ensemble
Sexe					
. Homme.....	16,6	9,0	65,2	9,3	100,0
. Femme	11,4	9,2	66,2	13,2	100,0
Profession exercée					
. Indépendant (1).....	12,6	6,9	70,7	9,8	100,0
. Cadre supérieur.....	14,8	5,0	73,4	6,7	100,0
. Profession intermédiaire.....	13,9	9,5	68,6	8,0	100,0
. Employé.....	14,8	9,5	67,7	8,1	100,0
. Ouvrier.....	17,4	11,2	64,5	6,8	100,0
. Etudiant.....	14,6	13,0	61,5	10,9	100,0
. Retraité.....	11,2	6,4	61,4	21,0	100,0
. Autre inactif (2).....	12,8	11,1	65,1	11,0	100,0
Age					
. Moins de 25 ans.....	13,9	14,5	62,8	8,8	100,0
. 25 - 39 ans.....	14,7	10,1	69,4	5,8	100,0
. 40 - 59 ans.....	15,5	6,6	67,5	10,4	100,0
. 60 - 69 ans.....	10,8	10,9	62,7	15,7	100,0
. 70 ans et plus.....	10,9	4,9	58,2	26,0	100,0
Diplôme					
. Aucun, CEP.....	12,9	8,3	60,7	18,1	100,0
. BEPC, Technique (inf. au Bac)	14,3	10,6	65,7	9,3	100,0
. BAC, Technique (niv. Bac)	13,7	9,2	68,5	8,6	100,0
. Supérieur, grandes écoles.....	14,6	7,0	70,5	7,9	100,0
Revenu mensuel du foyer					
. Moins de 6.000 F.....	15,3	10,1	57,7	17,0	100,0
. 6.000 - 9.999 F.....	13,0	9,4	63,8	13,8	100,0
. 10.000 - 14.999 F.....	13,2	9,0	70,0	7,8	100,0
. 15.000 - 19.999 F.....	15,0	7,3	68,1	9,5	100,0
. Plus de 20.000F.....	15,6	8,5	68,8	7,1	100,0
Taille d'agglomération					
. Moins de 2.000 habitants.....	15,7	6,4	65,3	12,6	100,0
. 2.000 à moins de 20.000 hab.....	9,8	13,9	64,3	12,0	100,0
. 20.000 à moins de 100.000 hab.....	12,7	12,0	62,6	12,7	100,0
. 100.000 habitants et plus.....	14,1	8,3	65,5	12,2	100,0
. Paris et agglomération parisienne ...	15,7	7,7	71,0	5,6	100,0
Ensemble	13,9	9,1	65,7	11,3	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

Tableau A14

La qualité du dernier achat dans le domaine de l'électroménager a-t-elle été ... ?

(en %)

	Meilleure que celle attendue	Moins bonne que celle attendue	Egale à celle attendue	Ne sait pas	Ensemble
Sexe					
Homme.....	16,9	9,9	63,1	10,1	100,0
Femme	12,0	12,3	66,9	8,8	100,0
Profession exercée					
Indépendant (1).....	12,0	15,0	66,9	6,1	100,0
Cadre supérieur.....	13,0	13,1	65,3	8,5	100,0
Profession intermédiaire	12,0	14,1	64,8	9,0	100,0
Employé.....	15,8	11,1	64,2	8,9	100,0
Ouvrier.....	15,8	10,3	62,0	11,9	100,0
Etudiant.....	12,1	6,2	60,3	21,4	100,0
Retraité.....	13,2	8,5	69,3	9,0	100,0
Autre inactif (2).....	17,0	12,8	64,4	5,7	100,0
Age					
Moins de 25 ans.....	13,1	7,6	58,9	20,4	100,0
25 - 39 ans.....	16,0	11,3	64,4	8,3	100,0
40 - 59 ans.....	14,6	12,8	66,3	6,3	100,0
60 - 69 ans.....	11,8	14,0	66,9	7,3	100,0
70 ans et plus.....	13,1	7,3	68,7	10,9	100,0
Diplôme					
Aucun, CEP.....	14,7	10,2	65,1	10,0	100,0
BEPC, Technique (inf. au Bac)	14,8	12,1	64,3	8,8	100,0
BAC, Technique (niv. Bac)	14,1	10,1	66,6	9,2	100,0
Supérieur, grandes écoles.....	13,0	11,5	65,6	9,9	100,0
Revenu mensuel du foyer					
Moins de 6.000 F.....	13,1	10,9	58,9	17,1	100,0
6.000 - 9.999 F.....	14,4	10,2	64,0	11,4	100,0
10.000 - 14.999 F.....	15,6	11,7	67,0	5,7	100,0
15.000 - 19.999 F.....	12,9	11,6	70,0	5,5	100,0
Plus de 20.000F.....	16,1	11,0	65,7	7,2	100,0
Taille d'agglomération					
Moins de 2.000 habitants.....	14,6	10,4	66,2	8,7	100,0
2.000 à moins de 20.000 hab.....	14,7	13,1	63,7	8,6	100,0
20.000 à moins de 100.000 hab.....	13,0	9,8	62,6	14,6	100,0
100.000 habitants et plus.....	14,8	11,1	64,4	9,6	100,0
Paris et agglomération parisienne ...	13,6	11,4	68,1	6,9	100,0
Ensemble	14,3	11,1	65,1	9,4	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

Tableau A15
La qualité du dernier achat dans le domaine du bricolage a-t-elle été ... ?

	Meilleure que celle attendue	Moins bonne que celle attendue	Egale à celle attendue	Ne sait pas	Ensemble
<i>(en %)</i>					
Sexe					
Homme.....	12,5	10,7	60,7	16,0	100,0
Femme	7,6	5,3	53,6	33,5	100,0
Profession exercée					
Indépendant (1)	15,3	6,3	65,4	13,0	100,0
Cadre supérieur	12,7	6,9	55,5	24,9	100,0
Profession intermédiaire	9,3	9,8	60,5	20,4	100,0
Employé.....	8,4	7,0	54,5	30,1	100,0
Ouvrier.....	10,5	13,0	61,9	14,5	100,0
Etudiant.....	5,9	6,2	51,0	36,8	100,0
Retraité.....	8,7	4,8	54,2	32,3	100,0
Autre inactif (2).....	11,2	7,7	54,6	26,5	100,0
Age					
Moins de 25 ans	8,6	9,2	48,7	33,4	100,0
25 - 39 ans.....	9,2	9,3	58,6	22,8	100,0
40 - 59 ans.....	12,4	7,3	61,4	18,9	100,0
60 - 69 ans.....	9,0	8,3	54,9	27,9	100,0
70 ans et plus.....	8,3	3,2	52,6	35,9	100,0
Diplôme					
Aucun, CEP.....	10,1	6,0	54,2	29,6	100,0
BEPC, Technique (inf. au Bac)	10,7	8,6	59,4	21,3	100,0
BAC, Technique (niv. Bac)	7,9	10,4	58,1	23,6	100,0
Supérieur, grandes écoles.....	10,1	6,7	55,1	28,1	100,0
Revenu mensuel du foyer					
Moins de 6.000 F	9,2	5,5	50,0	35,3	100,0
6.000 - 9.999 F	8,9	8,5	53,0	29,7	100,0
10.000 - 14.999 F	9,3	9,0	61,7	19,9	100,0
15.000 - 19.999 F	13,3	9,5	58,3	18,9	100,0
Plus de 20.000F.....	11,4	6,5	59,8	22,3	100,0
Taille d'agglomération					
Moins de 2.000 habitants	11,0	8,2	59,8	20,9	100,0
2.000 à moins de 20.000 hab.....	9,0	8,7	59,6	22,7	100,0
20.000 à moins de 100.000 hab.....	10,8	7,1	51,7	30,5	100,0
100.000 habitants et plus.....	10,1	6,3	54,4	29,1	100,0
Paris et agglomération parisienne ...	7,9	9,6	58,3	24,1	100,0
Ensemble	9,9	7,8	57,0	25,3	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

Tableau A16

La qualité du dernier achat dans le domaine du matériel de sport a-t-elle été ... ?

	(en %)				
	Meilleure que celle attendue	Moins bonne que celle attendue	Egale à celle attendue	Ne sait pas	Ensemble
Sexe					
· Homme.....	14,9	6,8	51,5	26,8	100,0
· Femme	7,2	4,8	49,7	38,3	100,0
Profession exercée					
· Indépendant (1).....	7,7	8,7	55,1	28,4	100,0
· Cadre supérieur.....	14,0	8,9	55,1	22,0	100,0
· Profession intermédiaire.....	14,6	7,8	57,3	20,3	100,0
· Employé.....	12,9	6,3	49,2	31,6	100,0
· Ouvrier.....	11,4	5,0	58,8	24,9	100,0
· Etudiant.....	13,9	7,6	59,8	18,7	100,0
· Retraité.....	7,0	2,0	37,3	53,7	100,0
· Autre inactif (2).....	9,7	6,4	50,3	33,5	100,0
Age					
· Moins de 25 ans.....	16,4	8,1	54,3	21,2	100,0
· 25 - 39 ans.....	10,8	7,1	58,5	23,6	100,0
· 40 - 59 ans.....	12,0	5,5	51,5	31,0	100,0
· 60 - 69 ans.....	8,1	3,2	38,8	49,8	100,0
· 70 ans et plus.....	5,0	2,9	36,4	55,7	100,0
Diplôme					
· Aucun, CEP.....	7,6	3,8	42,3	46,4	100,0
· BEPC, Technique (inf. au Bac)	11,1	5,8	51,3	31,7	100,0
· BAC, Technique (niv. Bac)	13,6	7,0	53,8	25,5	100,0
· Supérieur, grandes écoles.....	12,4	7,1	58,5	22,0	100,0
Revenu mensuel du foyer					
· Moins de 6.000 F.....	11,1	5,7	43,1	40,1	100,0
· 6.000 - 9.999 F.....	9,2	7,0	42,9	40,9	100,0
· 10.000 - 14.999 F.....	10,8	5,3	54,1	29,8	100,0
· 15.000 - 19.999 F.....	13,9	5,5	52,5	28,1	100,0
· Plus de 20.000F.....	11,9	5,9	61,9	20,4	100,0
Taille d'agglomération					
· Moins de 2.000 habitants.....	10,7	5,1	49,0	35,2	100,0
· 2.000 à moins de 20.000 hab.....	12,9	6,3	50,2	30,6	100,0
· 20.000 à moins de 100.000 hab.....	11,7	6,6	44,3	37,4	100,0
· 100.000 habitants et plus.....	10,0	6,1	52,2	31,7	100,0
· Paris et agglomération parisienne ...	9,4	4,8	56,3	29,5	100,0
Ensemble	10,8	5,7	50,6	32,9	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

Tableau A17

La qualité du dernier achat dans le domaine de l'habillement, la chaussure a-t-elle été ... ?

	(en %)				
	Meilleure que celle attendue	Moins bonne que celle attendue	Egale à celle attendue	Ne sait pas	Ensemble
Sexe					
. Homme.....	15,5	14,5	67,3	2,7	100,0
. Femme	10,2	20,1	67,7	2,0	100,0
Profession exercée					
. Indépendant (1).....	11,6	14,8	72,0	1,6	100,0
. Cadre supérieur.....	9,0	19,3	70,0	1,8	100,0
. Profession intermédiaire.....	10,9	23,2	64,3	1,6	100,0
. Employé.....	15,2	20,7	63,2	0,8	100,0
. Ouvrier.....	16,4	17,3	65,1	1,2	100,0
. Etudiant.....	16,1	18,5	65,4	-	100,0
. Retraité.....	9,4	12,6	72,0	6,0	100,0
. Autre inactif (2).....	13,3	16,9	68,0	1,8	100,0
Age					
. Moins de 25 ans.....	17,3	19,0	63,2	0,4	100,0
. 25 - 39 ans.....	14,4	19,2	65,3	1,1	100,0
. 40 - 59 ans.....	11,6	18,9	67,7	1,7	100,0
. 60 - 69 ans.....	10,4	14,1	72,1	3,4	100,0
. 70 ans et plus.....	8,9	11,3	71,9	8,0	100,0
Diplôme					
. Aucun, CEP.....	13,4	13,1	69,2	4,3	100,0
. BEPC, Technique (inf. au Bac).....	13,9	18,4	65,4	2,2	100,0
. BAC, Technique (niv. Bac).....	9,7	16,7	72,5	1,1	100,0
. Supérieur, grandes écoles.....	11,9	22,6	64,6	0,9	100,0
Revenu mensuel du foyer					
. Moins de 6.000 F.....	12,9	16,6	67,6	2,9	100,0
. 6.000 - 9.999 F.....	13,7	16,8	66,0	3,5	100,0
. 10.000 - 14.999 F.....	11,9	20,9	65,7	1,5	100,0
. 15.000 - 19.999 F.....	14,1	16,8	66,9	2,2	100,0
. Plus de 20.000F.....	14,4	17,0	67,9	0,7	100,0
Taille d'agglomération					
. Moins de 2.000 habitants.....	13,9	16,4	67,7	2,0	100,0
. 2.000 à moins de 20.000 hab.....	15,6	14,2	67,7	2,5	100,0
. 20.000 à moins de 100.000 hab.....	12,7	18,4	64,9	4,0	100,0
. 100.000 habitants et plus.....	11,3	21,0	65,7	2,0	100,0
. Paris et agglomération parisienne ...	10,2	15,5	72,3	1,9	100,0
Ensemble	12,7	17,4	67,5	2,3	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise hors profession libérale

(2) Femmes au foyer essentiellement

ANNEXE IV

Tris à plat et libellés des questions posées à la demande du Service des Statistiques Industrielles (SESSI)

Vague de début 1999 de l'enquête du CREDOC
« Conditions de vie et Aspirations des Français »

Q1 - Parmi les éléments suivants, quels sont dans l'ordre les deux auxquels vous attachez le plus d'importance pour juger de la qualité d'un produit industriel (du type électroménager, vidéo, photo hifi) ?

(Présentez la liste - classez les deux réponses)

	1ère réponse	2ème réponse
. L'esthétique du produit	1,7	4,0
. L'ancienneté du produit	4,6	2,6
. Le prix du produit	19,9	15,8
. La durée de vie du produit	17,9	16,6
. La robustesse du produit	17,0	16,1
. L'adaptation du produit à vos propres besoins	18,2	13,8
La marque du produit	9,0	6,5
. La facilité d'utilisation du produit	6,5	15,7
. Le niveau d'avancée technologique du produit	4,7	7,9
. <i>Ne sait pas</i>	0,5	0,9

Q2 - Selon vous, comparés aux produits fabriqués hors d'Europe, les produits fabriqués en France sont-ils, de façon générale, de meilleure qualité, de moins bonne qualité ou de qualité équivalente ?

(Enumérez - une seule réponse)

. De meilleure qualité que les produits fabriqués hors d'Europe.....	32,3
. De moins bonne qualité que les produits fabriqués hors d'Europe	7,0
. De qualité équivalente à celle des produits fabriqués hors d'Europe	58,1
. <i>Ne sait pas</i>	2,6

Q3 - Nous allons parler de vos derniers achats dans une série de domaines tels que la vidéo, la photo, l'électroménager, etc. Pour chacun d'eux, dites-moi si la qualité du dernier produit que vous avez acheté a été meilleure que ce à quoi vous vous attendiez, moins bonne que ce à quoi vous vous attendiez ou égale à ce à quoi vous vous attendiez.

(Citez un à un - une réponse par ligne)

Dans le domaine de :	La qualité de votre dernier achat était-elle ?			
	Meilleure que celle attendue	Moins bonne que celle attendue	Egale à celle attendue	<i>Ne sait pas</i>
. La vidéo, photo, hi-fi	13,9	9,1	65,7	11,3
. L'électroménager	14,3	11,1	65,1	9,4
. Le matériel de bricolage	9,9	7,8	57,0	25,3
. Le matériel de sport.....	10,8	5,7	50,6	32,9
. L'habillement ou la chaussure	12,7	17,4	67,5	2,3

Q4 - Estimez-vous que, d'une façon générale, l'étiquetage des produits du type de ceux dont nous venons de parler présente des informations trop nombreuses, suffisantes ou insuffisantes ?

(Une seule réponse)

. Informations trop nombreuses	5,0
. Informations suffisantes	69,5
. Informations insuffisantes	23,8
. Ne sait pas	1,8

Q5 - Connaissez-vous le label "CE" ?

. Oui	65,9
. Non	34,1

Passez à Q7

Q6 - Pour vous, le label "CE" est-il plutôt une indication sur :

(Enumérez - une seule réponse)

. La provenance du produit	27,3
. La conformité à une réglementation	64,3
. La qualité du produit	6,3
. Ne sait pas	2,1

Q7 - Connaissez-vous le label "NF" ?

. Oui	87,3
. Non	12,7

Passez à Q9

Q8 - Pour vous, le label "NF" est-il plutôt une indication sur :

(Enumérez - une seule réponse)

. La provenance du produit	11,3
. La conformité à une réglementation	69,9
. La qualité du produit	17,3
. Ne sait pas	1,5

Q9 - Auquel de ces labels êtes-vous prêt à accorder la plus grande confiance lors de vos achats ?

(Présentez la liste - une seule réponse)

. Un label attribué par les professionnels de l'industrie	20,1
. Un label attribué par les distributeurs	6,9
. Un label attribué par les consommateurs	43,9
. Un label attribué par les pouvoirs publics	9,7
. Un label attribué par un laboratoire indépendant	15,1
. <i>Aucun</i>	2,9
. <i>Ne sait pas</i>	1,4

* * *
*

7