



# Les Français et la qualité

Juin 2018

*“opinionway*

15 place de la République 75003 Paris



veeva

**Frédéric Micheau**

Directeur des études d'opinion

Directeur de département

Tel: 01 81 81 83 00

[fmicheau@opinion-way.com](mailto:fmicheau@opinion-way.com)

# “ LA MÉTHODOLOGIE

*“opinionway*



# La méthodologie



Echantillon de **1002 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon **la méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées du **1<sup>er</sup> au 5 juin**.

*Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.*



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des **marges d'incertitude** : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

**Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :**

**« Sondage OpinionWay pour Veeva »**

**et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.**



# Le profil des personnes interrogées

Population française âgée de 18 ans et plus.

**Source : INSEE, Bilan démographique 2015.**



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	16%
	35-49 ans	25%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	24%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord ouest	24%
	Nord est	22%
	Sud ouest	11%
	Sud est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	<b>Catégories socioprofessionnelles supérieures</b>	<b>26%</b>
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	14%
	<b>Catégories populaires</b>	<b>30%</b>
	Employés	17%
	Ouvriers	13%
	<b>Inactifs</b>	<b>43%</b>
	Retraités	26%
	Autres inactifs	17%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	24%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	13%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	16%



# LES RÉSULTATS

**01**

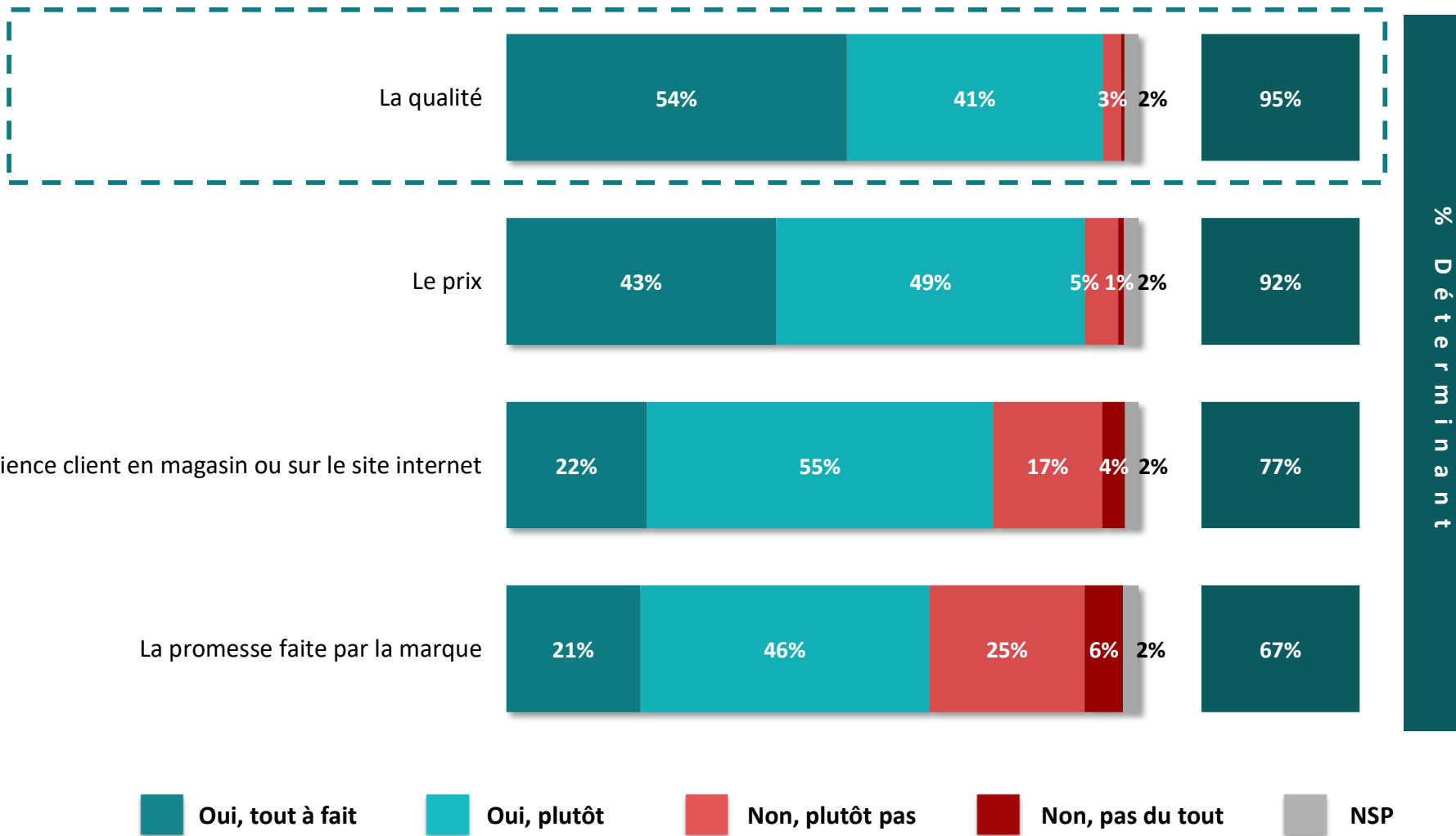


**La qualité et le choix des  
produits**



# Les critères de choix d'un produit

Q. Chacun des critères suivants est-il déterminant lorsque vous achetez un produit ?





# Les critères de choix d'un produit

Q. Chacun des critères suivants est-il déterminant lorsque vous achetez un produit ?



	% Déterminant	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactif
<b>La qualité</b>	<b>95%</b>	<b>92%</b>	<b>96%</b>	<b>78%</b>	<b>91%</b>	<b>96%</b>	<b>97%</b>	<b>99%</b>	<b>97%</b>	<b>92%</b>	<b>94%</b>
Le prix	92%	88%	94%	74%	91%	93%	96%	93%	94%	94%	88%
L'expérience client en magasin ou sur le site internet	77%	75%	79%	73%	78%	76%	77%	79%	80%	80%	74%
La promesse faite par la marque	67%	60%	74%	71%	75%	73%	67%	54%	69%	76%	60%

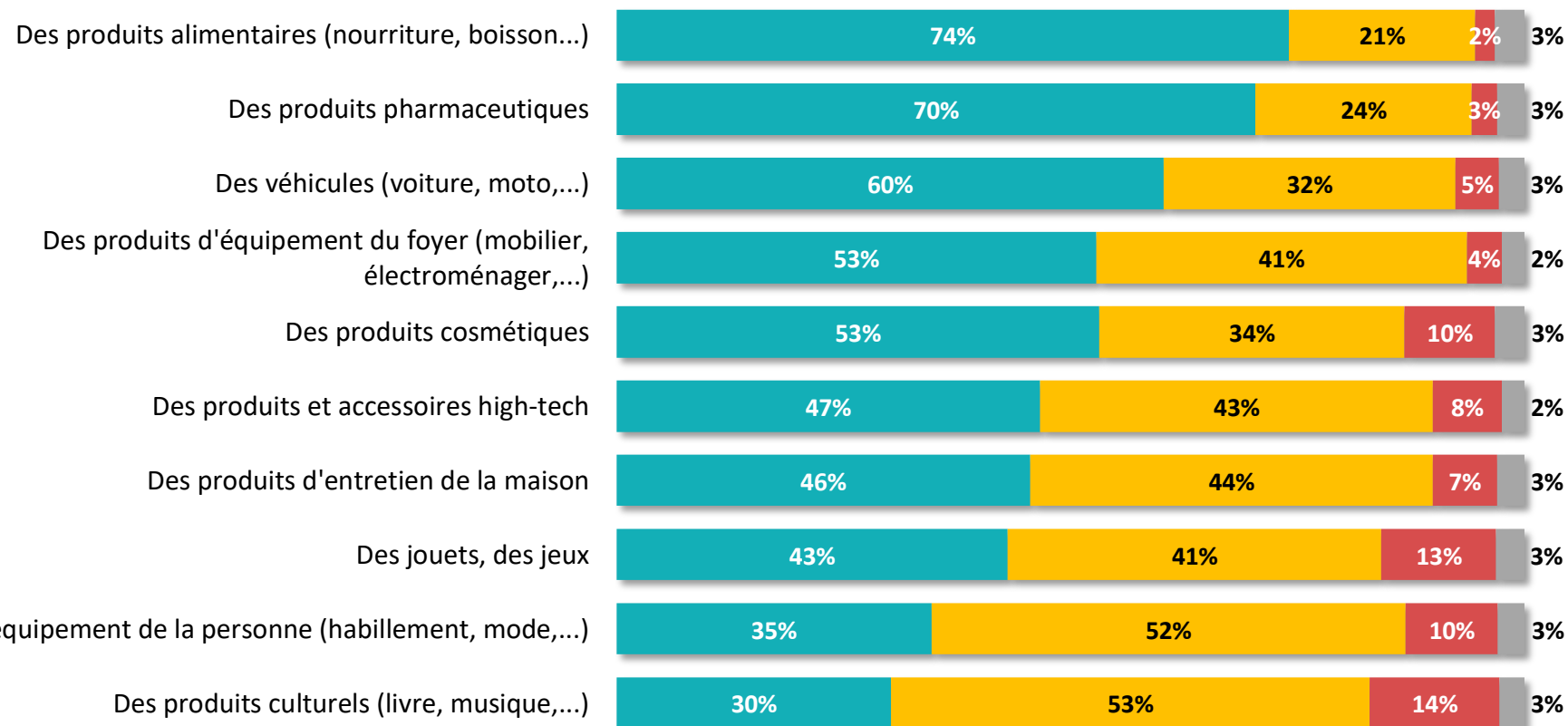




# L'importance de la qualité selon le type de produit



Q. Diriez-vous que la qualité est pour vous un critère tout à fait prioritaire, important mais pas prioritaire ou bien secondaire lorsque vous achetez chacun des types de produits suivants ?





# L'importance de la qualité selon le type de produit

Q. Diriez-vous que la qualité est pour vous un critère tout à fait prioritaire, important mais pas prioritaire ou bien secondaire lorsque vous achetez chacun des types de produits suivants ?



	% Tout à fait prioritaire	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactif
Des produits alimentaires (nourriture, boisson...)	<b>74%</b>	71%	77%	60%	63%	72%	78%	86%	74%	68%	80%
Des produits pharmaceutiques	<b>70%</b>	68%	73%	49%	55%	71%	73%	85%	72%	62%	78%
Des véhicules (voiture, moto,...)	<b>60%</b>	58%	62%	57%	56%	55%	59%	71%	57%	56%	65%
Des produits d'équipement du foyer (mobilier, électroménager,...)	<b>53%</b>	51%	54%	46%	54%	49%	55%	56%	53%	50%	53%
Des produits cosmétiques	<b>53%</b>	44%	62%	48%	53%	53%	54%	54%	56%	48%	54%
Des produits et accessoires high-tech	<b>47%</b>	44%	49%	48%	50%	49%	45%	43%	53%	46%	42%
Des produits d'entretien de la maison	<b>46%</b>	39%	51%	42%	42%	44%	50%	46%	45%	47%	44%
Des jouets, des jeux	<b>43%</b>	40%	46%	34%	37%	43%	47%	47%	43%	45%	42%
Des biens d'équipement de la personne (habillement, mode,...)	<b>35%</b>	33%	36%	39%	34%	35%	39%	29%	36%	37%	31%
Des produits culturels (livre, musique,...)	<b>30%</b>	29%	32%	32%	35%	30%	33%	24%	35%	28%	28%

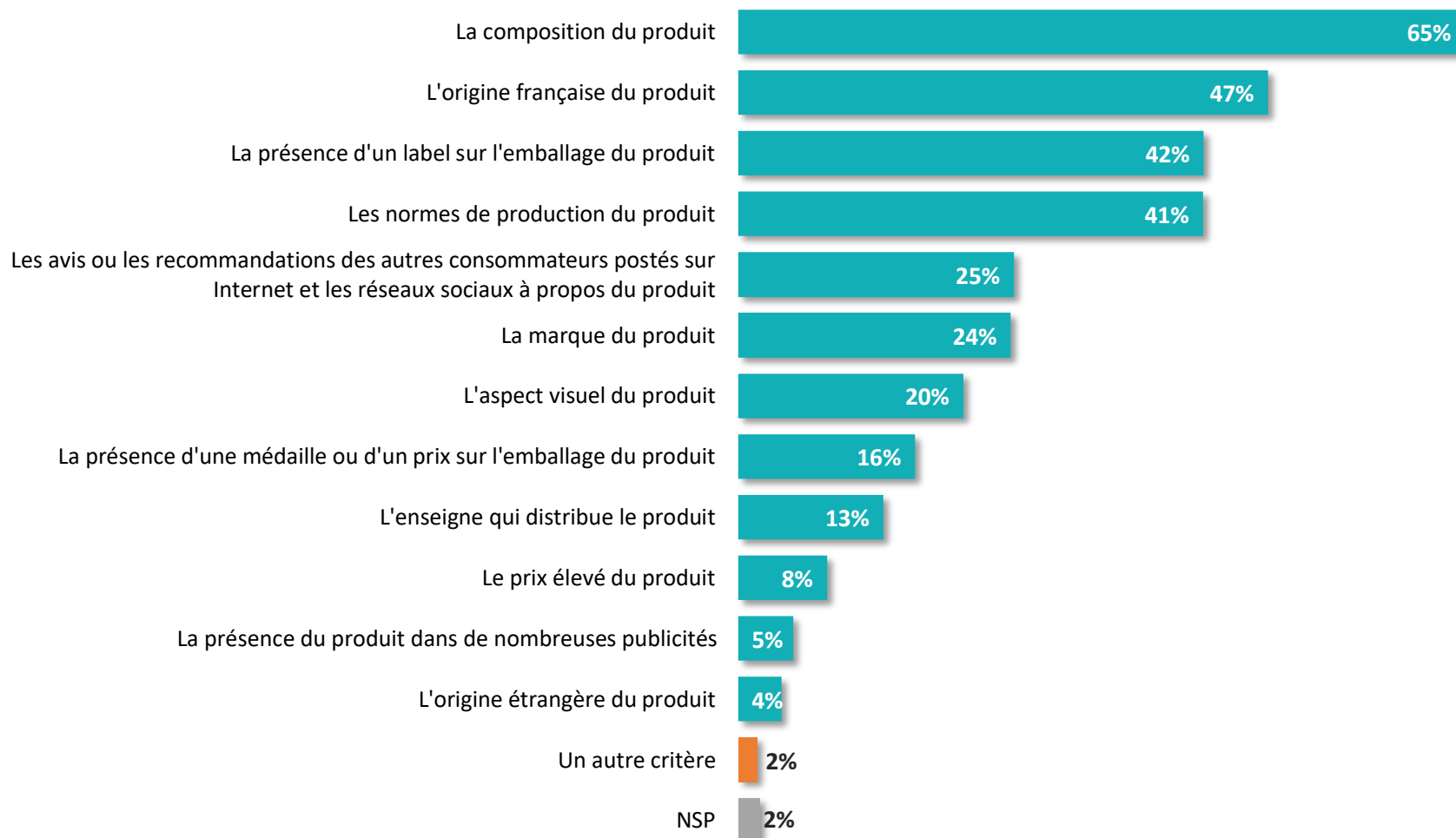


# Les critères d'estimation du niveau de qualité



Q. D'une manière générale, quels sont pour vous les critères les plus déterminants pour estimer la qualité d'un produit que vous achetez pour la première fois, quel que soit le produit ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%





# Les critères d'estimation du niveau de qualité

Q. D'une manière générale, quels sont pour vous les critères les plus déterminants pour estimer la qualité d'un produit que vous achetez pour la première fois, quel que soit le produit ?



Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactif
La composition du produit	<b>65%</b>	61%	68%	41%	52%	65%	70%	77%	66%	58%	71%
L'origine française du produit	<b>47%</b>	45%	49%	36%	29%	46%	53%	59%	41%	47%	52%
La présence d'un label sur l'emballage du produit	<b>42%</b>	45%	39%	29%	29%	39%	46%	52%	41%	35%	49%
Les normes de production du produit	<b>41%</b>	42%	41%	32%	29%	36%	48%	52%	45%	30%	47%
Les avis ou les recommandations des autres consommateurs postés sur Internet et les réseaux sociaux à propos du produit	<b>25%</b>	20%	28%	28%	36%	24%	21%	20%	27%	23%	25%
La marque du produit	<b>24%</b>	28%	21%	16%	25%	25%	23%	28%	25%	24%	26%
L'aspect visuel du produit	<b>20%</b>	19%	21%	23%	19%	23%	21%	16%	18%	27%	17%
La présence d'une médaille ou d'un prix sur l'emballage du produit	<b>16%</b>	16%	15%	14%	16%	15%	17%	16%	15%	14%	18%
L'enseigne qui distribue le produit	<b>13%</b>	14%	12%	14%	14%	10%	15%	13%	13%	12%	13%
Le prix élevé du produit	<b>8%</b>	7%	8%	15%	14%	9%	5%	3%	7%	12%	6%
La présence du produit dans de nombreuses publicités	<b>5%</b>	5%	5%	21%	10%	3%	1%	1%	5%	7%	3%
L'origine étrangère du produit	<b>4%</b>	4%	4%	2%	8%	4%	4%	2%	4%	7%	1%
Un autre critère	<b>2%</b>	2%	2%	-	-	1%	3%	3%	2%	1%	2%

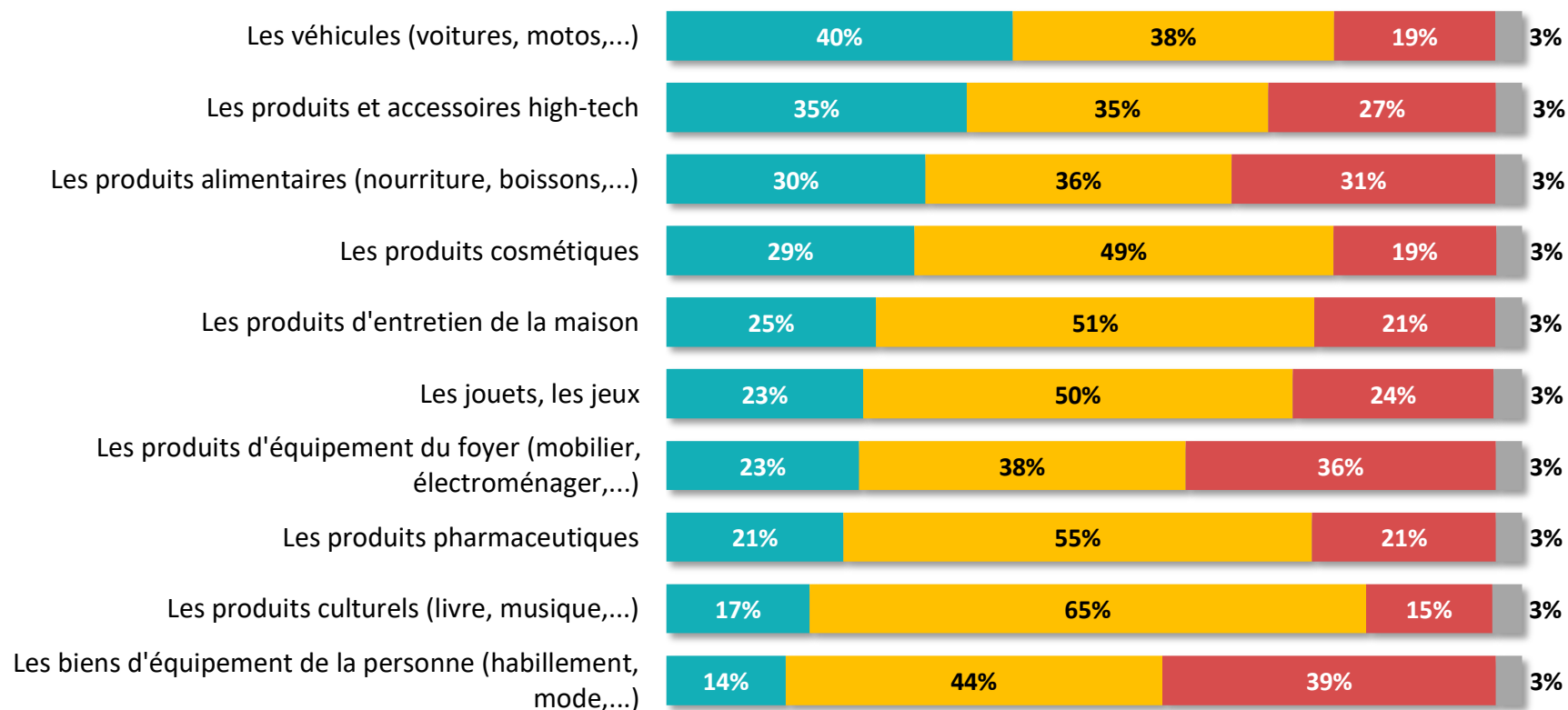


# L'évolution de la qualité des produits

Q. Selon vous, au cours des cinq dernières années, la qualité de chacun de ces types de produits suivants a-t-elle augmenté, diminué ou n'a pas changé ?



## 33% des Français ne constatent d'amélioration pour aucun type de produit



■ Augmenté
 ■ N'a pas changé
 ■ Diminué
 ■ NSP



# L'évolution de la qualité des produits

Q. Selon vous, au cours des cinq dernières années, la qualité de chacun de ces types de produits suivants a-t-elle augmenté, diminué ou n'a pas changé ?



	% Augmenté	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactif
Les véhicules (voitures, motos,...)	<b>40%</b>	48%	33%	24%	37%	30%	42%	59%	39%	31%	48%
Les produits et accessoires high-tech	<b>35%</b>	38%	32%	30%	39%	27%	37%	41%	34%	30%	39%
Les produits alimentaires (nourriture, boissons,...)	<b>30%</b>	29%	32%	18%	35%	26%	31%	36%	33%	24%	32%
Les produits cosmétiques	<b>29%</b>	26%	31%	19%	36%	26%	29%	32%	35%	24%	28%
Les produits d'entretien de la maison	<b>25%</b>	21%	28%	21%	33%	21%	25%	23%	29%	20%	24%
Les jouets, les jeux	<b>23%</b>	22%	24%	23%	24%	18%	25%	26%	21%	24%	23%
Les produits d'équipement du foyer (mobilier, électroménager,...)	<b>23%</b>	25%	20%	13%	24%	20%	23%	27%	23%	21%	24%
Les produits pharmaceutiques	<b>21%</b>	22%	20%	21%	25%	15%	19%	25%	21%	19%	22%
Les produits culturels (livre, musique,...)	<b>17%</b>	19%	15%	20%	23%	15%	12%	19%	20%	16%	15%
Les biens d'équipement de la personne (habillement, mode,...)	<b>14%</b>	17%	11%	13%	17%	15%	13%	12%	11%	17%	13%



# L'évolution de la qualité des produits

Q. Selon vous, au cours des cinq dernières années, la qualité de chacun de ces types de produits suivants a-t-elle augmenté, diminué ou n'a pas changé ?



	% Diminué	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactif
Les biens d'équipement de la personne (habillement, mode,...)	<b>39%</b>	35%	43%	28%	41%	40%	37%	43%	45%	34%	37%
Les produits d'équipement du foyer (mobilier, électroménager,...)	<b>36%</b>	33%	39%	22%	37%	38%	37%	39%	37%	34%	36%
Les produits alimentaires (nourriture, boissons,...)	<b>31%</b>	31%	31%	26%	29%	33%	31%	32%	32%	30%	31%
Les produits et accessoires high-tech	<b>27%</b>	24%	29%	18%	28%	30%	25%	29%	29%	27%	24%
Les jouets, les jeux	<b>24%</b>	26%	21%	19%	29%	25%	21%	23%	25%	24%	22%
Les produits pharmaceutiques	<b>21%</b>	19%	24%	18%	20%	24%	24%	19%	21%	25%	18%
Les produits d'entretien de la maison	<b>21%</b>	22%	20%	18%	19%	23%	18%	25%	23%	21%	20%
Les produits cosmétiques	<b>19%</b>	18%	20%	20%	16%	21%	17%	21%	17%	21%	18%
Les véhicules (voitures, motos,...)	<b>19%</b>	17%	20%	19%	21%	25%	17%	13%	21%	23%	14%
Les produits culturels (livre, musique,...)	<b>15%</b>	16%	14%	9%	19%	20%	12%	11%	14%	19%	11%

**02**



**L'expérience de la déception  
face à la qualité d'un produit**

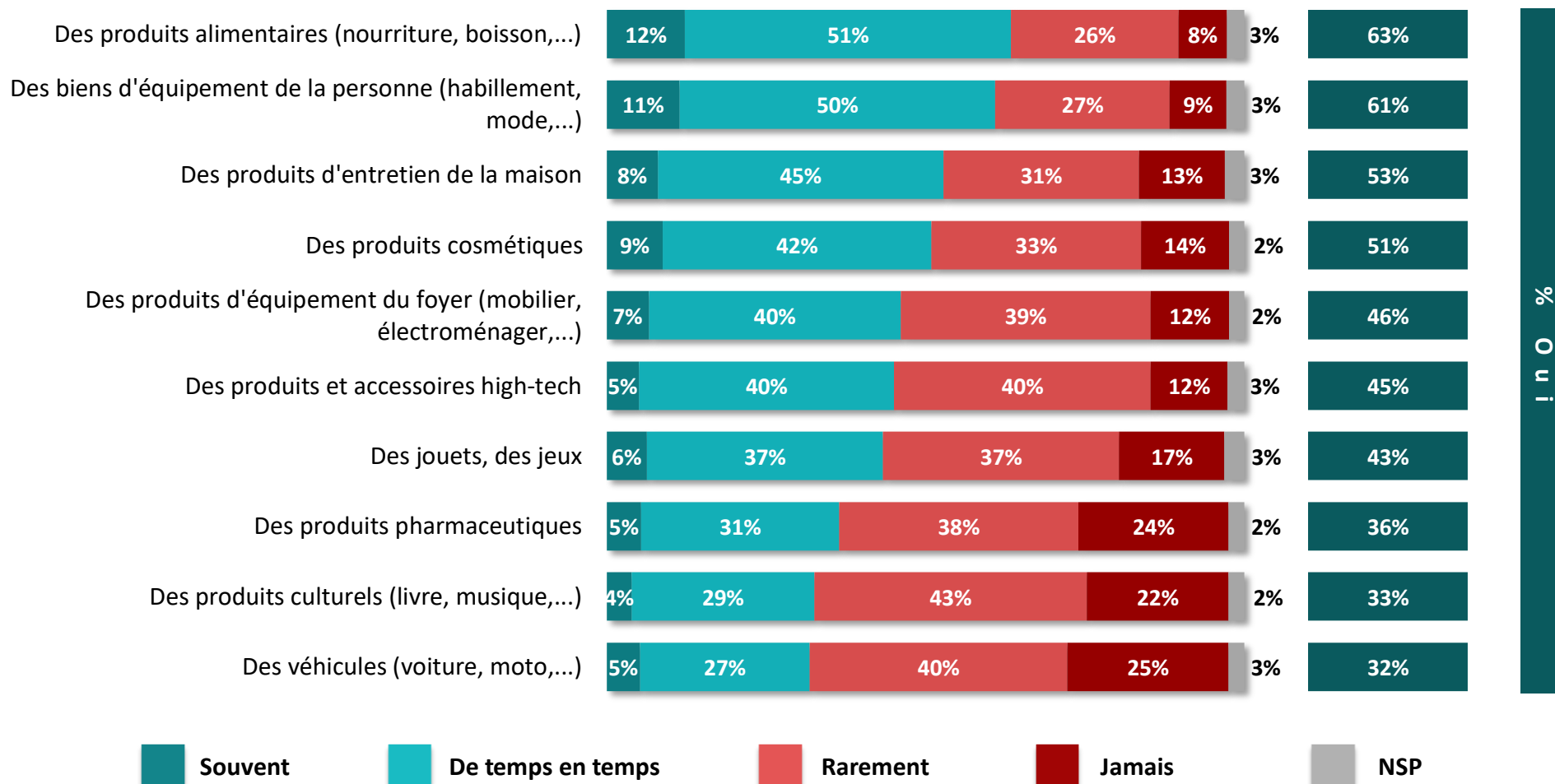




# L'expérience de la déception après un achat face à la qualité d'un produit

Q. Après achat, avez-vous déjà été déçu de la qualité de chacun des types de produits suivants ?

  
1002  
personnes



% O U I



# L'expérience de la déception après un achat face à la qualité d'un produit

Q. Après achat, avez-vous déjà été déçu de la qualité de chacun des types de produits suivants ?

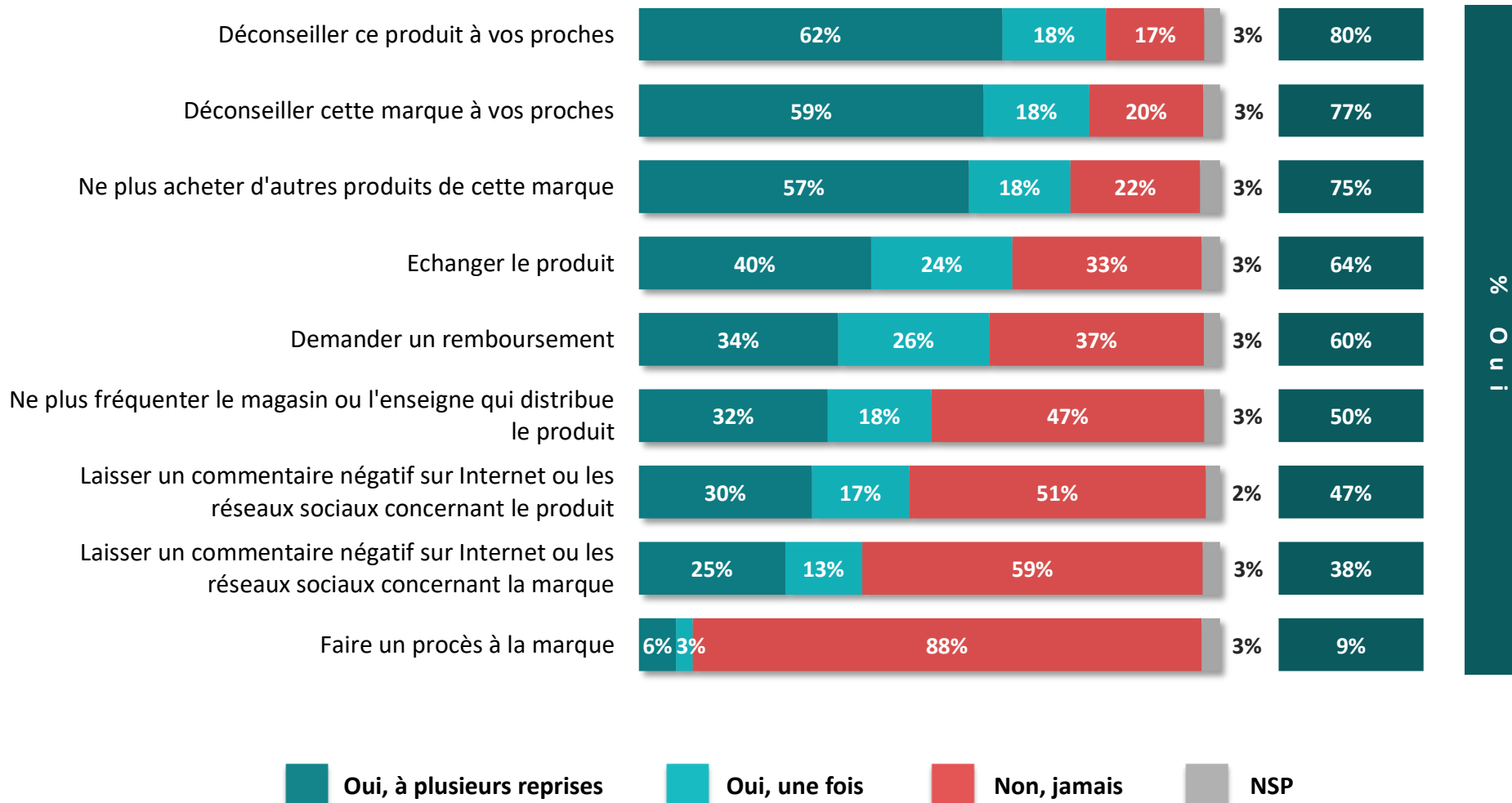


	% Oui	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactif
Des produits alimentaires (nourriture, boisson,...)	<b>63%</b>	61%	66%	50%	72%	67%	60%	64%	69%	62%	60%
Des biens d'équipement de la personne (habillement, mode,...)	<b>61%</b>	59%	63%	62%	70%	60%	59%	58%	67%	59%	57%
Des produits d'entretien de la maison	<b>53%</b>	54%	52%	46%	57%	53%	51%	54%	58%	51%	49%
Des produits cosmétiques	<b>51%</b>	51%	51%	48%	57%	52%	47%	51%	59%	50%	45%
Des produits d'équipement du foyer (mobilier, électroménager,...)	<b>47%</b>	47%	45%	37%	56%	50%	43%	43%	56%	42%	41%
Des produits et accessoires high-tech	<b>45%</b>	47%	43%	53%	52%	46%	45%	37%	52%	43%	40%
Des jouets, des jeux	<b>43%</b>	46%	41%	37%	50%	48%	39%	42%	49%	40%	41%
Des produits pharmaceutiques	<b>36%</b>	34%	39%	42%	51%	41%	29%	28%	43%	38%	29%
Des produits culturels (livre, musique,...)	<b>33%</b>	36%	29%	37%	39%	35%	30%	27%	38%	34%	27%
Des véhicules (voiture, moto,...)	<b>32%</b>	34%	30%	38%	43%	37%	27%	21%	37%	35%	24%



# Les conséquences de la déception face à la qualité d'un produit acheté

Q. Après avoir acheté un produit de mauvaise qualité vous est-il déjà arrivé de... ?



%  
O  
u  
i



# Les conséquences de la déception face à la qualité d'un produit acheté

Q. Après avoir acheté un produit de mauvaise qualité vous est-il déjà arrivé de... ?



	% Oui	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactif
Déconseiller ce produit à vos proches	<b>80%</b>	79%	81%	60%	82%	79%	82%	87%	85%	76%	80%
Déconseiller cette marque à vos proches	<b>77%</b>	78%	77%	57%	85%	73%	79%	84%	86%	71%	77%
Ne plus acheter d'autres produits de cette marque	<b>75%</b>	71%	78%	54%	77%	76%	75%	79%	78%	70%	75%
Echanger le produit	<b>64%</b>	63%	65%	48%	64%	62%	64%	73%	72%	57%	64%
Demander un remboursement	<b>60%</b>	60%	61%	48%	67%	61%	60%	61%	68%	57%	58%
Ne plus fréquenter le magasin ou l'enseigne qui distribue le produit	<b>50%</b>	50%	50%	41%	55%	54%	45%	54%	59%	45%	48%
Laisser un commentaire négatif sur Internet ou les réseaux sociaux concernant le produit	<b>47%</b>	45%	47%	45%	59%	49%	42%	42%	52%	45%	41%
Laisser un commentaire négatif sur Internet ou les réseaux sociaux concernant la marque	<b>38%</b>	39%	38%	34%	54%	42%	34%	32%	44%	40%	32%
Faire un procès à la marque	<b>9%</b>	9%	10%	14%	18%	12%	6%	3%	13%	11%	5%

**03**

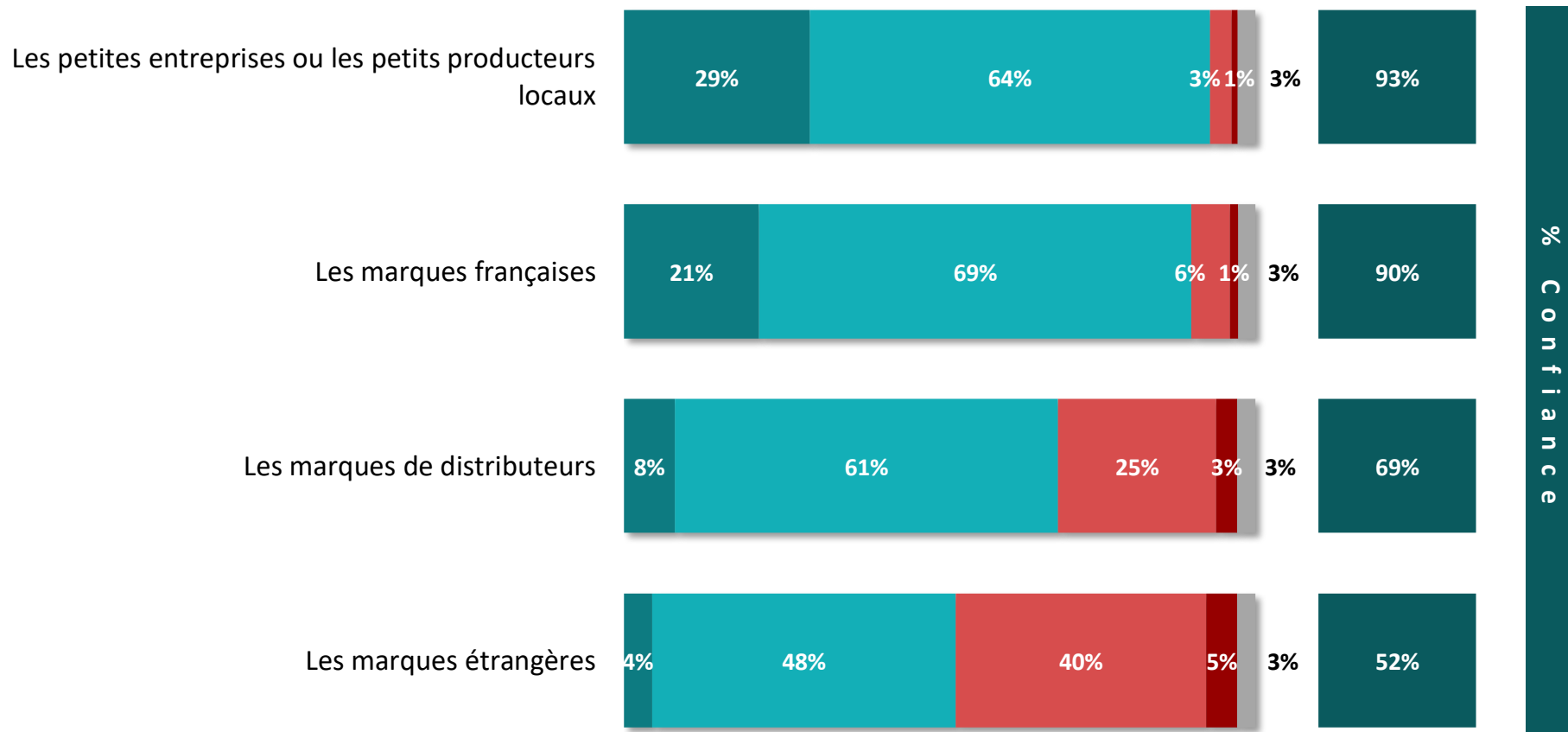


**La perception de l'engagement  
des marques pour la qualité**



# La confiance envers les acteurs du commerce

Q. Faites-vous confiance ou pas à chacun des acteurs suivants pour vous fournir des produits de qualité ?



Tout à fait confiance Plutôt confiance Plutôt pas confiance Pas du tout confiance NSP



# La confiance envers les acteurs du commerce

Q. Faites-vous confiance ou pas à chacun des acteurs suivants pour vous fournir des produits de qualité ?

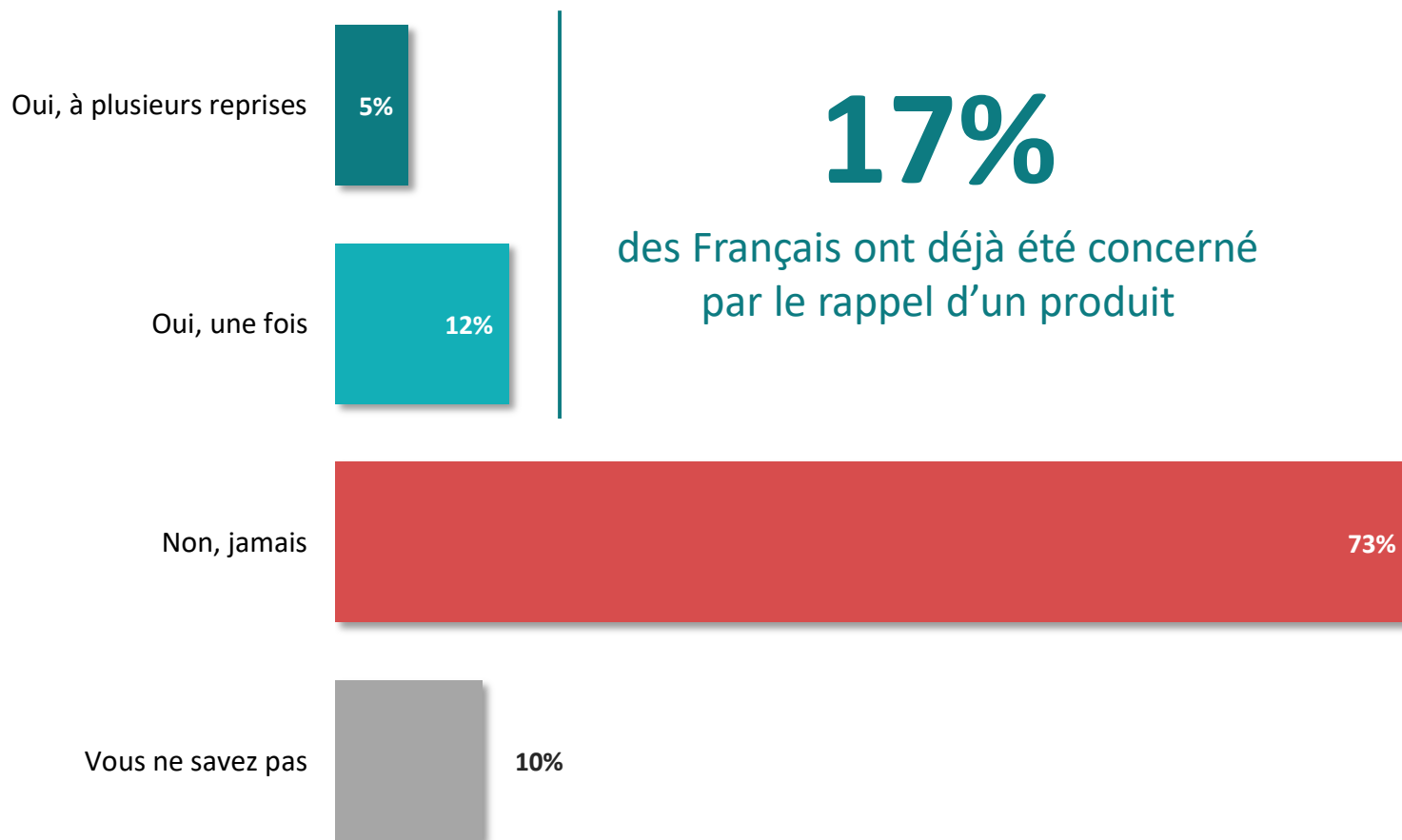


	% Confiance	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactif
Les petites entreprises ou les petits producteurs locaux	<b>93%</b>	91%	95%	76%	92%	93%	96%	96%	96%	92%	92%
Les marques françaises	<b>90%</b>	88%	92%	73%	90%	90%	93%	92%	92%	89%	89%
Les marques de distributeurs	<b>69%</b>	66%	71%	62%	71%	68%	72%	69%	66%	71%	69%
Les marques étrangères	<b>52%</b>	54%	51%	52%	51%	59%	52%	48%	51%	54%	51%



# L'expérience du rappel d'un produit

Q. Avez-vous déjà été concerné par le rappel d'un produit ?







# L'expérience du rappel d'un produit

Q. Avez-vous déjà été concerné par le rappel d'un produit ?

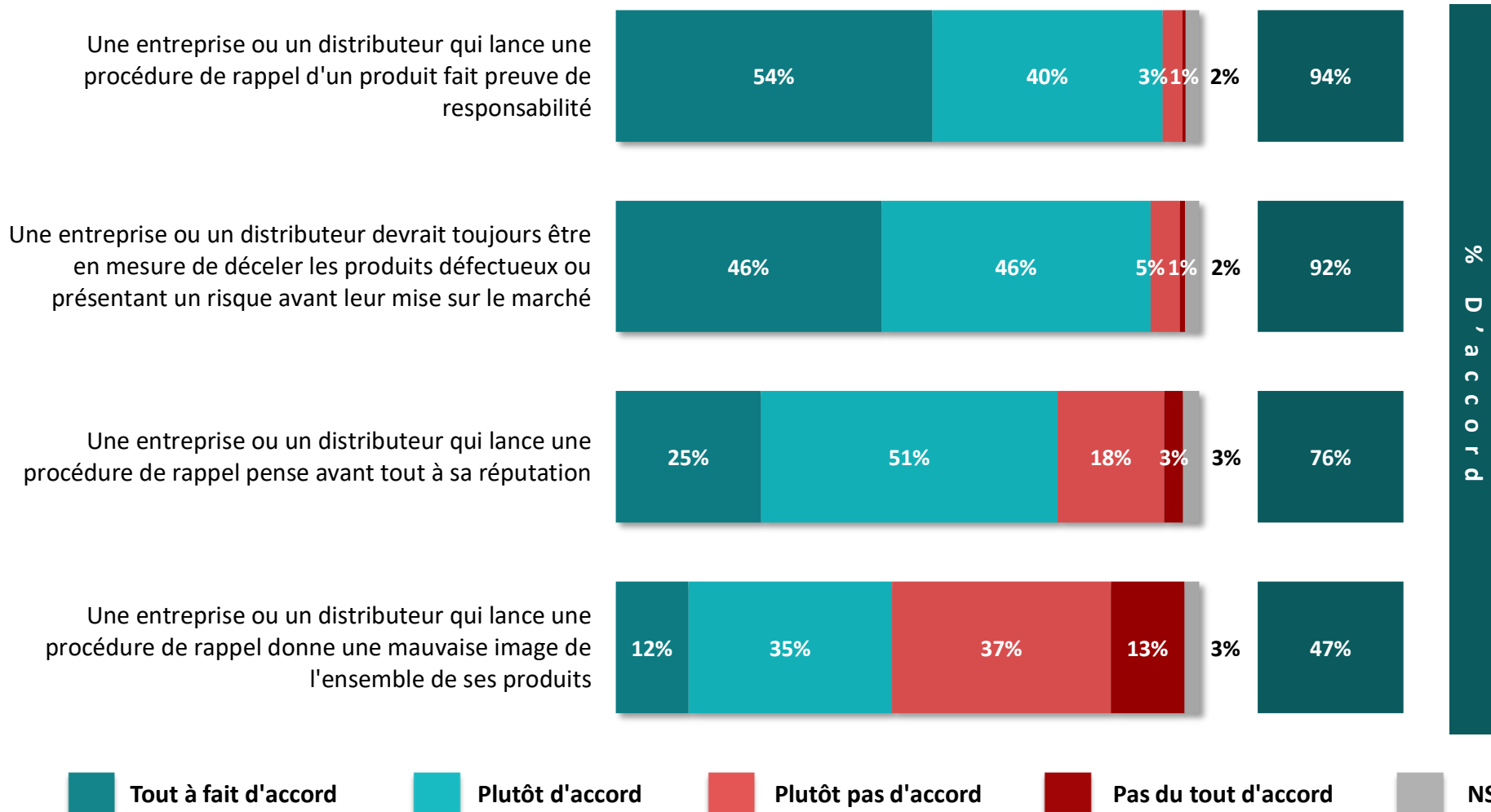


	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactif
<b>Sous-total Oui</b>	<b>17%</b>	<b>21%</b>	<b>13%</b>	<b>8%</b>	<b>18%</b>	<b>19%</b>	<b>18%</b>	<b>16%</b>	<b>21%</b>	<b>17%</b>	<b>14%</b>
...Oui, à plusieurs reprises	5%	7%	3%	4%	6%	6%	4%	4%	7%	5%	3%
...Oui, une fois	12%	14%	10%	4%	12%	13%	14%	12%	14%	12%	11%
<b>Non, jamais</b>	<b>73%</b>	<b>67%</b>	<b>79%</b>	<b>67%</b>	<b>72%</b>	<b>73%</b>	<b>76%</b>	<b>75%</b>	<b>73%</b>	<b>74%</b>	<b>73%</b>
Vous ne savez pas	10%	12%	8%	25%	10%	8%	6%	9%	6%	9%	13%



# L'opinion sur l'impact d'une procédure de rappel

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?





# L'opinion sur l'impact d'une procédure de rappel

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

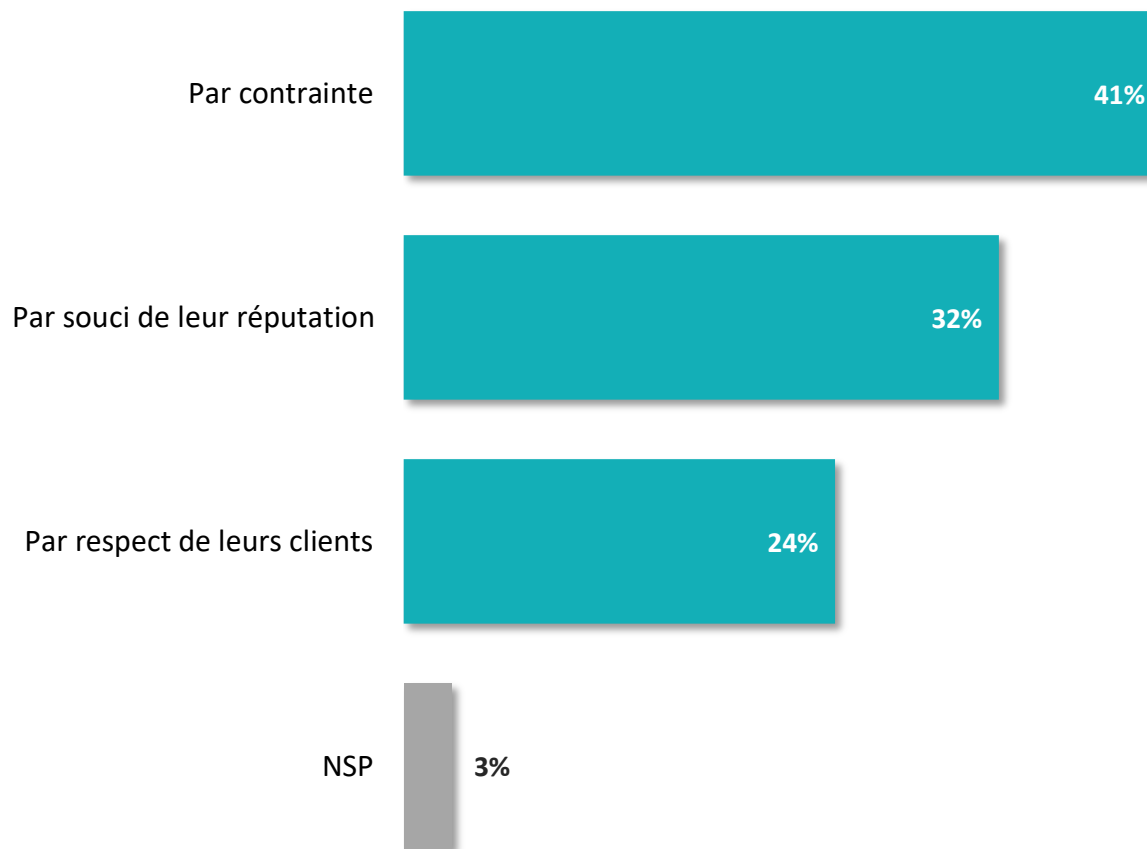


	% D'accord	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactif
Une entreprise ou un distributeur qui lance une procédure de rappel d'un produit fait preuve de responsabilité	<b>94%</b>	93%	95%	76%	92%	95%	98%	98%	95%	92%	94%
Une entreprise ou un distributeur devrait toujours être en mesure de déceler les produits défectueux ou présentant un risque avant leur mise sur le marché	<b>92%</b>	89%	94%	77%	94%	93%	94%	93%	95%	92%	89%
Une entreprise ou un distributeur qui lance une procédure de rappel pense avant tout à sa réputation	<b>76%</b>	76%	76%	63%	68%	79%	80%	78%	73%	79%	76%
Une entreprise ou un distributeur qui lance une procédure de rappel donne une mauvaise image de l'ensemble de ses produits	<b>47%</b>	42%	53%	56%	67%	53%	39%	34%	53%	55%	37%



# La perception des motivations des entreprises à mettre en place des procédures de contrôle de qualité

Q. Selon vous, pour quelle raison principale les entreprises mettent-elles en place des procédures de contrôle de la qualité de leurs produits ?





# La perception des motivations des entreprises à mettre en place des procédures de contrôle de qualité

Q. Selon vous, pour quelle raison principale les entreprises mettent-elles en place des procédures de contrôle de la qualité de leurs produits ?



	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactif
Par contrainte	<b>41%</b>	40%	43%	38%	42%	44%	40%	41%	44%	41%	40%
Par souci de leur réputation	<b>32%</b>	34%	30%	26%	22%	27%	40%	39%	32%	28%	36%
Par respect de leurs clients	<b>24%</b>	21%	26%	20%	35%	27%	19%	19%	24%	29%	19%



*“opinionway*

15 place de la République 75003 Paris

*« Rendre le monde intelligible pour agir aujourd’hui et imaginer demain. »*