

FD/JF N° 1-6873

Contacts IFOP : Frédéric Dabi / jerome fourquet

Tél : 01 45 84 14 44

jerome.fourquet@ifop.com



Pour

dimanche **ouest**
france 

Les Français et le prix des produits alimentaires

Résultats détaillés

Le 21 février 2008

Sommaire

- 1 -	La méthodologie	1
- 2 -	Les principaux enseignements	3
- 3 -	Les résultats de l'étude	5
	La disposition à dépenser plus pour des produits de qualité	6
	La perception du prix comme gage de qualité	8
	L'origine perçue de l'augmentation des produits alimentaires	10

- 1 -

- La méthodologie -

Méthodologie

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

Aucune publication totale ou partielle ne peut être faite sans l'accord exprès de l'Ifop.

Etude réalisée par l'Ifop pour :	Dimanche Ouest France
Echantillon	Echantillon de 1005 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération.
Mode de recueil	Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré on line.
Dates de terrain	Du 20 au 21 février 2008

- 2 -

- Les principaux enseignements -

Principaux enseignements

▪ A l'heure où le pouvoir d'achat constitue la principale préoccupation des Français, ces derniers **estiment à 63% que le prix d'un produit alimentaire est le reflet de sa qualité** (pour seulement 6% la plupart du temps et pour 57% assez souvent). Ce jugement est particulièrement partagé chez les personnes de 65 ans et plus, pour qui, à 69% (contre 61% pour les moins de 65 ans), la plupart du temps ou assez souvent, un prix plus élevé que la moyenne est synonyme d'une meilleure qualité. De même, il est intéressant de constater que chez les artisans et commerçants, professions particulièrement concernées, cette proportion est très importante puisqu'elle atteint les 83%. Les ouvriers et employés au contraire, pensent à 42% que le prix des aliments est rarement ou jamais synonyme de qualité (contre 37% en moyenne).

▪ En conséquence du lien qu'ils font entre prix et qualité des produits, **les Français semblent majoritairement prêts à dépenser plus d'argent pour obtenir des produits alimentaires de meilleure qualité** ce qui contribue sans doute à grever leur pouvoir d'achat. Ainsi, on constate que 75% d'entre eux déclarent être prêts la plupart du temps ou assez souvent à payer plus cher pour un produit qui soit de meilleure qualité. Cependant, assez logiquement, une grande disparité existe entre les différentes classes sociales : alors que 85% des cadres se disent prêt à payer plus pour mieux manger, seuls 57% des ouvriers y sont disposés. Pour les ménages les plus modestes, le coût financier reste donc une préoccupation majeure qui les contraint plus souvent que les autres, à négliger la qualité des produits alimentaires qu'ils achètent.

▪ **Les Français semblent partagés quant à l'origine de l'augmentation des prix d'un certain nombre des produits alimentaires.** Ils imputent d'abord la faute aux industriels qui fabriquent et transforment les produits à hauteur de 44%, puis quasiment à égalité (40%) aux grandes surfaces. A la veille de l'ouverture des portes du Salon de l'Agriculture à Paris, la cote de popularité des agriculteurs reste intacte puisque seuls 2% des Français estiment que les agriculteurs sont principalement à l'origine de la hausse des prix. Les 14% restant ne mettent en cause aucun de ces acteurs.

Notons que le **Grand Ouest se distingue du reste de la France en** imputant majoritairement l'origine de la hausse des prix aux industriels (à 54%). Cette région, fief de l'enseigne Leclerc (qui a engagé depuis longtemps une communication agressive sur les prix), est plus indulgente que ses voisines envers les grandes surfaces qu'elle estime à 30% - soit 10 points de moins que l'ensemble de la France - responsables de l'augmentation des prix des produits alimentaires.

- 3 -

- Les résultats de l'étude -

La disposition à dépenser plus pour des produits de qualité

Question : Personnellement lorsque vous achetez des produits alimentaires, est-ce que vous êtes prêt à dépenser plus pour avoir des produits de meilleure qualité ?

	Ensemble (%)	Cadres (%)	Ouvriers (%)
TOTAL La plupart du temps / assez souvent	75	85	57
• La plupart du temps	17	17	11
• Assez souvent	58	68	46
TOTAL Rarement / jamais	25	15	43
• Rarement	24	15	39
• Jamais	1	-	4
TOTAL	100	100	100

La disposition à dépenser plus pour des produits de qualité

	TOTAL La plupart du temps assez souvent (%)	La plupart du temps (%)	Assez souvent (%)	TOTAL Rarement jamais (%)	Rarement (%)	Jamais (%)
ENSEMBLE	75	17	58	25	24	1
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)						
Homme	75	20	55	25	24	1
Femme	74	14	60	26	25	1
AGE						
Moins de 35 ans	68	13	55	32	31	1
18 à 24 ans	78	17	61	22	21	1
25 à 34 ans	60	11	49	40	38	2
35 ans et plus	77	19	58	23	22	1
35 à 49 ans	71	11	60	29	27	2
50 à 64 ans	77	19	58	23	22	1
65 ans et plus	85	28	57	15	14	1
PROFESSION DE L'INTERVIEWE						
Artisan ou commerçant (*)	68	16	52	32	32	-
Profession libérale, cadre supérieur	85	17	68	15	15	-
Profession intermédiaire	74	14	60	26	25	1
Employé	70	12	58	30	29	1
Ouvrier	57	11	46	43	39	4
Retraité	80	24	56	20	19	1
Autre inactif	78	15	63	22	21	1
REGION						
Ile de France	80	19	61	20	19	1
Grand Ouest	76	17	59	24	23	1
Autre région	73	17	56	27	26	1
CATEGORIE D'AGGLOMERATION						
Commune rurale	77	18	59	23	22	1
Commune urbaine de province	72	16	56	28	27	1
Agglomération parisienne	82	21	61	18	17	1
PROXIMITE POLITIQUE						
Gauche	77	16	61	23	23	-
Extrême gauche / PC	76	18	58	24	24	-
Parti Socialiste	78	17	61	22	22	-
Les Verts (*)	67	8	59	33	30	3
Mouvement démocrate	77	21	56	23	22	1
Droite	79	20	59	21	19	2
Nouveau Centre (*)	90	11	79	10	10	-
UMP	82	22	60	18	17	1
FN (*)	54	12	42	46	39	7
Sans préférence partisane	67	13	54	33	32	1

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

La perception du prix comme gage de qualité

Question : Et d'après votre expérience, lorsque vous achetez un produit alimentaire est-ce qu'un prix plus élevé que la moyenne est synonyme d'une meilleure qualité ?

	Ensemble (%)
TOTAL La plupart du temps / assez souvent	63
• La plupart du temps	6
• Assez souvent	57
TOTAL Rarement / jamais	37
• Rarement	34
• Jamais	3
TOTAL	100

La perception du prix comme gage de qualité

	TOTAL La plupart du temps assez souvent (%)	La plupart du temps (%)	Assez souvent (%)	TOTAL Rarement jamais (%)	Rarement (%)	Jamais (%)
ENSEMBLE	63	6	57	37	34	3
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)						
Homme	64	7	57	36	33	3
Femme	61	6	55	39	36	3
AGE						
Moins de 35 ans	61	7	54	39	36	3
18 à 24 ans	61	5	56	39	38	1
25 à 34 ans	61	9	52	39	35	4
35 ans et plus	63	6	57	37	34	3
35 à 49 ans	61	6	55	39	35	4
50 à 64 ans	61	4	57	39	35	4
65 ans et plus	69	9	60	31	29	2
PROFESSION DE L'INTERVIEWE						
Artisan ou commerçant (*)	83	2	81	17	17	-
Profession libérale, cadre supérieur	66	4	62	34	30	4
Profession intermédiaire	62	5	57	38	36	2
Employé	58	6	52	42	37	5
Ouvrier	58	10	48	42	38	4
Retraité	65	6	59	35	33	2
Autre inactif	61	8	53	39	37	2
REGION						
Ile de France	62	5	57	38	33	5
Grand Ouest	62	3	59	38	34	4
Autre région	62	7	55	38	35	3
CATEGORIE D'AGGLOMERATION						
Commune rurale	59	7	52	41	39	2
Commune urbaine de province	63	6	57	37	34	3
Agglomération parisienne	67	5	62	33	30	3
PROXIMITE POLITIQUE						
Gauche	63	5	58	37	36	1
Extrême gauche / PC	51	9	42	49	44	5
Parti Socialiste	66	4	62	34	34	-
Les Verts (*)	68	4	64	32	32	-
Mouvement démocrate	71	8	63	29	29	-
Droite	66	7	59	34	30	4
Nouveau Centre (*)	71	5	66	29	29	-
UMP	69	8	61	31	28	3
FN (*)	44	-	44	56	41	15
Sans préférence partisane	55	6	49	45	40	5

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

L'origine perçue de l'augmentation des produits alimentaires

Question : Vous savez que les prix d'un certain nombre de produits alimentaires ont augmenté ces derniers mois. Selon vous, qui est principalement à l'origine de la hausse de ces produits ?

	Ensemble (%)	Ile-de-France (%)	Grand Ouest (%)	Autre région (%)
• Les industriels qui fabriquent et transforment ces produits	44	44	54	42
• Les grandes surfaces	40	32	30	44
• Les agriculteurs	2	3	2	2
• Aucun de ceux-là.....	14	21	14	12
TOTAL.....	100	100	100	100

L'origine perçue de l'augmentation des produits alimentaires

	Les industriels qui fabriquent et trans- forment ces produits (%)	Les grandes surfaces (%)	Les agriculteurs (%)	Aucun de ceux-là (%)
ENSEMBLE	44	40	2	14
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)				
Homme	44	41	2	13
Femme	43	39	3	15
AGE				
Moins de 35 ans	39	46	3	12
18 à 24 ans	30	48	7	15
25 à 34 ans	46	43	1	10
35 ans et plus	46	37	2	15
35 à 49 ans	40	41	2	17
50 à 64 ans	53	36	1	10
65 ans et plus	46	34	3	17
PROFESSION DE L'INTERVIEWE				
Artisan ou commerçant (*)	46	40	3	11
Profession libérale, cadre supérieur	41	43	1	15
Profession intermédiaire	37	45	2	16
Employé	45	38	4	13
Ouvrier	44	43	1	12
Retraité	50	34	2	14
Autre inactif	37	41	4	18
REGION				
Ile de France	44	32	3	21
Grand Ouest	54	30	2	14
Autre région	42	44	2	12
CATEGORIE D'AGGLOMERATION				
Commune rurale	43	41	2	14
Commune urbaine de province	45	41	2	12
Agglomération parisienne	40	34	4	22
PROXIMITE POLITIQUE				
Gauche	43	39	4	14
Extrême gauche / PC	41	44	4	11
Parti Socialiste	45	38	4	13
Les Verts (*)	33	44	-	23
Mouvement démocrate	38	41	1	20
Droite	45	42	3	10
Nouveau Centre (*)	36	45	5	14
UMP	44	43	3	10
FN (*)	45	48	-	7
Sans préférence partisane	46	35	2	17

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs