

COLLECTION DES RAPPORTS

L'ATTACHEMENT DES FRANÇAIS AU MADE IN FRANCE

Étude réalisée à la demande de la DGE

Emilie DAUDEY

Sous la direction de
Régis BIGOT

■ NOVEMBRE 2014



DÉPARTEMENT CONDITIONS DE VIE ET ASPIRATIONS

Document réalisé à la demande de la Direction Générale des Entreprises

Le département « Conditions de vie et Aspirations » est composé de :

Régis Bigot, Patricia Croutte, Emilie Daudey, Isabelle Delakian, Sandra Hoibian et Jörg Müller

CRÉDOC

Sommaire

AVANT-PROPOS	5
NOTE DE SYNTHÈSE	7
I. LA FABRICATION FRANÇAISE EST PERÇUE COMME UN GAGE DE QUALITÉ	10
II. UNE PERSONNE SUR DEUX DIT PRIVILEGIER LES ACHATS DE PRODUITS HEXAGONAUX ...	12
III. LES FRANÇAIS PRIVILEGIENT LA FABRICATION FRANÇAISE, SURTOUT POUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES	15
IV. PARMIS LES CRITERES DE CHOIX, LE PAYS DE FABRICATION A PLUS D'IMPORTANCE QUE PAR LE PASSE	17
V. L'INSTAURATION D'UN LABEL MADE IN FRANCE EST PLEBISCITE PAR DEUX TIERS DES FRANÇAIS	19
VI. TROIS PERSONNES SUR CINQ SONT PRETES A PAYER PLUS CHER LES PRODUITS FABRIQUES EN FRANCE	22
VII. L'ALLEMAGNE EST VUE COMME LE PAYS OU LES CONSOMMATEURS DEFENDENT LE MIEUX LEUR PRODUCTION NATIONALE	28
ANNEXES	31
1. Bruit médiatique autour du Made in France	32
2. Tableaux sociodémographiques	33
3. Questionnaire.....	39

Avant-Propos

Ce document présente les résultats d'une enquête analysant les opinions et les attitudes de la population en matière d'achats de produits industriels afin d'évaluer l'attachement de nos concitoyens à l'origine française de fabrication des produits. Cette étude est réalisée par le CRÉDOC à la demande de la Direction Générale des Entreprises. Ce travail prolonge de précédentes investigations menées par le CREDOC : plusieurs pour le Service des Études et des Statistiques Industrielles (SESSI) entre 1997 et 2005¹ et une pour le Conseil Général de l'Économie, de l'Industrie, de l'Énergie et des Technologies (CGE) en 2010².

Encadré 1 - Précisions méthodologiques

L'enquête a été réalisée en « face à face », entre décembre 2013 et janvier 2014, auprès d'un échantillon représentatif de 2003 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 général de la population, actualisé grâce à l'enquête emploi 2010 et aux données démographiques de l'INSEE 2012. Un redressement final a été effectué pour assurer la représentativité par rapport à la population nationale de 18 ans et plus.

Trois types de questionnements ont été soumis à un échantillon représentatif de la population française :

- **La préférence affichée pour les produits français** : les personnes interrogées pensent-elles que les produits français sont de meilleure qualité que les autres ? Privilégient-elles les produits fabriqués en France ? Si oui, sur quel type de produit exercent-elles cette préférence (alimentation, automobile...) ?
- **Les critères de choix des produits** : quels sont les principaux critères qui influencent l'acheteur ? Trouve-t-il utile d'apposer un label Made in France pour l'aider dans ses choix ? Est-il prêt à payer plus cher pour acheter des produits fabriqués en France ?
- **La perception du protectionnisme de nos voisins** : nos concitoyens pensent-

¹ Voit notamment Ariane DUFOR et Jean-Pierre LOISEL « Connaître l'origine de fabrication des produits industriels », *Le 4 pages des statistiques industrielles*, juillet 1997, <http://www.insee.fr/sessi/4pages/pdf/4p077.pdf> ; Régis BIGOT et David ALIBERT, « Le pays d'origine de fabrication des produits, un critère d'achat secondaire ou déterminant ? », CREDOC, Etude pour le SESSI, juin 2005, http://www.credoc.fr/pdf/Sou/Rapport_2005_%20SESSI.pdf

² Fanette RECOURS et Régis BIGOT, « Regards sur l'industrie, l'énergie et les technologies en France », rapport du CREDOC pour le Conseil Général de l'Industrie, de l'Énergie et des Technologies du Ministère de l'Économie et de l'Emploi, Collection des rapports n°272, octobre 2010, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R272.pdf>.

ils que dans d'autres pays, les consommateurs défendent mieux leur production nationale que les Français?

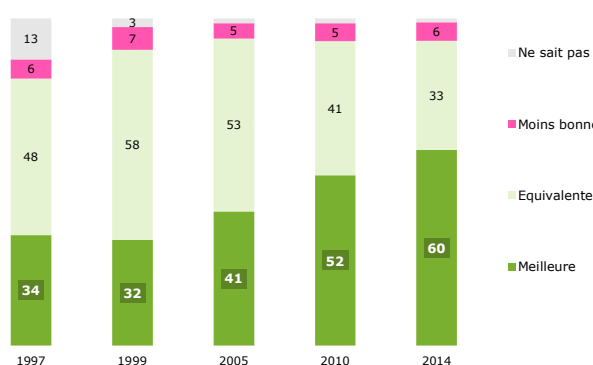
Note de synthèse

Les Français sont de plus en plus attachés au Made in France

Nos concitoyens semblent soucieux de l'origine de fabrication des produits industriels : **un consommateur sur deux déclare privilégier les produits français** ; et 68% estiment que les produits fabriqués en France sont de **meilleure qualité** que les biens produits hors d'Europe.

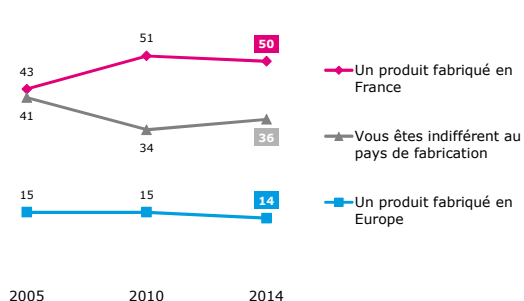
L'engouement des Français pour le Made in France

Selon vous, comparée aux produits fabriqués hors d'Europe, la qualité des produits industriels fabriqués en France est-elle ? (en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations » 1997, 1999, 2005 et 2014 ; CREDOC, enquête « Image de l'industrie », septembre 2010

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



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations » 2005 et 2014 ; CREDOC, enquête « Image de l'industrie », septembre 2010

Malgré la crise, plus de trois personnes sur cinq sont prêtes à payer plus cher les produits fabriqués en France

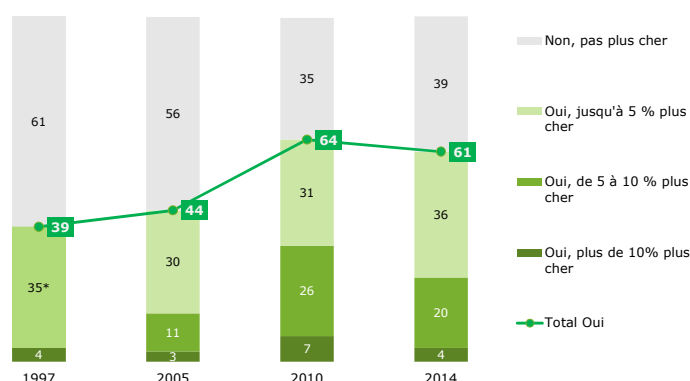
D'ailleurs, la population se dit très souvent **prête à payer plus cher** les produits manufacturés d'origine française et le consentement à payer plus cher a tendance à augmenter depuis quinze ans : il est passé de 39% en 1997 à 61% cette année (+22 points).

Mais pour acheter français, il faut commencer par savoir reconnaître l'origine des produits en magasin, ce qui n'est pas toujours évident pour le consommateur. Une multiplicité de logos et labels existent et il est souvent difficile de s'y retrouver. Le label officiel « Origine France Garantie », créé en 2011 a pour objectif de pallier ce problème, mais il n'a peut-être pas encore acquis la notoriété suffisante pour qu'une majorité de consommateurs le reconnaissent. **Nos concitoyens semblent pourtant très intéressés par un label distinctif des produits fabriqués en France** : 68% jugeraient un tel label utile pour choisir leurs produits ; ce taux atteint 85% parmi les consommateurs qui affichent la volonté de privilégier les produits Made in France. L'intérêt est plus fort que pour un label environnemental par exemple.

L'engouement pour le Made in France se reflète dans les intentions d'achat

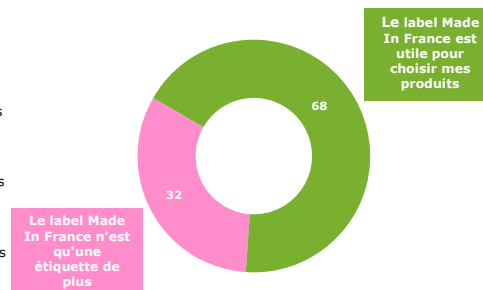
Par comparaison avec les produits fabriqués hors d'Europe, êtes-vous prêt à payer plus cher les produits industriels fabriqués en France ?

(en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations » 1997, 2005 et 2014 ; CREDOC, enquête « Image de l'industrie », septembre 2010.

« Un label distinctif « Made in France » permettrait de garantir que le produit a été conçu et fabriqué majoritairement en France. Personnellement, laquelle des propositions suivantes correspond le plus à ce que vous pensez ? » (en %)



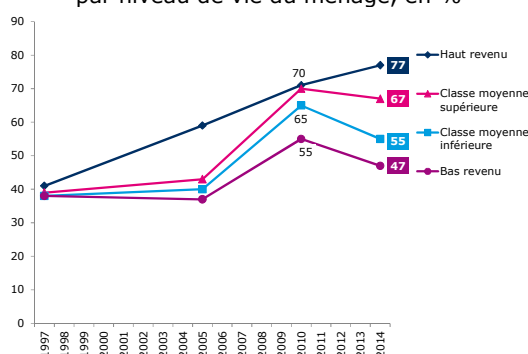
Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Le consentement à payer plus cher pour le Made in France est devenu une question de revenus, ce qui n'était pas le cas il y a quinze ans

L'engouement pour le Made in France doit être nuancé : depuis 2010, on constate, en effet, un **léger repli** du consentement à payer plus cher les produits français (-3 points). Et ce repli est encore plus marqué **chez les catégories modestes**. En 2014, 47% des ménages percevant des bas revenus estiment pouvoir se permettre d'acheter plus cher des biens manufacturés français, contre 55% en 2010 (-8 points). Les classes moyennes inférieures sont elles aussi moins enclines à payer plus cher le Made in France (-10 points).

Les plus modestes sont moins souvent prêts à payer qu'ils ne l'étaient en 2010

-Proportion d'individus se disant prêt à payer plus cher les produits fabriqués en France, par niveau de vie du ménage, en %-

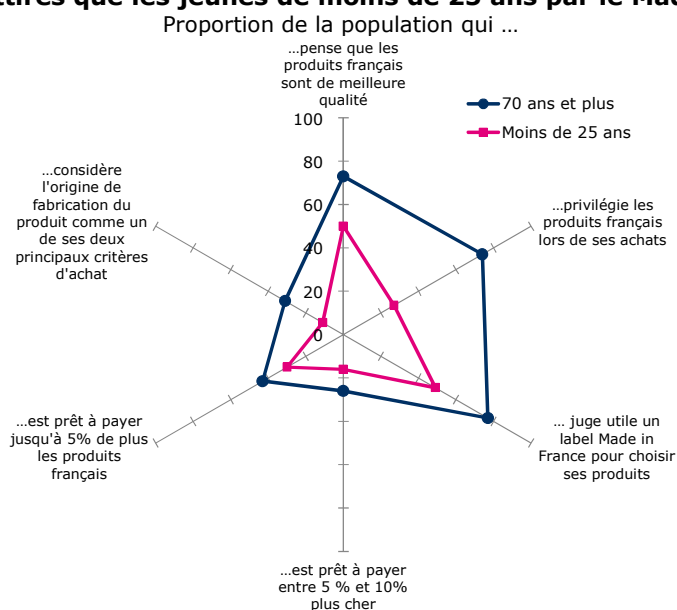


Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations » 1997, 2005 et 2014 ; CREDOC, enquête « Image de l'industrie », septembre 2010.

Encadré 2 - L'intérêt porté au fabriqué en France est plus fort chez les seniors

Les jeunes se préoccupent moins que les seniors du pays d'origine des produits et ils ont tendance à penser que les produits français sont de qualité équivalente à ce qui se fait à l'étranger. Ils disent majoritairement qu'ils ne veulent pas les payer plus cher que les produits hexagonaux et que leur principal critère d'achat est le prix des produits. Plus les individus interrogés avancent en âge, plus ils vantent la qualité des produits français, plus ils sont prêts à payer cher des produits hexagonaux et plus ils considèrent l'origine de fabrication des produits comme un critère important lors de l'acte d'achat.

Les seniors plus attirés que les jeunes de moins de 25 ans par le Made in France (en %)



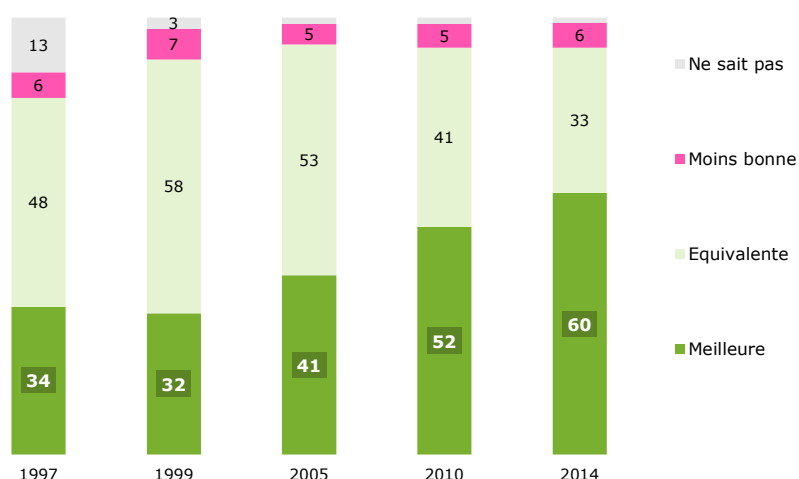
Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

I. La fabrication française est perçue comme un gage de qualité

Le « Made in France » est devenu, ces dernières années, un thème récurrent dans le **débat public** : la base de données Factiva recense près de 3 000 articles de presse qui s'en sont fait l'écho en 2013, contre seulement une centaine dix ans plus tôt (Cf. Graphique 19 en annexe p.32). Ce bruit médiatique renvoie, nous allons le voir, à des préoccupations croissantes de la population en la matière.

Tout d'abord, une proportion croissante de la population tend à considérer que la qualité des produits fabriqués en France est meilleure que celle des produits fabriqués hors d'Europe (32% en 1999, contre 60% cette année, soit +26 points au cours des quinze dernières années).

Graphique 1 - Selon vous, comparée aux produits fabriqués hors d'Europe, la qualité des produits industriels fabriqués en France est-elle ? (en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations » 1997, 1999, 2005 et 2014 ; CREDOC, enquête « Image de l'industrie », septembre 2010

Lecture : 60% des personnes interrogées en 2014 pensent que les produits industriels fabriqués en France sont meilleurs que les produits fabriqués hors d'Europe.

La perception d'une amélioration de la qualité des produits français est-elle partagée par l'ensemble de la population ou seulement par une partie d'entre elle ? Le Tableau 1 (résultats détaillés en annexe p.33) montre que deux franges de la population vantent particulièrement la qualité de la production hexagonale : les **séniors** et les **travailleurs indépendants** ; près de trois quarts d'entre eux pensent que la qualité des produits hexagonaux est meilleure que celle des produits fabriqués hors d'Europe, soit 10 points de plus que dans l'ensemble de la population. En ce qui concerne les travailleurs indépendants, notons que cette catégorie socio-professionnelle est composée, dans notre échantillon, pour près de moitié d'artisans : par leur proximité avec le sujet (ils participent eux-mêmes à la fabrication de produits français), ils sont peut-être plus sensibles à la qualité de la

production française que le reste de la population. Enfin, la **taille de l'agglomération** semble aussi être un marqueur sociologique important : les habitants des grandes villes et plus particulièrement de Paris sont moins laudateurs vis-à-vis des produits français. Les autres critères sociodémographiques ont peu d'influence.

Tableau 1 - Les profils sociodémographiques qui considèrent le plus/le moins que la qualité des produits fabriqués en France est meilleure (en %)

-Dans l'ensemble de la population : 59%-

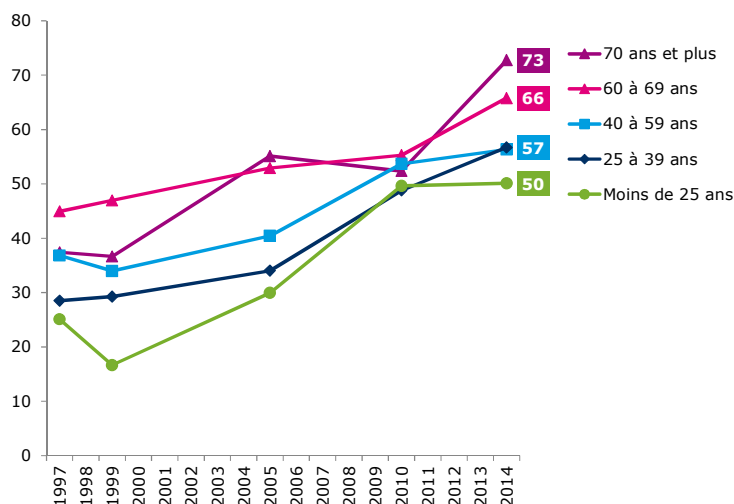
	Le plus		Le moins	
Age	60 à 69 ans 70 ans et plus	65 73	Moins de 25 ans	50
Catégorie socio-professionnelle	Travailleur indépendant Retraité	73 68	Employé	52
Taille d'agglomération	Commune rurale	67	Agglomération parisienne	54

Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Le graphique suivant montre que plus les personnes avancent en âge, plus elles sont sensibles à la qualité des produits français. Cette tendance est doublée d'un « **effet de période** » : chaque classe d'âge montre un intérêt croissant pour le Made In France au fil du temps : depuis une quinzaine d'années, on enregistre +25 points chez les moins de 25 ans et +35 points chez les 70 ans et plus.

Graphique 2 – Toutes les classes d'âge montrent un engouement croissant pour la qualité des produits français (en %)

-Proportion d'individus jugeant que la qualité des produits français est meilleure, par tranche d'âge et vague d'enquête-

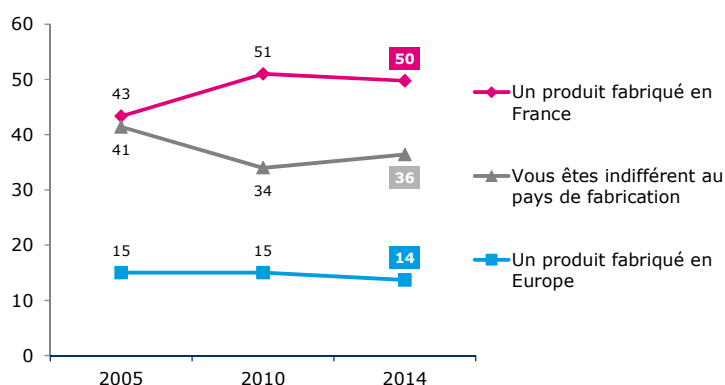


Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations » 1997, 1999, 2005 et 2014 ; CREDOC, enquête « Image de l'industrie », septembre 2010

II. Une personne sur deux dit privilégier les achats de produits hexagonaux

Début 2014, **une personne sur deux dit privilégier les produits fabriqués en France** pour les achats de produits industriels. Près d'un tiers de la population se déclare indifférente à l'origine des produits et un sixième privilégie les produits européens. L'attrait pour la production hexagonale **se maintient depuis 2010**, après une forte progression enregistrée au cours des années 2000.

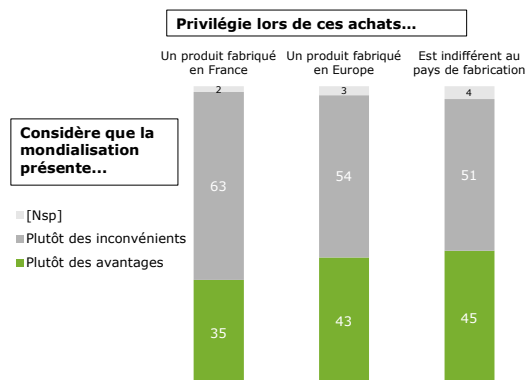
Graphique 3 - En général, quand vous achetez un produit industriel, privilégiez-vous ? (en%)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations » 2005 et 2014 ; CREDOC, enquête « Image de l'industrie », septembre 2010

Privilégier la production française est un acte symbolique non sans lien avec le regard porté sur d'autres questions économiques : ainsi, **63% des personnes qui disent privilégier le Made in France portent un regard critique sur la mondialisation**. L'inclination pour les produits français ne tient pas uniquement à la qualité perçue. Elle peut être également interprétée comme un **élan de solidarité** avec les salariés et les entreprises les plus exposées à la concurrence étrangère.

Graphique 4 – Les individus attirés par les produits français voient plutôt d'un mauvais oeil la mondialisation (en %)



Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Lecture : Sur 100 personnes disant privilégier des produits fabriqués en France, 35 considèrent que la mondialisation présente plutôt des avantages, 63 plutôt des inconvénients et 2 ne savent pas.

Le Tableau 2 permet de préciser les profils sociologiques des différents groupes de répondants :

- **Les partisans du Made in France** sont plus âgés, peu ou pas diplômés. Ils se disent sensibles aux questions environnementales, sont plus présents en zone rurale. Ils sont plus critiques vis-à-vis du modèle social français et remettent en cause plus facilement l'État Providence. Ils croient plus souvent que la société a besoin de plus d'ordre que de liberté. Ils ont une plus grande pratique religieuse, sortent peu au cinéma.
- **Ceux qui privilégient plutôt les produits européens** sont surreprésentés chez les **cadres, diplômés et les hauts revenus**. Ils témoignent d'une **forte sociabilité** (sont adhérents d'associations, sortent régulièrement au restaurant ou fréquentent des équipements sportifs), partent plus souvent en **vacances**. Ils sont plutôt « modernistes » en matière de mœurs et moins repliés sur la famille. Ils aspirent plus souvent à une société offrant plus de liberté. Ils se situent moins souvent aux extrêmes sur l'échelle politique que le reste de la population et se préoccupent plus d'environnement.
- Le profil de ceux qui sont **indifférents aux pays de fabrication des produits** est tout autre : **jeunes, étudiants et individus n'ayant pas d'enfant y sont surreprésentés**. Ils se situent donc en début de cycle de vie, subissent de fortes contraintes budgétaires et s'avèrent plus sensibles à l'argument prix (ils ne sont pas prêts à payer des taxes environnementales, ils préféreraient une amélioration de leur pouvoir d'achat à un temps libre plus long, etc.). Ils mettent par conséquent l'origine des produits au second plan. Enfin, ils demandent plus d'intervention de l'État pour contrôler les entreprises.

Tableau 2 – Profil des personnes interrogées selon qu’elles disent privilégier les produits fabriqués en France, en Europe ou être indifférents au pays de fabrication des produits

	Privilégie les produits fabriqués en France (50%)			Privilégie les produits fabriqués en Europe (13%)			Est indifférent au pays de fabrication des produits (37%)		
		Part dans cette catégorie (%)	Part dans la population totale (%)		Part dans cette catégorie (%)	Part dans la population totale (%)		Part dans cette catégorie (%)	Part dans la population totale (%)
Profil sociologique	Retraité	34	25	Diplômé du supérieur	40	30	Entre 18 et 40 ans	49	34
	70 ans et plus	24	17	Cadre et profession intellectuelle supérieure	14	9	Étudiant	11	7
	Propriétaire	46	38	A deux voitures	37	30	Locataire ou sous-locataire	55	46
	A des enfants	79	74	Hauts revenus	23	17	Célibataire	30	23
	N'a pas internet	24	19	Est accédant à la propriété	32	25	N'a pas d'enfant	34	26
	Non diplômé	22	18		18	13	Employé	22	17
	Commune rurale	26	23						
	Marié	43	39						
Opinions	Est très sensible à l'environnement	30	24	Est préoccupé de la dégradation de l'environnement	14	8	N'est pas prêt à payer de taxe environnementale	71	63
	Est prêt à payer une taxe environnementale.....	41	36	Pense qu'il est plutôt gagnant de la redistribution socio-fiscale	32	22	Est d'accord avec l'adoption par des couples de même sexe	52	44
	Trouve plutôt des inconvénients à la mondialisation	63	57	Estime que le nombre de chômeurs va se stabiliser dans un avenir proche	41	30	Pense que les aides pour les familles avec des enfants sont insuffisantes	38	31
	N'est pas du tout d'accord avec l'adoption par un couple de même sexe.....	43	38	Pense que la famille n'est pas le seul endroit où l'on se sente bien ..	53	43	Préférerait une amélioration de son pouvoir d'achat à plus de temps libre	42	36
	N'est pas attiré par les innovations technologiques	24	21	Pense que les femmes devraient travailler quand elles le désirent	82	73	Pense que l'État devrait contrôler davantage les entreprises	52	46
	Pense qu'aider les familles leur enlève tout sens des responsabilités.....	48	44	Se situe « Au centre » ; « plutôt à gauche » ou « plutôt à droite » sur l'échelle politique (vs. extrêmes) ...	62	57	S'impose des restrictions de budget	73	68
	Pense que les aides pour les familles avec des enfants sont suffisantes	67	63	Pense qu'on est mieux soigné quand on a de l'argent	78	69			
	Estime que la société a besoin de beaucoup plus d'ordre	32	28	Pense que les pauvres ont plutôt pas eu de chance (vs. n'ont pas fait d'effort)	66	59			
				Estime que la société a besoin d'un peu plus de liberté	24	19			
Pratiques	A une pratique religieuse	20	16	Est adhérent d'une association	60	48	Ne fréquente jamais de lieu de culte	67	58
	Ne va jamais au cinéma	35	32	Est parti en vacances dans l'année	68	57			
	Ne fréquente jamais d'équipement sportif	55	51	Fréquente régulièrement un équipement sportif	36	27			
				Va régulièrement au restaurant	37	29			

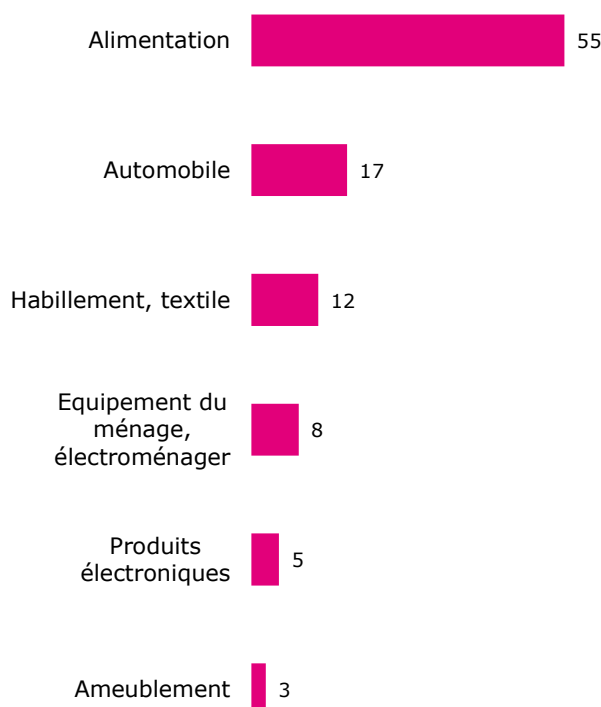
Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

III. Les Français privilégient la fabrication française, surtout pour les produits alimentaires

Les produits hexagonaux sont surtout privilégiés pour l'achat de **produits alimentaires** : plus de la moitié (55%) des sondés les citent en priorité au sein de cinq autres types de produits proposés (automobile, habillement, équipement, produits électroniques, ameublement). Ce résultat est peut-être lié au fait l'étiquetage des produits alimentaires permet de repérer facilement leur origine, que cela rassure les consommateurs préoccupés des risques sanitaires et cela reflète peut-être aussi une forme de fierté pour la qualité des produits gastronomiques français. On peut aussi faire l'hypothèse que le coût des produits alimentaires est moindre que les autres produits proposés dans la liste et qu'ils demandent donc moins d'effort financier.

Loin derrière l'alimentation, le second type de produits cités est **l'automobile**. D'après l'étude annuelle de l'Observatoire de la Marque France, malgré un net déclin depuis quelques années, les Français placent toujours Renault et PSA en tête des entreprises qui donnent la meilleure image de la France dans le monde.

Graphique 5 - Quel est le principal type de produit industriel pour lequel vous privilégiez un produit fabriqué en France? (en %)



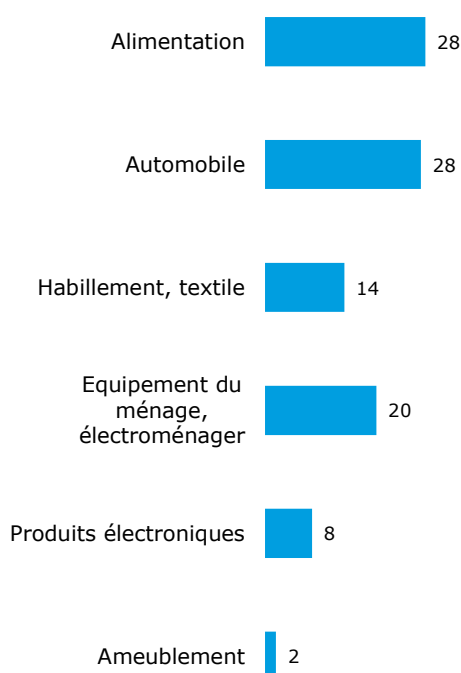
Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Lecture : 55% des personnes qui disent privilégier les produits industriels fabriqués en France, exercent ce choix principalement au moment de l'achat de produits alimentaires.

Le tableau qui se trouve en annexe (p.35) indique que le classement des types de produits est quasiment **le même pour toutes les catégories de population**. L'alimentaire est plus souvent cité, quel que soit le revenu, l'âge, ou la catégorie socio-professionnelle de la personne interrogée.

Les individus qui privilégient les produits fabriqués en Europe sont plus hétéroclites dans leur choix : 28% d'entre eux achètent européen pour l'alimentation, 28% pour l'automobile, 20% pour l'équipement du ménage, 14% pour l'habillement, 8% pour les produits électroniques, et 2% pour l'ameublement.

Graphique 6 - Quel est le principal type de produit industriel pour lequel vous privilégiez un produit fabriqué en Europe? (en %)



Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

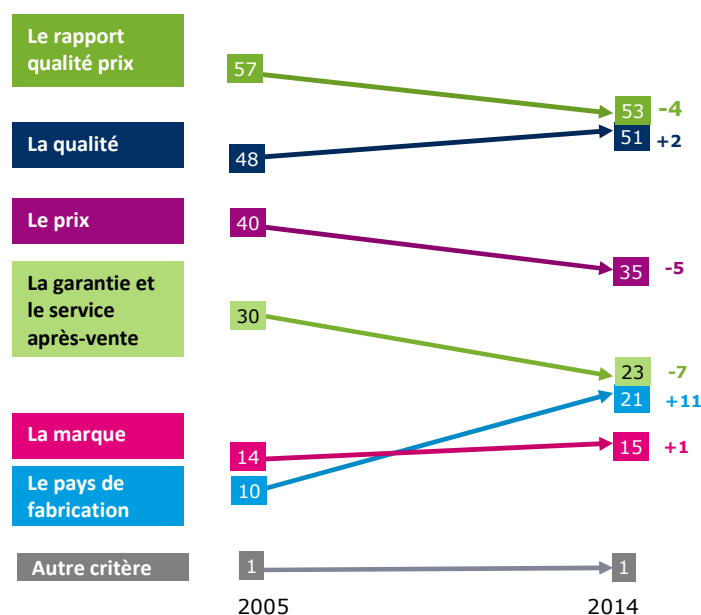
Lecture : 28% des personnes qui disent privilégier les produits industriels fabriqués en Europe, exercent ce choix principalement au moment de l'achat de produits alimentaires.

IV. Parmi les critères de choix, le pays de fabrication a plus d'importance que par le passé

L'origine de fabrication des produits n'est pas, loin s'en faut, le premier critère de choix des consommateurs. Le « rapport qualité prix » arrive bien avant (53% d'individus le désignent comme l'un des deux principaux critères). La qualité (51%) et le prix (35%) se classent ensuite en deuxième et troisième position. Puis vient la garantie, le service après-vente (23%) et enfin le pays de fabrication (21%). On notera cependant que « le pays de fabrication » a très fortement progressé depuis 2005 (+11 points). Une question posée dans l'enquête « Consommation » du CREDOC en 2012³ confirme ce phénomène : entre 2007 et 2012, une part croissante de Français déclare en effet que le pays de fabrication du produit peut les inciter à choisir un produit plutôt qu'un autre (de 68% à 81% de la population durant l'intervalle).

Graphique 7 - Parmi les critères suivants, quels sont, en général, les deux qui influencent le plus vos achats de produits industriels ?

- Cumul des deux premières réponses pour 2005 et 2014 / total des réponses égal à 200 (en %) -



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations », 2005 et 2014

Lecture : en 2014, 53% des personnes interrogées citent le rapport-qualité-prix comme un des deux critères qui influencent le plus leur choix de produits industriels.

³ « Les attentes des consommateurs, changements de comportement et révolution digitale », CREDOC, 2012 http://www.dgcis.gouv.fr/files/files/directions_services/secteurs-professionnels/commerce/HCR/credoc-attente-consommateurs.pdf

Le Tableau 3 apporte des précisions sur les profils de chaque répondant :

- Pour les catégories sociales éprouvant des contraintes financières fortes (non diplômés, bas revenus, ouvriers et personnes au foyer, moins de 25 ans), le prix constitue un des deux critères principaux lors de l'acte d'achat.
- Les diplômés, les hauts revenus et les cadres sont relativement sensibles au « rapport qualité-prix » et à « la garantie et le service après-vente ». Ces catégories plus aisées sont prêtes à payer plus cher lorsque la qualité est au rendez-vous. On remarquera en revanche qu'ils ne considèrent pas plus que les autres « le pays de fabrication » comme un critère essentiel lors de l'acte d'achat.
- Le pays de fabrication est plus souvent cité par les seniors (31% d'entre eux le considèrent comme un de leurs deux critères principaux, contre 21% de l'ensemble de la population) et les travailleurs indépendants (29%).

Tableau 3 - Quel critère influence le plus vos achats de produits industriels?

-en % par ligne - 1^{ère} et 2^{ème} réponse cumulées-

	Le rapport qualité-prix	La qualité	Le prix	La garantie et le service après-vente	Le pays où est fabriqué le produit	La marque	Autre critère
Sexe							
Homme	52	53	34	24	19	17	(1)
Femme	54	48	37	22	22	14	(1)
Age							
Moins de 25 ans	55	46	48	13	11	26	(1)
25 à 39 ans	54	48	42	20	16	19	(2)
40 à 59 ans	54	51	37	25	20	12	(2)
60 à 69 ans	58	47	27	28	25	14	(1)
70 ans et plus	43	60	27	25	31	12	(1)
Diplôme							
Non diplômé	36	55	47	20	24	17	(2)
BEPC	47	51	41	23	20	16	(0)
BAC	59	50	36	20	19	18	(1)
Diplômé du supérieur	65	48	22	28	22	12	(2)
Catégorie socio-professionnelle							
Travailleur indépendant	60	52	22	(23)	29	(12)	(0)
Cadre et prof. intellectuelle sup.	65	51	20	30	20	(10)	(4)
Profession Intermédiaire	58	50	33	23	19	16	(1)
Employé	53	47	42	20	18	18	(2)
Ouvrier	45	49	50	21	16	17	(1)
Personne au foyer	42	55	47	19	20	15	(2)
Retraité	50	52	27	28	28	12	(1)
Autre inactif	50	52	27	28	28	12	(1)
Revenu du foyer par UC							
Bas revenu	45	52	51	18	18	16	(1)
Classe moyenne inférieure	49	48	41	23	23	14	(0)
Classe moyenne supérieure	57	49	31	26	22	14	(2)
Haut revenu	62	53	20	29	20	15	(2)
Taille d'agglomération							
Communes rurales	54	51	32	26	23	13	(1)
2 000 à 20 000 habitants	47	51	40	22	27	12	(0)
20 000 à 100 000 habitants	58	48	38	24	17	13	(1)
Plus de 100 000 habitants	54	51	36	20	22	17	(1)
Agglomération parisienne	52	50	33	28	13	21	(3)
Ensemble de la population	53	50	36	23	21	16	(2)

Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Lecture : la « qualité » est citée par 53% des hommes et 48% des femmes comme un de leurs deux principaux critères pour l'achat de produits industriels.

V. L'instauration d'un label Made in France est plébiscité par deux tiers des Français

Systematiser et harmoniser la présence d'informations sur l'origine de fabrication des produits est à l'étude depuis le rapport rédigé par Yves Jégo en 2010⁴. Depuis, le label Origine France Garantie a vu le jour (cf. Encadré 2). Néanmoins, le label semble manquer encore de notoriété. Une des 22 propositions de la mission sur la « Marque France » lancée par le gouvernement en janvier 2013⁵ consiste d'ailleurs à « conforter, élargir et démocratiser » ce label. Car il existe une multitude d'autres labels qui renvoient plus ou moins directement à la fabrication française et donc brouillent le message auprès du consommateur.

Logo du label officiel Origine France Garantie



Exemples d'autres labels s'appuyant sur le concept de « Fabriqué en France » :



Encadré 2 – Le label Origine France Garantie

Le label Origine France Garantie présenté officiellement à l'Assemblée nationale le 19 mai 2011, a pour objectif, d'une part, de donner aux consommateurs une information claire sur l'origine d'un produit et, d'autre part, de permettre aux entreprises qui font cette démarche de certification, de valoriser leur production. Pour obtenir ce label, le produit fabriqué doit respecter les deux critères suivants :

- le lieu où le produit prend ses caractéristiques essentielles est situé en France
- 50% au moins du prix de revient unitaire est acquis en France

L'entreprise candidate au label doit respecter un cahier des charges, présenté sur le site de l'Association Pro France, chargée de promouvoir la marque France. Le Bureau Veritas Certification a été désigné par l'association Pro France pour assurer la gestion technique et opérationnelle. Cf. <http://www.economie.gouv.fr/cedef/label-origine-france-garantie>

Ce label est encore assez restrictif. Par exemple, il ne s'applique qu'aux biens et pas aux activités de services. Aussi, il ne permet pas à des entreprises dont la matière première ne peut venir de France (comme le cuir d'un sac ou le cacao d'un chocolat), d'accéder à la labellisation.

⁴ Yves Jégo, « En finir avec la mondialisation anonyme : la traçabilité au service des consommateurs et de l'emploi », mai 2010, <http://www.profrance.org/ressources/telechargement/RapportYvesJego.pdf>

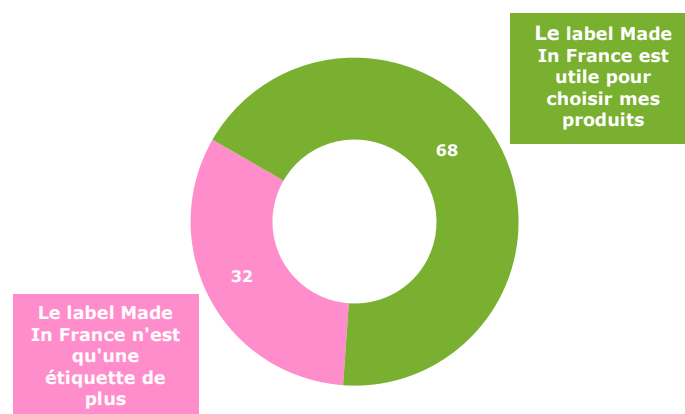
⁵ Mission Marque France présidée par Philippe Lentschener, « Acte 1 Consultation », Juin 2013, http://www.redressement-productif.gouv.fr/files/20130628_rapport_marque_france.pdf

Quelle est l'opinion des Français par rapport à cette démarche de labellisation ? Jugent-ils cette information utile pour choisir leurs produits?

L'instauration d'un **label** Made in France est **soutenue par 68% des citoyens**, qui le jugeraient utile pour choisir leurs produits. Une question très similaire a été posée dans le cadre de l'enquête « Conditions de vie et aspirations » il y a trois ans pour l'ADEME, au sujet de l'utilité de l'instauration d'un label environnemental : 56% des sondés se disaient alors favorables, soit 12 points de moins que pour un label Made in France.

Graphique 8 - Adhésion au principe d'un label Made in France

« Un label distinctif « Made in France » permettrait de garantir que le produit a été conçu et fabriqué majoritairement en France. Personnellement, laquelle des propositions suivantes correspond le plus à ce que vous pensez ? » (en %)



Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Parmi les plus favorables à l'instauration d'un label Made in France, on retrouve les profils de ceux qui s'intéressent à l'origine des produits : principalement, les **personnes âgées, les travailleurs indépendants et les hauts revenus**.

Tableau 4 - Les profils sociodémographiques qui sont le plus/le moins favorables à l'instauration d'un label Made in France... (en %)

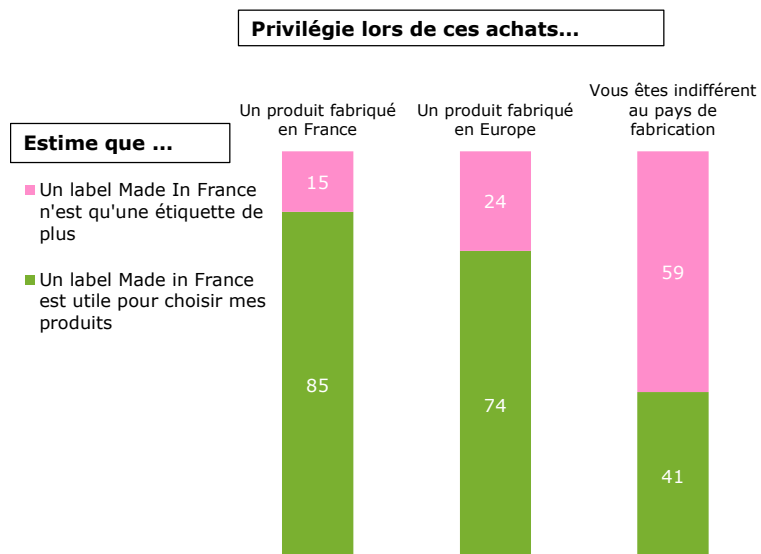
-Ensemble de la population : 67%-

	Le plus		Le moins	
Age	60 à 69 ans	73	Moins de 25 ans	51
	70 ans et plus	77	25 à 39 ans	42
Catégorie socio-professionnelle	Travailleurs indépendants	78	Employé	60
	Retraités	74	Ouvrier	57
			Autre inactif	56
Revenu	Haut revenu	76	Bas revenu	59

Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Le label emporte jusqu'à 85% d'adhésion chez les personnes disant privilégier le Made in France et 74% chez ceux attirés par les produits d'origine européenne.

Graphique 9 – Plus le consommateur privilégie les produits Français, plus le label Made in France lui semble utile



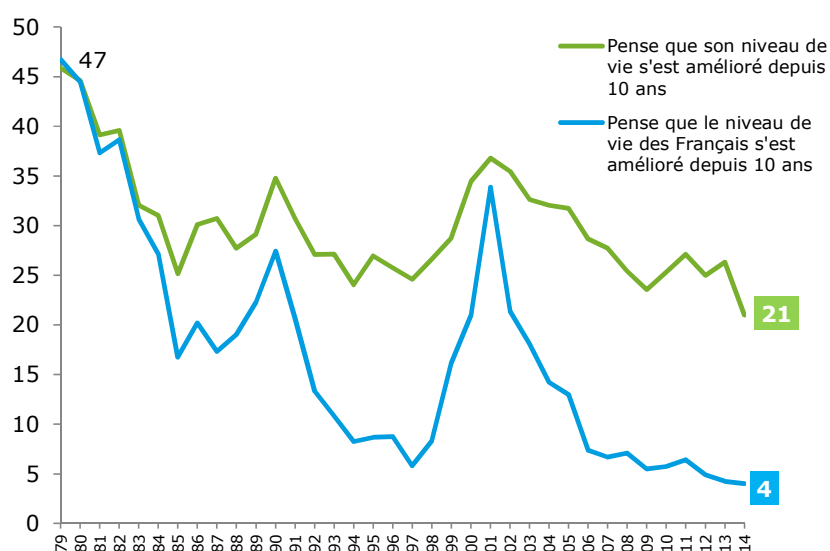
Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Lecture : 15% des personnes disant privilégier les produits fabriqués en France pensent qu'un label Made in France n'est qu'une étiquette de plus.

VI. Trois personnes sur cinq sont prêtes à payer plus cher les produits fabriqués en France

Au début 2014, les Français se montrent particulièrement **pessimistes** quant à la situation économique du pays : le pourcentage de ceux qui pensent que leur niveau de vie a progressé depuis 10 ans n'a jamais été aussi bas, atteignant 21% de la population. Et ils ne sont que 4% à penser que le niveau de vie de l'ensemble des Français a augmenté sur cette même période.

Graphique 10 – Pessimisme record, tant d'un point de vue personnel que collectif
Proportion d'individus qui pensent que leur niveau de vie s'est amélioré au cours des 10 dernières années et Proportion d'individus qui pensent le niveau de vie de l'ensemble des Français s'est amélioré (en %)

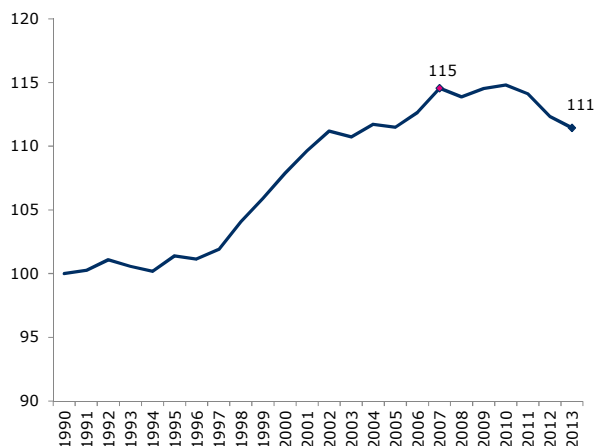


Source : CRÉDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français »

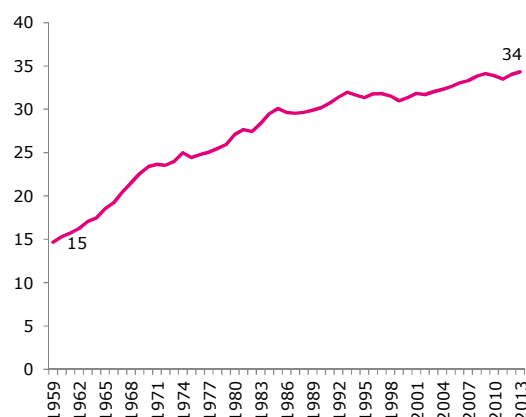
Il est vrai que les Français, depuis les années 2000, subissent une **stagnation** de leur **pouvoir d'achat**, voire une diminution depuis 2007 : le niveau de pouvoir d'achat par ménage est au même niveau en 2013 qu'en 2002 (Graphique 11). En outre, une part croissante du revenu des ménages est aujourd'hui consacrée aux **dépenses dites « contraintes »** – telles que les dépenses de logement et abonnements divers (téléphone, internet, énergie).

Graphique 11 – Pouvoir d'achat et dépenses contraintes des ménages

Évolution du pouvoir d'achat des ménages
Indice 100 en 1990



Ratio des dépenses de consommation pré-engagées sur le revenu disponible brut des ménages (en %)

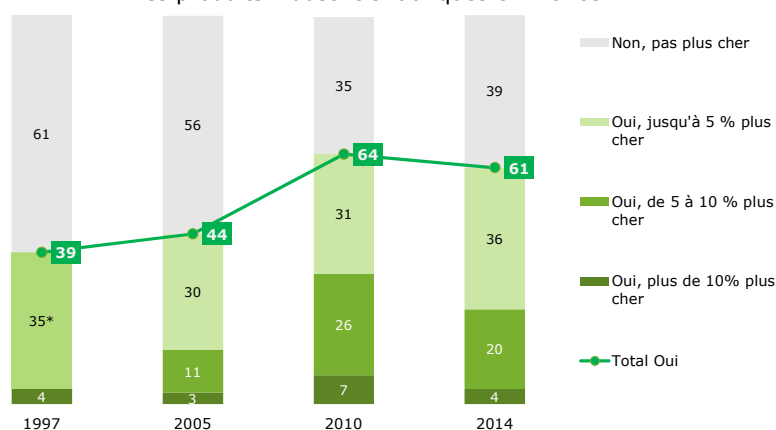


Source : calculs CREDOC, à partir des séries longues des Comptes Nationaux, base 2005, INSEE

Or, **malgré un contexte économique difficile**, la population se dit très souvent **prête à payer plus cher** les produits manufacturés d'origine française : dans 61% des cas, contre seulement 39% en 1997 (+22 points).

Graphique 12 – La hausse du consentement à payer depuis 1997 (en %)

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



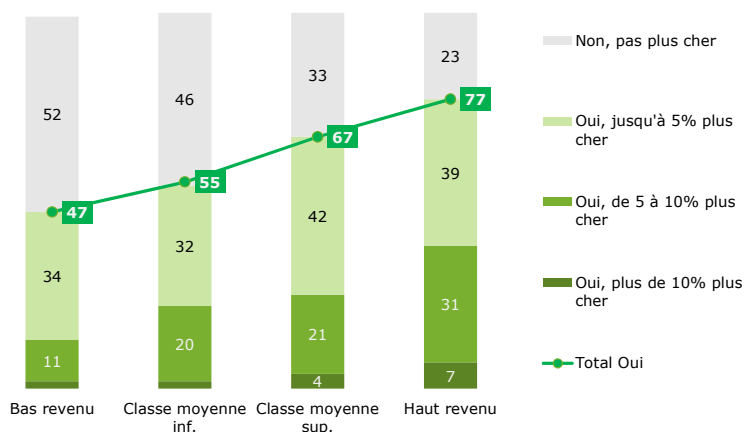
Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations » 1997, 2005 et 2014 ; CREDOC, enquête « Image de l'industrie », septembre 2010.

*Note : en 1997, les modalités de réponse « Oui, de 5 à 10% plus cher » et « Oui, jusqu'à 5% plus cher » étaient regroupées en une seule modalité.

Le consentement à payer est d'autant plus élevé que les revenus sont élevés (Graphique 13) : 77% des hauts revenus sont prêts à payer plus cher la production française contre seulement 47% des bas revenus. Néanmoins, et, c'est une manière de relativiser les choses, même parmi les hauts revenus, seuls 7% se disent prêts à payer plus de 10% plus cher pour acheter Français.

Graphique 13 – Le consentement à payer dépend des revenus (en %)

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

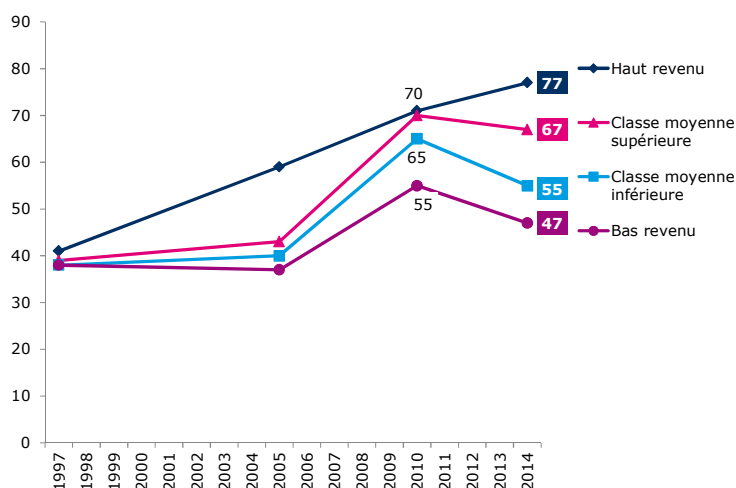


Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Par ailleurs, le contexte de crise tempère l'inclination à faire des efforts pour le Made in France : on constate en effet un **léger fléchissement du consentement à payer** depuis l'enquête de 2010 (-3 points). Le Graphique 14 montre que la plupart des tranches de revenus sont impactées par la crise, mis à part les hauts revenus : en fait, **le repli est d'autant plus fort que les revenus sont faibles** ; le niveau de vie est devenu peu à peu un critère déterminant du consentement à payer, alors qu'il ne l'était pas il y a une quinzaine d'années

Graphique 14 – Les plus modestes sont moins souvent prêts à payer qu'ils ne l'étaient en 2010

-Proportion d'individus se disant prêt à payer plus cher les produits fabriqués en France, par tranche de revenu du ménage actualisé, en %-



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations » 1997, 2005 et 2014 ; CREDOC, enquête « Image de l'industrie », septembre 2010.

Lecture : en 1997, 40% des ménages gagnant 3100€ et plus par mois, se disaient prêts à payer plus cher les produits fabriqués en France. Ils sont 70% en 2014.

Le consentement à payer est aussi une **affaire d'âge**. Les séniors sont presque deux fois plus souvent disposés à payer plus cher que les jeunes de moins de 25 ans (Tableau 5).

Tableau 5 - Les profils sociodémographiques qui sont le plus/le moins prêts à payer plus cher les produits industriels fabriqués en France... (en %)

-Ensemble de la population : 60%-

	Le plus		Le moins	
Age	60 à 69 ans	70	Moins de 25 ans	48
	70 ans et plus	75		
Diplôme	Diplômé du supérieur	69	BEPC	46
Catégorie socio-professionnelle	Travailleur indépendant	65	Employé	49
	Cadre et prof. intellectuelle sup.	70	Ouvrier	51
	Retraité	72	Personne au foyer	51
			Autre inactif	50
Revenu	Classe moyenne sup.	67	Bas revenu	48
	Haut revenu	77	Classe moyenne inf.	54

Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Note : le tableau avec les analyses sociodémographiques détaillées se trouve en annexe, p.37.

De simples tris croisés ne permettent pas toujours d'isoler les effets spécifiques à une variable. De multiples effets de structure se combinent en effet : par exemple, si un diplômé du supérieur se distingue, cela est-il dû à des revenus supérieurs à la moyenne ou réellement à son niveau de formation ? Des **calculs économétriques** permettent d'approfondir les analyses. Dans un modèle de régression logistique, nous avons testé, simultanément, l'influence de chacun des **critères sociodémographiques** : le sexe, l'âge, le dernier diplôme obtenu, le revenu du ménage par unité de consommation, la profession et catégorie sociale, la taille d'agglomération. Nous avons également différentes **attitudes** pouvant soutenir le Made in France telles que la sensibilité à l'environnement, le fait de qualifier les produits français de meilleure qualité, le fait de penser que la mondialisation présente ou non plutôt des avantages, l'inquiétude vis-à-vis du chômage, le sentiment de restriction budgétaire, sur la propension à payer plus cher les produits manufacturés d'origine française.

Le facteur qui explique le mieux le consentement à payer des produits français est le fait d'apprécier leur **qualité** : ceux qui y sont sensibles ont 3,3 fois plus de chances de déclarer être prêts à les payer plus cher.

L'**âge** et le **revenu** sont eux aussi très influents: les 70 ans et plus ont 2,2 fois plus de chances que les personnes de 40 à 59 ans d'accepter de payer plus cher les produits et les hauts revenus sont 2,2 fois plus nombreux dans ce cas que les bas revenus.

Le quatrième déterminant est la **préoccupation pour l'environnement** : toutes choses égales par ailleurs, les personnes préoccupées par la dégradation de l'environnement sont prêts à payer 1,4 fois plus cher les produits français. Acheter des produits fabriqués sur le territoire français est aussi une manière de limiter les transports de marchandise et donc les impacts sur l'environnement.

L'inquiétude vis-à-vis du chômage et la crainte de la mondialisation ne sont pas déterminantes : ces inquiétudes, très répandues dans la société française en ce début d'année (81% des Français se disent inquiets du chômage, 57% pensent que la mondialisation présente plutôt des inconvénients) ne sont pas significatives.

Tableau 6 – Résultats de la régression logistique

Paramètre	Odds ratio	Significativité
Estime la qualité des produits Français meilleure	3.3	***
Estime la qualité des produits Français équivalente ou moins bonne		Ref.
L'environnement est une de ses deux préoccupations principales	1.4	***
L'environnement n'est pas une de ses préoccupations		Ref.
Estime que la mondialisation présente plutôt des inconvénients	1.0	NS
Estime que la mondialisation présente plutôt des avantages		Ref.
Est inquiet des risques du chômage	0.9	NS
N'est pas inquiet		Ref.
S'impose des restrictions budgétaires	0.7	NS
Ne s'impose pas de restrictions		Ref.
Femme	0.9	*
Homme		Ref.
Moins de 25 ans	0.7	*
25 à 39 ans	0.7	***
40 à 59 ans		Ref.
60 à 69 ans	1.4	NS
70 ans et plus	2.2	***
Commune rurale	1.0	NS
2 000 à 20 000 habitants	1.0	NS
20 000 à 100 000 habitants	1.0	NS
100 000 habitants et plus		Ref.
Agglomération parisienne	0.7	*
Non diplômé	0.6	**
BEPC	0.7	**
BAC		Ref.
Diplômé du supérieur	1.1	NS
Agri. exploitant, artisan, commerçant et chef d'entreprise	1.3	NS
Autre inactif	1.3	NS
Cadre et profession intellectuelle supérieure	1.1	NS
Ouvrier	1.4	*
Employé		Ref.
Personne au foyer	1.3	NS
Profession Intermédiaire	1.3	NS
Retraité	1.3	NS
Bas revenu	0.9	NS
Classe moyenne inférieure		Ref.
Classe moyenne supérieure	1.6	***
Haut revenu	2.2	***

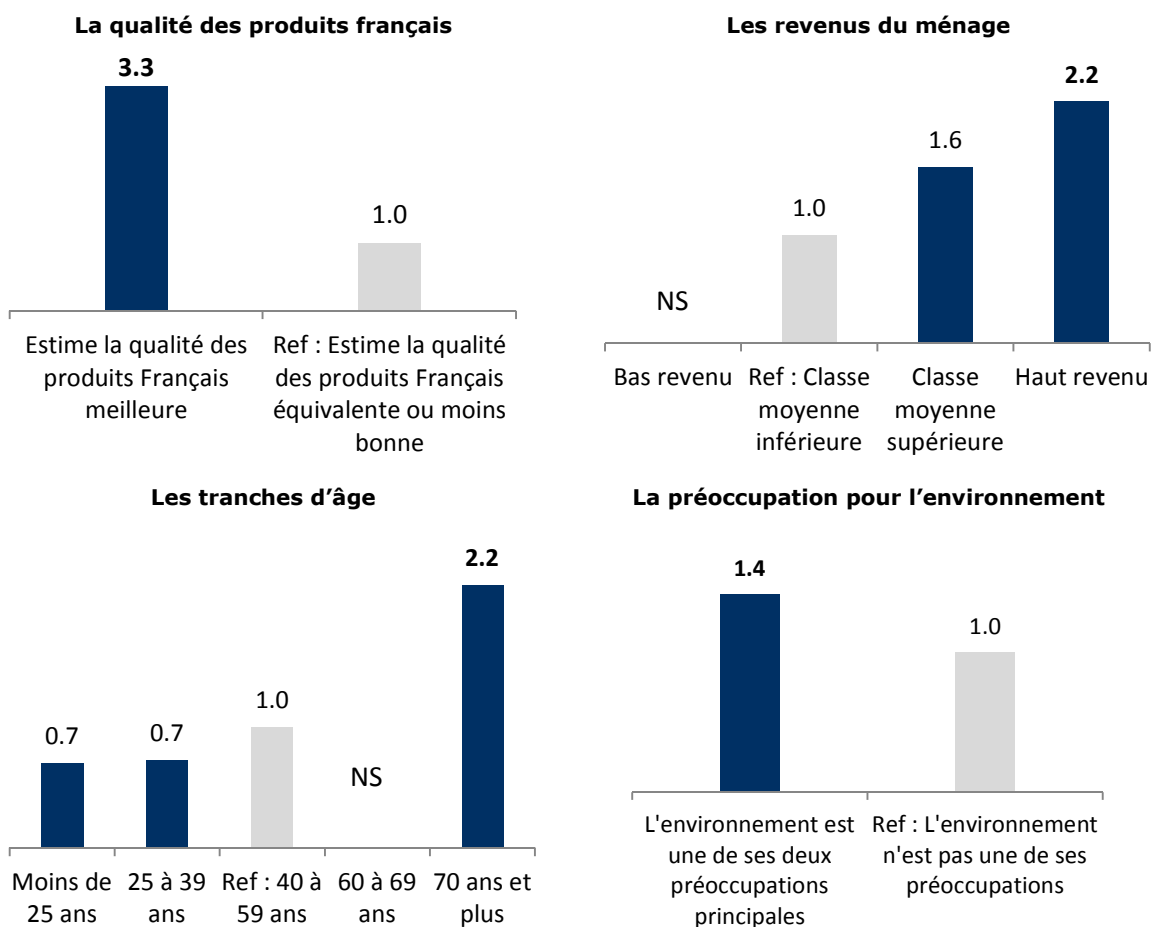
Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Note : *** : significatif à 1% ; ** : significatif à 5% ; * : significatif à 10%, NS : Non significatif ;

Ref : modalité de référence

Notons que le modèle confirme que ces caractéristiques sociodémographiques et ces attitudes donnent une très bonne indication du consentement à payer plus cher des produits fabriqués en France : le pourcentage de concordance entre probabilités prédites et observées est de 74%.

Graphique 15 – Principaux déterminants du consentement à payer plus cher des produits d'origine française (Odds ratios)



Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

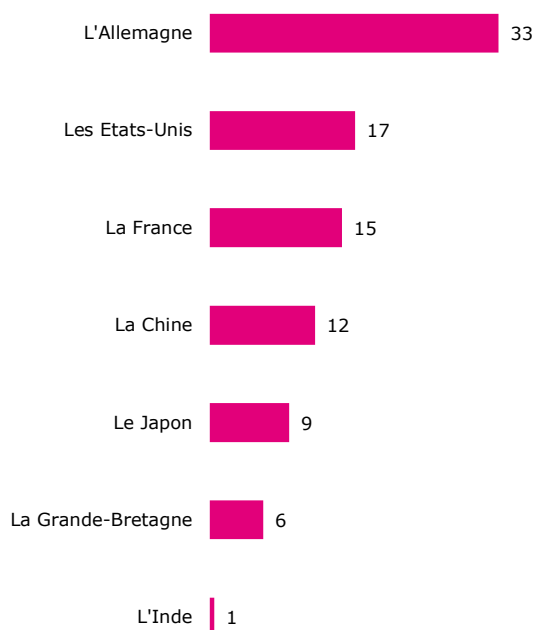
Lecture : toutes choses égales par ailleurs, les 70 ans et plus ont deux fois plus de chances d'accepter de payer plus cher des produits fabriqués en France que des personnes entre 40 et 59 ans, pris comme modalité de référence.

VII. L'Allemagne est vue comme le pays où les consommateurs défendent le mieux leur production nationale

Lorsqu'on demande aux Français quel est le pays où les consommateurs sont les plus attentifs à acheter la production locale, parmi une liste de 7 pays, la **France arrive en troisième position** légèrement derrière les **États-Unis** et loin derrière **l'Allemagne**.

Graphique 16 - Opinion des Français sur le protectionnisme pratiqué par les consommateurs d'autres pays

-« Quel est selon vous le pays où les citoyens sont le plus attentifs à acheter un produit fabriqué ou conçu sur leur territoire ? » (en %)-



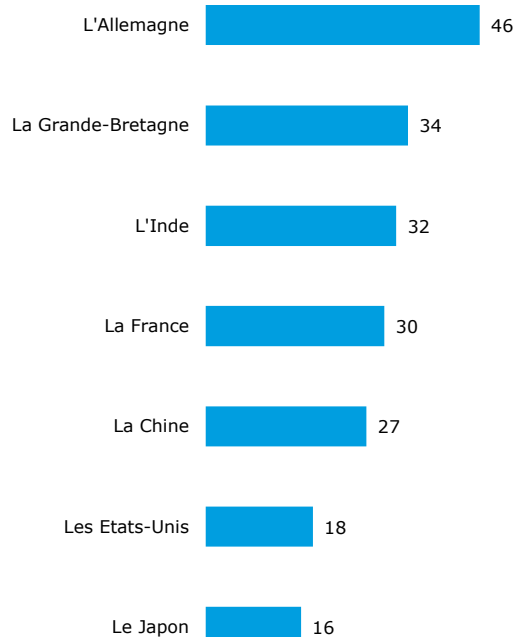
Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Dans tous les groupes sociaux, les **Allemands** sont perçus comme les plus attachés à leur production nationale. Pourtant, l'économie allemande est très **ouverte** sur le monde : le taux d'importation allemand est le plus élevé des 7 pays présentés (46% du PIB; cf. Graphique 17). Et, à part le contrôle de l'origine de la production par les douanes⁶, les Allemands ne se distinguent pas par des pratiques, ni des réglementations fortes autour de la production « Made in Germany ».

⁶ Yves Jégo, «En finir avec la mondialisation anonyme : la traçabilité au service des consommateurs et de l'emploi », Rapport à M. le Président de la République, Mai 2010, <http://www.profrance.org/ressources/telechargement/RapportYvesJego.pdf>

Graphique 17 - L'Allemagne importe des biens et services pour un peu moins de la moitié de son PIB

-Taux d'importations de biens et de services, en % du PIB-



Sources : Données des comptes nationaux de la Banque mondiale et fichiers de données des comptes nationaux de l'OCDE, pour les années 2012 ou 2011 selon les pays.

<http://donnees.banquemondiale.org/indicateur/NE.EXP.GNFS.ZS>

Lecture : L'Allemagne a importé pour 46% de son PIB de biens et services en 2012.

Le cas des **États-Unis**, cités principalement par les diplômés, est assez différent : parallèlement aux contrôles aux frontières, le pays s'est effectivement doté de différents cadres et lois qui défendent la production sur le sol américain. Par exemple, le marquage « Made In » est obligatoire pour certains produits comme l'automobile, le textile, la laine, les fourrures... De plus, les États-Unis importent des produits étrangers en moins grande proportion que la France ou l'Allemagne.

Tableau 7 - Les individus qui ont le plus cité... (en %)

-Analyse par profil sociodémographique-

L'Allemagne		Les États-Unis		La France	
Ensemble de la population	33	Ensemble de la population	17	Ensemble de la population	15
70 ans et plus	39	Cadres	25	Non diplômés	26
Hauts revenus	38	Diplômés du supérieur, BAC	22	Au foyer	24
Retraités	38	Hauts revenus	17	70 ans et plus	22

Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

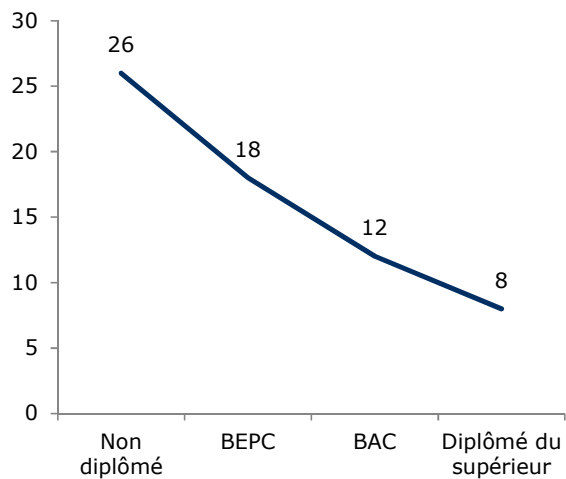
Lecture : 39% des 70 ans et plus ont cité l'Allemagne, 22% la France.

Plus les personnes interrogées sont diplômées et aisées, moins elles pensent que les Français sont particulièrement attentifs à acheter des produits fabriqués ou conçus sur le territoire.

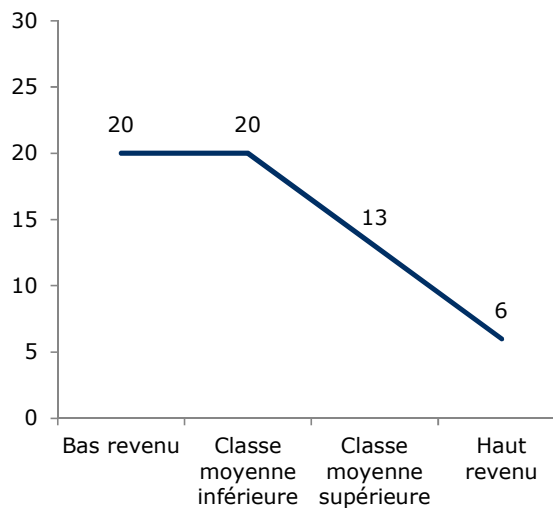
Graphique 18 – Plus les individus sont diplômés, moins ils pensent que les consommateurs français défendent la production nationale

-« Quel est selon vous le pays où les citoyens sont le plus attentifs à acheter un produit fabriqué ou conçu sur leur territoire ? » (en %)-

Part de la population qui cite la France, selon le niveau de diplôme (en %)



Part de la population qui cite la France, selon le niveau de revenu (en %)



Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

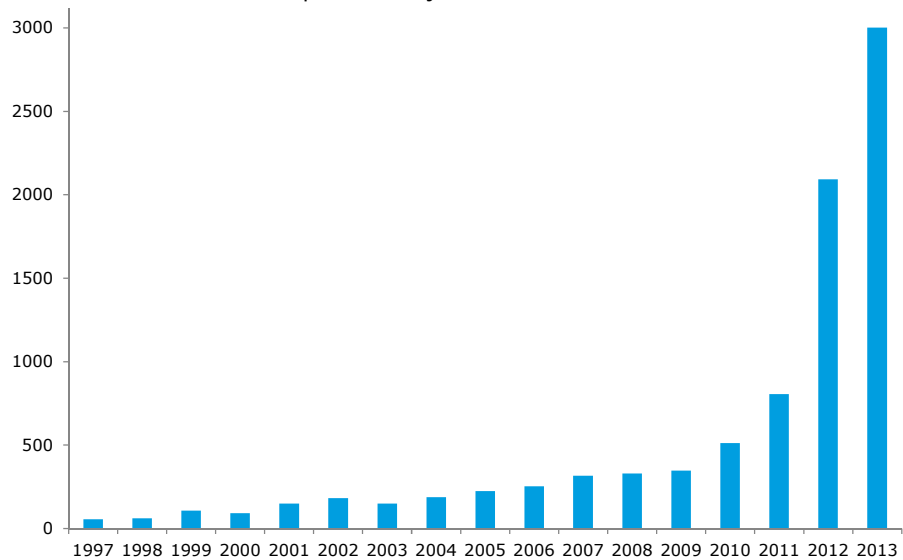
Lecture : 26% des non-diplômés citent la France comme le pays où les citoyens sont le plus attentifs à acheter un produit fabriqué ou conçu sur leur territoire

Annexes

1. Bruit médiatique autour du Made in France

Graphique 19 - Le Made in France dans la presse

-Nombre de citations de l'expression « Made in France » dans la presse française entre 1997 et 2013-



Source : CREDOC à partir de la base de données Factiva

2. Tableaux sociodémographiques

Encadré 3 - Lecture des tableaux sociodémographiques

- Dans l'ensemble des tableaux suivants, les résultats sont présentés en % ligne, c'est-à-dire que la somme de chaque ligne vaut 100 (à l'arrondi près).
- Les chiffres sont entre parenthèses lorsque l'effectif concerné est inférieur à 30.
- Le chiffre est surligné en rose lorsqu'il est supérieur de 5 points à la moyenne observée sur l'ensemble de la population.

Tableau 8 - Selon vous, comparée aux produits fabriqués hors d'Europe, la qualité des produits industriels fabriqués en France est-elle...

(en % par ligne)

	Meilleure	Équivalente	Moins bonne	[Nsp]
Sexe				
Homme	59	34	6	(1)
Femme	60	34	5	(1)
Age				
Moins de 25 ans	50	41	(9)	(0)
25 à 39 ans	57	38	(4)	(2)
40 à 59 ans	56	37	6	(1)
60 à 69 ans	65	30	(5)	(1)
70 ans et plus	73	21	(5)	(1)
Diplôme				
Non diplômé	62	30	(7)	(1)
BEPC	58	34	7	(2)
BAC	59	36	(5)	(1)
Diplômé du supérieur	61	35	(3)	(1)
Catégorie socio-professionnelle				
Travailleur indépendant	73	(23)	(3)	(1)
Cadre et profession intellectuelle sup.	57	37	(4)	(2)
Profession Intermédiaire	58	35	(6)	(1)
Employé	52	40	(6)	(2)
Ouvrier	55	38	(5)	(2)
Personne au foyer	56	35	(9)	(0)
Retraité	68	27	(4)	(1)
Autre inactif	54	39	(7)	(0)
Revenu du foyer par UC				
Bas revenu	54	39	(6)	(1)
Classe moyenne inférieure	60	32	7	(1)
Classe moyenne supérieure	62	33	(5)	(1)
Haut revenu	61	33	(4)	(1)
Taille d'agglomération				
Communes rurales	67	25	6	(2)
2 000 à 20 000 habitants	61	31	(7)	(1)
20 000 à 100 000 habitants	55	37	(7)	(1)
Plus de 100 000 habitants	58	37	(4)	(1)
Agglomération parisienne	54	41	(3)	(2)
Ensemble de la population	59	34	5	(1)

Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Lecture : 50% des jeunes de moins de 25 ans considèrent que la qualité des produits fabriqués en France est meilleure que celle des produits fabriqués hors d'Europe, contre 59% dans l'ensemble de la population.

Tableau 9 - En général, quand vous achetez un produit industriel, privilégiez-vous ?

(en % par ligne)

	Un produit fabriqué en France	Un produit fabriqué en Europe	Vous êtes indifférent au pays de fabrication	[Nsp]
Sexe				
Homme	48	15	37	(0)
Femme	51	12	37	(0)
Age				
Moins de 25 ans	27	(12)	61	(0)
25 à 39 ans	36	13	51	(0)
40 à 59 ans	50	14	35	(0)
60 à 69 ans	59	16	25	(0)
70 ans et plus	74	10	16	(0)
Diplôme				
Non diplômé	60	(7)	32	(0)
BEPC	48	12	40	(0)
BAC	43	15	42	(0)
Diplômé du supérieur	49	18	33	(0)
Catégorie socio-professionnelle				
Travailleur indépendant	(54)	(11)	36	(0)
Cadre et profession intellectuelle sup.	50	20	29	(1)
Profession Intermédiaire	45	15	40	(0)
Employé	38	13	49	(0)
Ouvrier	43	14	44	(0)
Personne au foyer	50	(9)	40	(1)
Retraité	66	13	21	(0)
Autre inactif	(29)	(13)	58	(0)
Revenu du foyer par Unité de Consommation				
Bas revenu	44	10	45	(0)
Classe moyenne inférieure	51	12	37	(0)
Classe moyenne supérieure	48	14	37	(0)
Haut revenu	53	18	28	(1)
Taille d'agglomération				
Communes rurales	57	15	28	(0)
2 000 à 20 000 habitants	53	11	37	(0)
20 000 à 100 000 habitants	47	15	38	(0)
Plus de 100 000 habitants	44	15	40	(0)
Agglomération parisienne	48	(9)	43	(0)
Ensemble de la population	50	13	37	(0)

Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Lecture : 27% des jeunes de moins de 25 ans privilégient les produits industriels fabriqués en France, contre 50% dans l'ensemble de la population.

Tableau 10 - Quel est le principal type de produit industriel pour lequel vous privilégiez un produit fabriqué en France ?

(Question filtrée : répondants qui disent privilégier les achats de produits Français - en % par ligne)

	Alimentation	Automobile	Équipement du ménage, électroménager	Produits électroniques	Habillement, textile	Ameublement	[Nsp]
Sexe							
Homme	52	24	8	(5)	7	3	(1)
Femme	57	11	9	(5)	15	(2)	(1)
Age							
Moins de 25 ans	57	(10)	(3)	(8)	(20)	(2)	(0)
25 à 39 ans	55	(15)	(7)	(9)	(10)	(3)	(1)
40 à 59 ans	57	15	10	5	11	(2)	(0)
60 à 69 ans	56	20	(10)	(2)	(10)	(1)	(2)
70 ans et plus	50	20	(8)	(3)	13	(5)	(1)
Diplôme							
Non diplômé	50	15	(10)	(6)	15	(4)	(2)
BEPC	51	18	10	(6)	11	(3)	(1)
BAC	61	(13)	(7)	(4)	(13)	(2)	(0)
Diplômé du supérieur	60	19	(7)	(3)	(9)	(1)	(0)
Catégorie socio-professionnelle							
Travailleur indépendant	61	(18)	(4)	(6)	(8)	(4)	(0)
Cadre et prof. intellectuelle sup.	63	(22)	(6)	(0)	(10)	(0)	(0)
Profession Intermédiaire	56	(20)	(9)	(4)	(9)	(2)	(0)
Employé	56	(9)	(12)	(3)	(15)	(3)	(2)
Ouvrier	52	(15)	(9)	(11)	(10)	(3)	(1)
Personne au foyer	49	(13)	(9)	(12)	(12)	(2)	(1)
Retraité	53	20	9	(2)	11	(3)	(1)
Autre inactif	(57)	(8)	(0)	(8)	(24)	(3)	(0)
Revenu du foyer par UC							
Bas revenu	55	(10)	(9)	(6)	16	(4)	(0)
Classe moyenne inf.	52	19	(8)	(4)	(13)	(3)	(2)
Classe moyenne sup.	57	17	(9)	(5)	(10)	(2)	(0)
Haut revenu	57	21	(10)	(2)	(8)	(1)	(1)
Taille d'agglomération							
Communes rurales	53	21	(8)	(2)	11	(3)	(1)
2 000 à 20 000 habitants	59	(15)	(6)	(6)	(10)	(2)	(1)
20 000 à 100 000 habitants	56	(20)	(7)	(2)	(13)	(1)	(1)
Plus de 100 000 habitants	57	16	(8)	(5)	12	(3)	(0)
Agglomération parisienne	48	(12)	(13)	(10)	(13)	(3)	(1)
Ensemble de la population	55	17	9	5	12	3	(1)

Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Lecture : 24% des hommes, lorsqu'ils privilégient un produit fabriqué en France, le font pour acheter une automobile.

Tableau 11 - Que pensez-vous d'un label "Made in France"?

(en % par ligne)

	Un label Made in France n'est qu'une étiquette de plus	Un label Made in France est utile pour choisir mes produits	[Nsp]
Sexe			
Homme	34	65	(1)
Femme	31	68	(0)
Age			
Moins de 25 ans	51	49	(0)
25 à 39 ans	42	57	(0)
40 à 59 ans	28	71	(1)
60 à 69 ans	26	73	(0)
70 ans et plus	22	77	(0)
Diplôme			
Non diplômé	32	67	(1)
BEPC	35	65	(0)
BAC	35	64	(1)
Diplômé du supérieur	29	70	(1)
Catégorie socio-professionnelle			
Travailleur indépendant	(21)	78	(1)
Cadre et profession intellectuelle sup.	30	69	(1)
Profession Intermédiaire	29	71	(0)
Employé	40	60	(1)
Ouvrier	42	57	(0)
Personne au foyer	35	65	(0)
Retraité	25	74	(0)
Autre inactif	43	56	(1)
Revenu du foyer par UC			
Bas revenu	40	59	(0)
Classe moyenne inf.	36	63	(0)
Classe moyenne sup.	31	68	(1)
Haut revenu	23	76	(1)
Taille d'agglomération			
Communes rurales	28	71	(1)
2 000 à 20 000 habitants	31	68	(1)
20 000 à 100 000 habitants	35	65	(0)
Plus de 100 000 habitants	35	65	(0)
Agglomération parisienne	35	65	(0)
Ensemble de la population	33	67	(0)

Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Lecture : 65% des hommes considèrent qu'un label Made in France est utile pour choisir ses produits.

Tableau 12 - Par comparaison avec les produits fabriqués hors d'Europe, êtes-vous prêt à payer plus cher les produits industriels fabriqués en France ?

(en % par ligne)

	Oui, jusqu'à 5% plus cher	Oui, de 5 à 10% plus cher	Oui, plus de 10% plus cher	Total Oui	Non, pas plus cher	[Nsp]
Sexe						
Homme	35	21	4	61	39	(0)
Femme	38	19	3	60	40	(0)
Age						
Moins de 25 ans	30	16	(2)	48	52	(0)
25 à 39 ans	34	17	(2)	52	48	(0)
40 à 59 ans	36	19	5	59	41	(0)
60 à 69 ans	41	24	(4)	70	30	(0)
70 ans et plus	43	26	(6)	75	25	(0)
Diplôme						
Non diplômé	35	18	(4)	57	43	(0)
BEPC	36	16	(2)	54	46	(0)
BAC	38	21	(2)	62	38	(0)
Diplômé du supérieur	37	25	7	69	31	(0)
Catégorie socio-professionnelle						
Travailleur indépendant	34	(25)	(6)	65	35	(0)
Cadre et prof. intellectuelle sup.	33	29	(8)	70	30	(1)
Profession Intermédiaire	37	23	(5)	64	36	(0)
Employé	32	15	(2)	49	51	(0)
Ouvrier	38	12	(1)	51	49	(0)
Personne au foyer	34	(15)	(3)	51	49	(0)
Retraité	43	24	(5)	72	28	(0)
Autre inactif	28	(19)	(3)	50	50	(0)
Revenu du foyer par UC						
Bas revenu	34	11	(2)	47	52	(0)
Classe moyenne inférieure	32	20	(2)	55	46	(0)
Classe moyenne supérieure	42	21	(4)	67	33	(0)
Haut revenu	39	31	7	77	23	(0)
Taille d'agglomération						
Communes rurales	40	19	(5)	64	36	(0)
2 000 à 20 000 habitants	36	21	(4)	61	39	(0)
20 000 à 100 000 habitants	38	19	(2)	59	41	(0)
Plus de 100 000 habitants	36	20	(5)	61	39	(0)
Agglomération parisienne	32	21	(3)	56	44	(0)
Ensemble de la population	37	20	4	60	40	(0)

Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Lecture : 38% des hommes se disent prêts à payer jusqu'à 5% plus cher les produits industriels fabriqués en France.

Tableau 13 - Quel est le pays où les citoyens sont le plus attentifs à acheter un produit fabriqué sur leur territoire ?

(en % par ligne)

	La Chine	La France	L'Allemagne	Les États-Unis	Le Japon	La Grande-Bretagne	L'Inde	[Nsp]
Sexe								
Homme	11	13	34	19	11	5	(1)	6
Femme	13	18	32	14	7	8	(0)	6
Age								
Moins de 25 ans	17	15	26	19	(10)	(8)	(1)	(4)
25 à 39 ans	13	15	29	17	11	(6)	(1)	7
40 à 59 ans	13	14	34	18	10	6	(1)	5
60 à 69 ans	10	15	37	18	(7)	(6)	(0)	(6)
70 ans et plus	(7)	22	39	11	(5)	(6)	(0)	10
Diplôme								
Non diplômé	12	26	30	9	(4)	(5)	(1)	12
BEPC	14	18	32	14	8	7	(1)	5
BAC	11	12	32	22	10	(8)	(1)	(5)
Diplômé du supérieur	10	8	37	22	13	6	(0)	(4)
Catégorie socio-professionnelle								
Travailleur indépendant	(14)	(13)	33	(16)	(17)	(2)	(2)	(4)
Cadre et prof. intellectuelle sup.	(8)	(6)	36	25	(17)	(3)	(0)	(4)
Profession Intermédiaire	11	11	33	19	(10)	(10)	(0)	(5)
Employé	14	16	32	16	(8)	(7)	(0)	(5)
Ouvrier	14	17	29	17	(7)	(7)	(2)	(7)
Personne au foyer	17	24	29	(12)	(8)	(4)	(0)	(6)
Retraité	9	18	38	15	6	6	(0)	8
Autre inactif	(15)	(11)	28	(19)	(10)	(7)	(2)	(9)
Revenu du foyer par UC								
Bas revenu	16	20	27	15	7	(5)	(1)	9
Classe moyenne inf.	11	20	34	13	8	6	(1)	8
Classe moyenne sup.	12	13	36	18	9	8	(0)	(4)
Haut revenu	11	(6)	38	21	13	(5)	(1)	(4)
Taille d'agglomération								
Communes rurales	10	16	33	17	7	8	(1)	7
2 000 à 20 000 habitants	13	18	37	14	(8)	(5)	(1)	(5)
20 000 à 100 000 habitants	15	15	33	18	(9)	(5)	(0)	(4)
Plus de 100 000 habitants	13	13	31	16	11	7	(0)	8
Agglomération parisienne	10	16	34	19	10	(5)	(1)	(5)
Ensemble de la population	12	16	33	17	9	6	(1)	6

Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et aspirations », début 2014

Lecture : 17% des moins de 25 ans citent la Chine et 15% la France comme pays où les citoyens sont le plus attentifs à acheter un produit fabriqué sur leur territoire.

3. Questionnaire

[A tous]
Posée en 2005 et 2010

Q1 En général, quand vous achetez un produit industriel, privilégiez-vous ?

(Énumérez – Une seule réponse)

- . Un produit fabriqué en France 1
- . Un produit fabriqué en Europe 2
- . Vous êtes indifférent au pays de fabrication 3
- . Ne sait pas..... 4

[Si MADEINFR = 1 ou 2]

NOUVELLE QUESTION

Q2 [Si MADEINFR = 1] Quel est le principal type de produit industriel pour lequel vous privilégiez un produit fabriqué en France ?

[Si MADEINFR = 2] Quel est le principal type de produit industriel pour lequel vous privilégiez un produit fabriqué en Europe ?

(Rotation aléatoire des items)

(Énumérez – Une seule réponse)

- . Alimentation 1
- . Automobile 2
- . Équipement du ménage, électroménager 3
- . Produits électroniques : téléviseurs, appareils photo, ordinateurs, téléphones 4
- . Habillement, textile..... 5
- . Ameublement..... 6
- . Ne sait pas..... 7

[A tous]

Posée en 1997, 1999, 2005 et 2010

Q3 Selon vous, comparée aux produits fabriqués hors d'Europe, la qualité des produits industriels fabriqués en France est-elle ?

(Énumérez – Une seule réponse)

- . Meilleure..... 1
- . Moins bonne..... 2
- . Équivalente..... 3
- . Ne sait pas..... 4

[A tous]

Posée en 2005 et 2010

Q4 Par comparaison avec les produits fabriqués hors d'Europe, êtes-vous prêt à payer plus cher les produits industriels fabriqués en France ?

(Énumérez – Une seule réponse)

- . Oui, jusqu'à 5% plus cher 1
- . Oui, de 5 à 10% plus cher 2
- . Oui, plus de 10% plus cher 3
- . Non, pas plus cher 4
- . Ne sait pas..... 5

[A tous]
Posée en 2005

Q5 Parmi les critères suivants, quels sont, en général, les deux qui influencent le plus vos achats de produits industriels ? Dites d'abord celui que vous classez en premier, puis celui que vous classez en second.

(Présentez la liste – Classez les deux premières réponses)

	1 ^{ère} réponse	2 ^{ème} réponse
. La qualité	1	1
. Le pays où est fabriqué le produit	2	2
. La marque	3	3
. Le prix.....	4	4
. Le rapport qualité-prix.....	5	5
. La garantie et le service après-vente.....	6	6
. Autre critère	7	7
. <i>Ne sait pas</i>	8	8

[A tous]
NOUVELLE QUESTION

Q6 Quel est selon vous le pays où les citoyens sont le plus attentifs à acheter un produit fabriqué ou conçu sur leur territoire ?

(Rotation des items)

(Énumérez – Une seule réponse)

. La Chine	1
. La France.....	2
. L'Allemagne	3
. Les États-Unis	4
. Le Japon.....	5
. La Grande-Bretagne.....	6
. L'Inde	7
. <i>Ne sait pas</i>	8

[A tous]
NOUVELLE QUESTION

Q7 Un label distinctif « Made in France » permettrait de garantir que le produit a été conçu et fabriqué majoritairement en France. Personnellement, laquelle des propositions suivantes correspond le plus à ce que vous pensez ?

(Énumérez – Une seule réponse)

. Un label Made in France n'est qu'une étiquette de plus que les consommateurs comme moi ne regarderont pas vraiment	1
. Un label Made in France est utile pour choisir mes produits, je regarderai cette information.....	2
. <i>Ne sait pas</i>	3