

L'opinion tranchée

Le consommateur européen à l'occasion des élections européennes

Observatoire des comportements de consommation

« Conso 360 » Odoxa-FG2A-RTL

Vague 4

LEVÉE D'EMBARGO VENDREDI 3 MAI 2019 À 06H

Sondage réalisé pour



et



Méthodologie



Recueil

Echantillon de Français de 18 ans et plus interrogé par Internet les **17 et 18 avril 2019**
Echantillon d'Européens interrogé par Internet du **19 au 24 avril 2019**



Echantillon

Echantillon de **1 004 personnes** issues d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, niveau de diplôme et profession de l'interviewé après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Echantillon de **3 011 européens (493 Anglais, 504 Espagnols, 505 Allemands, 505 Italiens et 1 004 Français)** représentatif des populations de chacun de ces pays (sexe, âge, CSP, régions) et en fonction du poids démographique de chacun de ces pays (ex : poids plus fort pour l'Allemagne.)

Précisions sur les marges d'erreur

Chaque sondage présente une incertitude statistique que l'on appelle marge d'erreur. Cette marge d'erreur signifie que le résultat d'un sondage se situe, avec un niveau de confiance de 95%, de part et d'autre de la valeur observée. La marge d'erreur dépend de la taille de l'échantillon ainsi que du pourcentage observé.

	Si le pourcentage observé est de ...					
Taille de l'Echantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
800	1,5	2,5	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2 000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
3000	0,8	1,1	1,4	1,6	1,8	1,8

Lecture du tableau : Dans un échantillon de 1000 personnes, si le pourcentage observé est de 20%, la marge d'erreur est égale à 2,5%. Le pourcentage réel est donc compris dans l'intervalle [17,5 ; 22,5].

L'œil du sondeur : Gaël Sliman, Président d'Odoxa (1/4)

SYNTHESE DETAILLEE DES RESULTATS

I - Introduction : rapport global des Européens à l'Europe

1) Si l'Europe inspire moins d'espoir (surtout en France) ...

L'Europe est de moins en moins considérée comme une source d'espoir par les Français : ils étaient 61% à la voir avec espoir en 2003, ils ne sont plus que 28% aujourd'hui. Sur ce rapport « espoir vs crainte » à la construction européenne, l'Europe est fracturée : alors qu'en Italie, en Espagne et en Allemagne, l'espoir l'emporte sur la crainte... c'est tout l'inverse en France et au Royaume-Uni.

2) ... avec le Brexit, sortir de l'UE ne semble pas/plus être une bonne solution :

Selon les trois-quarts des Français (73%) c'est le Royaume-Uni qui aura le plus à perdre du Brexit plutôt que les autres pays de l'UE. Les Français ne sont pas les seuls à le penser : tous les Européens (70%), et même les Britanniques (64%) pensent que c'est le Royaume-Uni qui aura le plus à perdre du Brexit.

3) Reste que les élections européennes (surtout en France) ne sont pas/plus perçues comme un enjeu européen :

Elections européennes : seul un tiers des Français (34%) votera avant tout sur des enjeux européens. De nouveau, la France et le Royaume-Uni se singularisent par leur pessimisme/défaitisme : les Espagnols, les Allemands et les Italiens seront, eux, une majorité (au moins relative) à voter en fonction d'enjeux strictement européens.

L'œil du sondeur :

Gaël Sliman, Président d'Odoxa (2/4)

II – Le consommateur au niveau européen

1) Le pouvoir d'achat est toujours LE sujet clé en France

Plus de 8 Français sur 10 pensent que leur pouvoir d'achat s'est dégradé depuis un an. La France est, de loin, le pays le plus pessimiste d'Europe sur ce point : les Européens sont en moyenne deux fois plus nombreux que les Français (32% vs 16%) à penser que leur pouvoir d'achat s'est amélioré.

2) En France, il n'existe pas de patriotisme économique européen

En matière de critères d'achat des consommateurs, le patriotisme économique des Français se limite aux frontières de leur région ou de leur pays, pas à celles de l'UE. Cette tendance n'est pas unanime en Europe : les Espagnols, les Italiens et les Allemands, eux, revendiquent un certain patriotisme économique européen.

Chose étrange, les Français privilégient plus encore un patriotisme économique « contre » un produit européen que contre un produit fabriqué dans un autre pays du monde. Ce patriotisme « antieuropéen » du consommateur n'est pas une spécificité française et se retrouve dans les 5 grands pays, y compris ceux qui sont parmi les plus europhiles. Cela s'explique sans doute : nous considérons sans doute qualitativement plus proches les produits européens que ceux fabriqués au Maghreb ou en Chine et nous les jugeons donc tous, plus concurrentiels vis-à-vis de nos propres produits.

3) S'il existe (en France et en Europe) une certaine méfiance à l'égard des normes UE et des autres produits de l'UE, celle-ci n'atteint toutefois pas le niveau de méfiance enregistré à l'égard des produits provenant d'autres régions du monde

On retrouve une certaine méfiance des Français comme des Européens envers la norme européenne - près d'une personne sur deux (44%) s'en méfie – et à l'égard des produits issus des autres pays de l'UE (46% des européens et 61% des Français s'en méfient) ... mais cette méfiance intra-UE est tout de même bien moins grande que celle que ressentent les Européens à l'égard des produits provenant d'autres régions du monde : 67% des européens et 83% des Français disent s'en méfier.

L'œil du sondeur :

Gaël Sliman, Président d'Odoxa (3/4)

III – L'Europe en pratique : exemple d'une directive européenne ; impact perçu et visible de sa mise en œuvre

1) Les Européens pensent que l'Europe ne protège pas assez les consommateurs

Protection du consommateur : Les Français (71%) jugent la législation européenne insuffisante en la matière. A part les Britanniques, les autres Européens (66%) partagent ce sentiment et trouvent la législation européenne trop laxiste.

Nous avons donc voulu tester en pratique une action bien concrète de l'UE en matière de consommation. Pour mesurer cet impact de la législation européenne sur le consommateur, nous avons choisi l'exemple de la directive adoptée sur les assurances et avons testé sa notoriété (faible) et surtout mesuré les perceptions à la fois subjectives et objectives des Européens quant à son impact.

Voici les résultats ... ils sont édifiants :

2) La directive européenne sur les assurances, encore méconnue, est jugée positivement

La directive européenne sur les assurances est encore largement méconnue : moins de 3 Français sur 10 en ont (vaguement) entendu parler. Le résultat n'est qu'à peine meilleur auprès de nos voisins européens : les Italiens sauvent, un peu, l'honneur 44% d'entre eux en ayant entendu parler.

Cette faible notoriété est bien dommage car ceux qui connaissent le contenu de cette directive européenne sur les assurances pensent que c'est une bonne chose (70%) pour les consommateurs. Nos voisins européens sont sur la même longueur d'onde : 73% de ceux qui en ont entendu parler pensent que cette directive est une bonne chose pour les consommateurs européens.

L'œil du sondeur :

Gaël Sliman, Président d'Odoxa (4/4)

3) Mais surtout, cette directive a déjà eu objectivement un impact positif sur la perception des consommateurs en Europe : grâce à elle ceux-ci se sentent mieux protégés

Au-delà de cette perception positive sur la directive, notre enquête permet déjà de mesurer un réel impact objectif et positif de cette directive :

En effet, 1 Européen sur 3 a souscrit un nouveau contrat d'assurance dans l'année, donc depuis la mise en place de cette nouvelle directive ... Or, près de 6 Européens sur 10 estiment que le nouveau contrat d'assurance leur a bien apporté une meilleure protection et de meilleures informations.

La preuve est donc faite que l'Europe peut aider/améliorer la situation des consommateurs au sein de l'UE de façon extrêmement concrète.

Encore faut-il le souligner voire le révéler à des opinions publiques plus habituées à entendre leurs dirigeants critiquer Bruxelles plutôt que louer ses éventuels apports.

Gaël Sliman, Président d'Odoxa

L'œil de l'expert (1/2) : Patrick Raffort, Président de la FG2A

A moins d'un mois des élections européennes, consacrer notre baromètre « Conso 360 » au thème de l'Europe et du consommateur européen relevait pour nous de l'évidence.

Proposer à cette occasion un regards croisés entre les Français et leurs voisins des 5 grands pays Européens nous permet d'espérer disposer d'une analyse particulièrement intéressante. Nous ne sommes pas déçus, les résultats sont tout à fait édifiants !

Comme souvent malheureusement, l'étude nous montre que l'Europe est surtout critiquée et pointée pour ses manquements réels ou supposés et semble ne jamais satisfaire les citoyens et les consommateurs, particulièrement chez nous, en France.

D'ailleurs un chiffre du sondage résume cette mauvaise perception : 71% des personnes interrogées estiment que le niveau de protection des consommateurs au niveau européen est insuffisant.

Pourtant, lorsque l'on teste un cas pratique bien concret de l'impact de l'Europe sur les consommateurs européens, ici sur un sujet que je connais particulièrement bien - l'assurance – on se rend compte que les choses ne sont pas si négatives que cela.

Bien au contraire : la directive est déjà finalement assez connue au regard de sa faible antériorité, et surtout elle est appréciée par les consommateurs, tant sur un plan subjectif qu'objectif.

Explication :

Le niveau de connaissance des Français et des Européens sur la directive assurance est bien plus élevé qu'on ne pouvait le supposer : 33% des européens et 29 % des Français ont une connaissance plus ou moins précise de cette directive. Même si, évidemment, la plupart d'entre eux avouent en avoir une connaissance très floue ou lointaine cela représente tout de même une part significative.

En effet, en France, les professionnels de l'assurance eux-mêmes n'ont pas à ce jour tous encore intégrés l'ensemble des dispositifs de la directive alors que le sujet est débattu depuis plusieurs années et que les effets de la directive sont particulièrement contraignants pour eux.

L'œil de l'expert (2/2) : Patrick Raffort, Président de la FG2A

On peut les comprendre, car il s'agit d'une directive particulièrement technique qui peut sembler être assez éloignée des problématiques des consommateurs.

Et pourtant, son ambition est tout sauf anecdotique : l'idée de responsabiliser les acteurs de l'assurance et de permettre aux consommateurs européens de disposer des informations essentielles pour une prise de décision éclairée est, de fait, un moyen de mieux protéger les consommateurs.

Les consommateurs ne s'y trompent d'ailleurs pas : cette volonté d'une plus grande protection des Européens est non seulement SUBJECTIVEMENT appréciée par les consommateurs - ceux qui connaissent la directive en pensent du bien – mais surtout elle a déjà OBJECTIVEMENT eu un impact sur leur sentiment de protection : 6 personnes sur 10 ayant souscrit une nouvelle assurance depuis un an (et la mise en place de la directive) jugent que la nouvelle réglementation leur a apporté une meilleure protection ou de meilleures informations sur les produits d'assurances souscrits.

Bref, comme l'indique Gaël Sliman dans son œil de l'expert, l'Europe peut aussi apporter des preuves très concrètes de son utilité et de son efficacité pour protéger les consommateurs.

S'agissant de l'assurance comme de bien d'autres domaines, il n'est pas forcément utile que l'UE s'évertue pour cela à réglementer à marche forcée, mais il est toujours efficace de réglementer utilement.

Comment réglementer utilement ? C'est le faire en informant les consommateurs via un langage clair et accessible à tous et surtout c'est le faire après avoir préalablement bien identifié les besoins des consommateurs européens.

Il semble que la directive assurance ait suivi ces préceptes de bon sens.

Patrick Raffort, Président de la FG2A

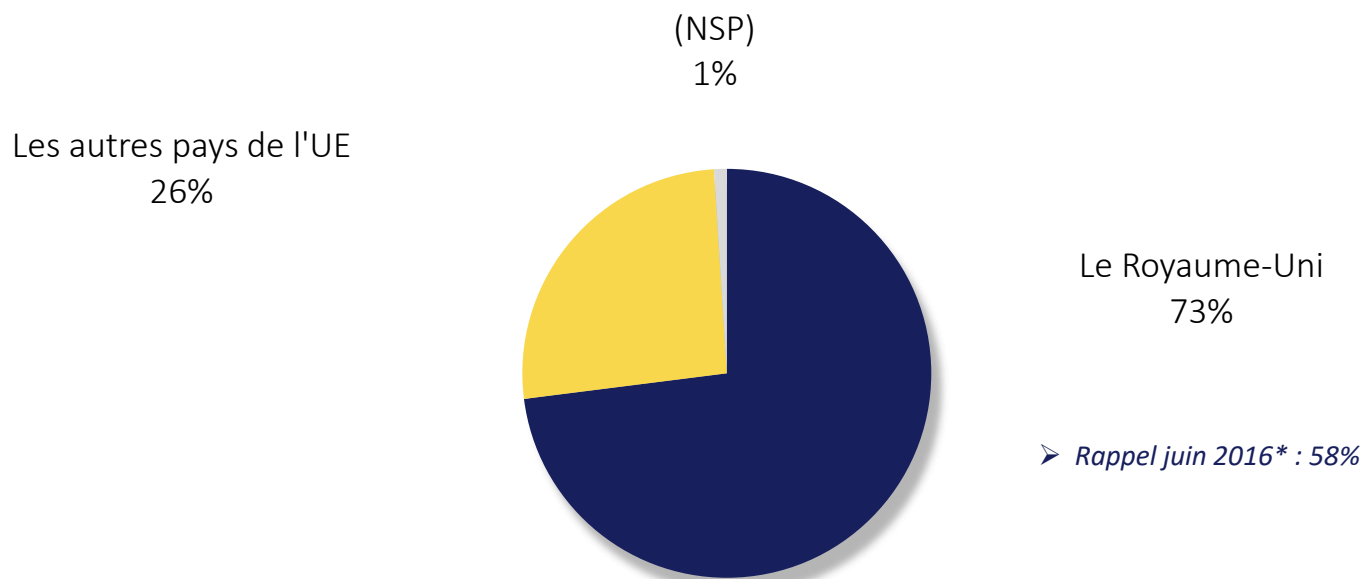
Chapitre 1

Introduction : rapport global des Européens à l'Europe

Union Européenne vs Royaume-Uni : Selon les Français c'est le Royaume-Uni qui aura le plus à perdre du Brexit



Selon vous qui a le plus à perdre dans le Brexit, c'est-à-dire la sortie du Royaume-Uni de l'Union Européenne ?

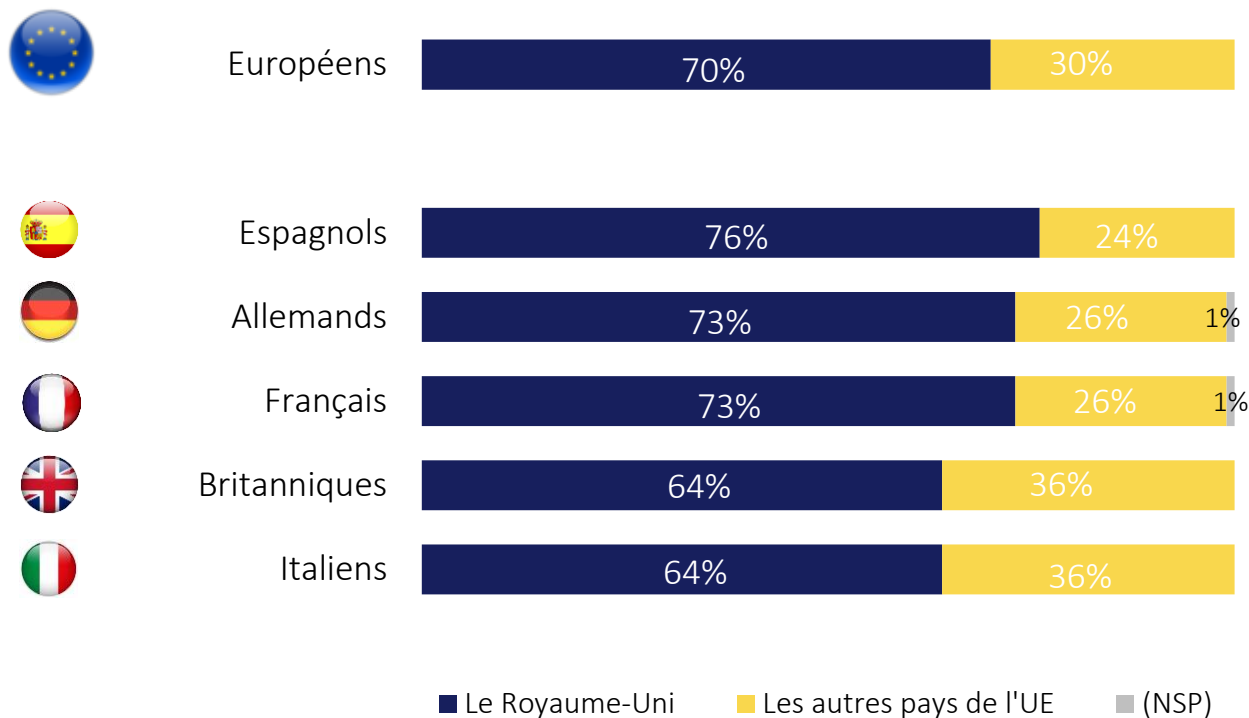


**Sondage crible Odoxa-Le Parisien sur les Britanniques, juin 2016*

Les Français ne sont pas les seuls à le penser : tous les Européens, et même les Britanniques pensent que c'est le Royaume-Uni qui aura le plus à perdre du Brexit



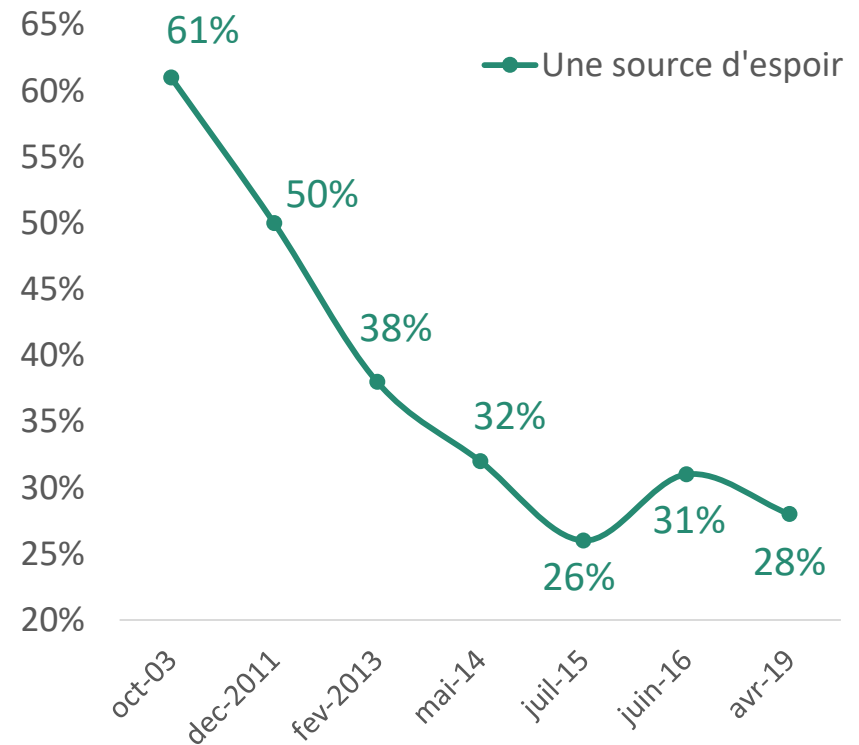
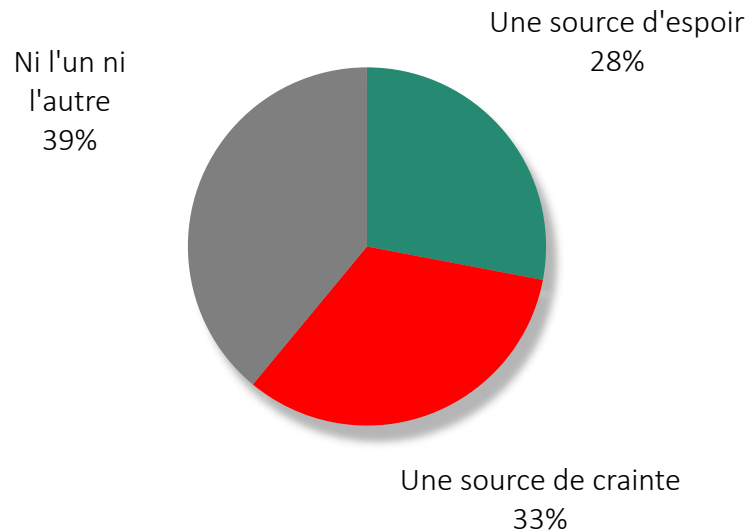
Selon vous qui a le plus à perdre dans le Brexit, c'est-à-dire la sortie du Royaume-Uni de l'Union Européenne ?



Plus globalement, l'Europe est de moins en moins considérée comme une source d'espoir par les Français



La construction européenne constitue-t-elle pour vous une source d'espoir ou une source de crainte ?



Rapport à la construction européenne : l'Europe est fracturée; alors qu'en Italie, en Espagne et en Allemagne, l'espoir l'emporte sur la crainte... c'est tout l'inverse au France et au Royaume-Uni



La construction européenne constitue-t-elle pour vous une source d'espoir ou une source de crainte ?



Européens

38%

28%

34%

Pays plus positifs que négatifs sur la construction européenne



Italiens

48%

23%

29%



Allemands

44%

20%

36%



Espagnols

43%

24%

33%

Pays plus négatifs que positifs sur la construction européenne



Britanniques

31%

39%

30%



Français

28%

33%

39%

■ une source d'espoir

■ une source de crainte

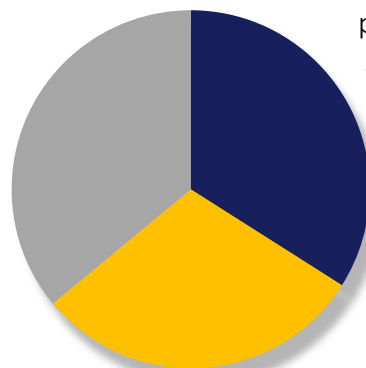
■ ni l'un ni l'autre

Elections européennes : seul un tiers des Français votera avant tout sur des enjeux européens



Les élections européennes auront lieu le mois prochain. Vous personnellement, quelle sera votre attitude par rapport à ce scrutin, pensez-vous que ...

Vous ne voterez pas ou vous ne savez pas encore pour qui et en fonction de quoi vous voterez
36%



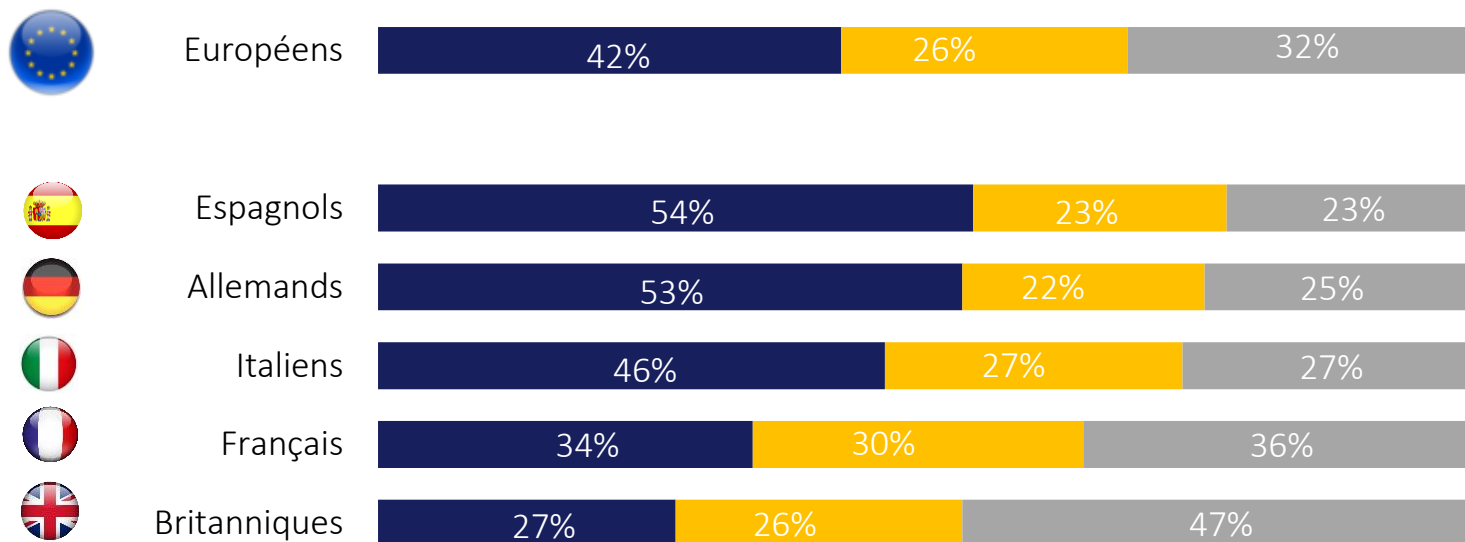
Vous voterez avant tout pour une liste proposant un programme au niveau Européen, sur le social, le commerce et la protection des consommateurs
34%

Vous voterez avant tout pour une liste qui défend vos idées politiques dans votre pays sans tenir compte spécialement de ses propositions au niveau européens
30%

De nouveau, la France et le Royaume-Uni se singularisent par leur pessimisme/défaitisme : les Espagnols, les Allemands et les Italiens seront, eux, une majorité (au moins relative) à voter en fonction d'enjeux strictement européens



Les élections européennes auront lieu le mois prochain. Vous personnellement, quelle sera votre attitude par rapport à ce scrutin, pensez-vous que ...



■ Vous voterez avant tout pour une liste proposant un programme au niveau Européen, sur le social, le commerce et la protection des consommateurs

■ Vous voterez avant tout pour une liste qui défend vos idées politiques dans votre pays sans tenir compte spécialement de ses propositions au niveau européens

■ Vous ne voterez pas ou vous ne savez pas encore pour qui et en fonction de quoi vous voterez

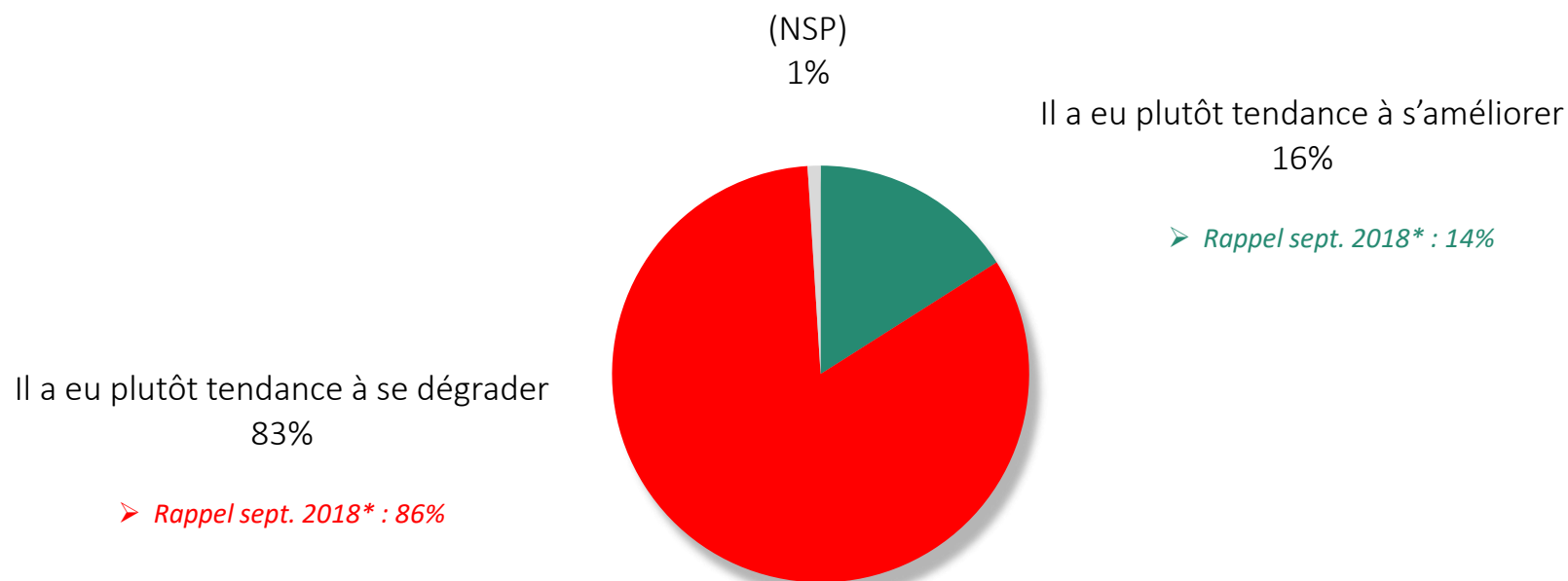
Chapitre 2

Le consommateur au niveau européen

Plus de 8 Français sur 10 pensent que leur pouvoir d'achat s'est dégradé depuis un an



Vous personnellement, depuis ces douze derniers mois, avez-vous le sentiment que votre pouvoir d'achat a eu plutôt tendance à s'améliorer ou plutôt tendance à se dégrader ?

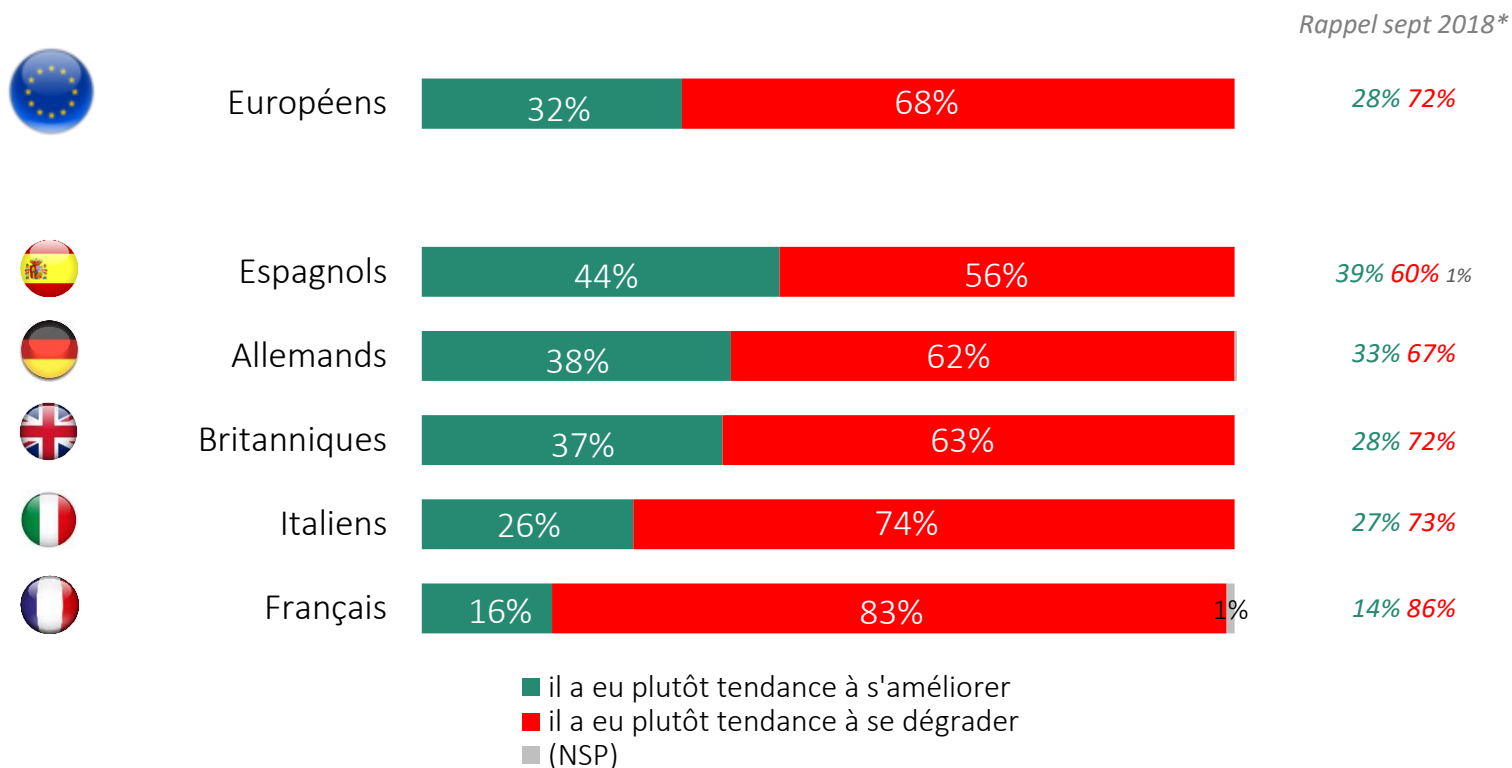


*Observatoire « Conso 360 » Odoxa-FG2A-RTL, vague 2, septembre 2018

La France est, de loin, le pays le plus pessimiste d'Europe sur ce point : les Européens sont en moyenne deux fois plus nombreux que les Français à penser que leur pouvoir d'achat s'est amélioré



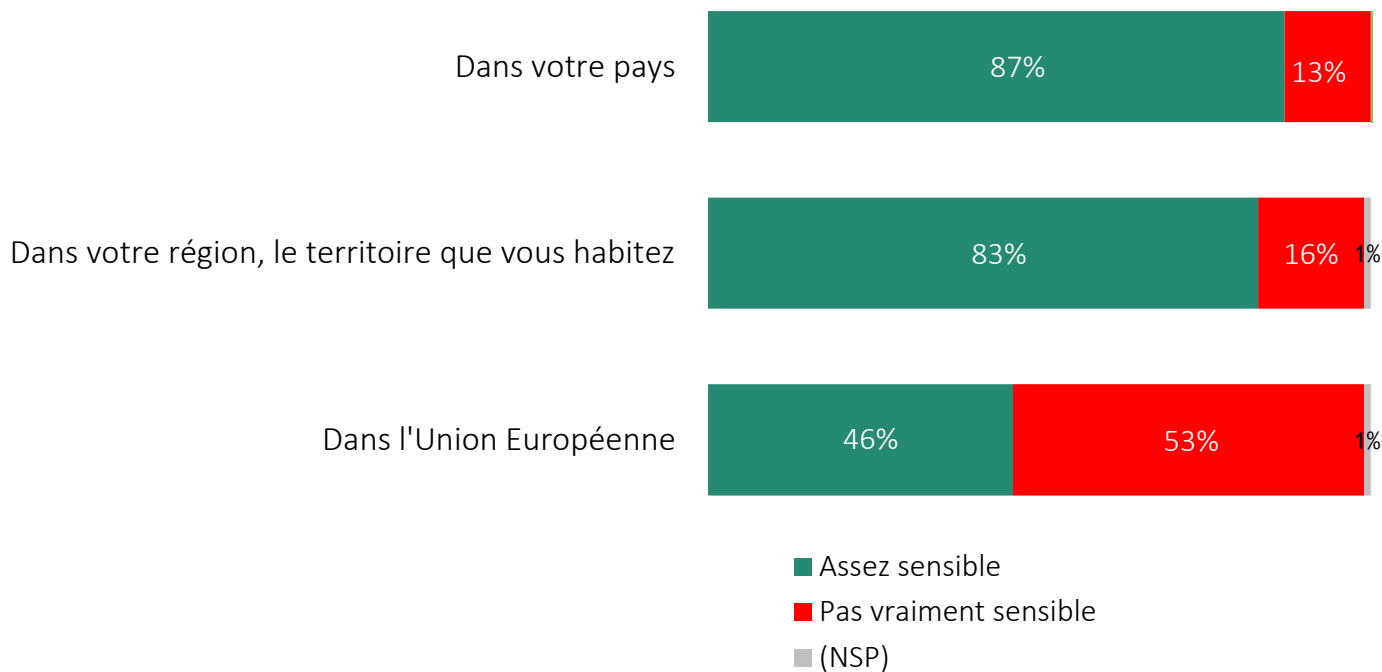
Vous personnellement, depuis ces douze derniers mois, avez-vous le sentiment que votre pouvoir d'achat a eu plutôt tendance à s'améliorer ou plutôt tendance à se dégrader ?



Les critères d'achat des consommateurs français : le patriotisme économique des Français se limite aux frontières de leur région ou de leur pays, pas à celles de l'UE



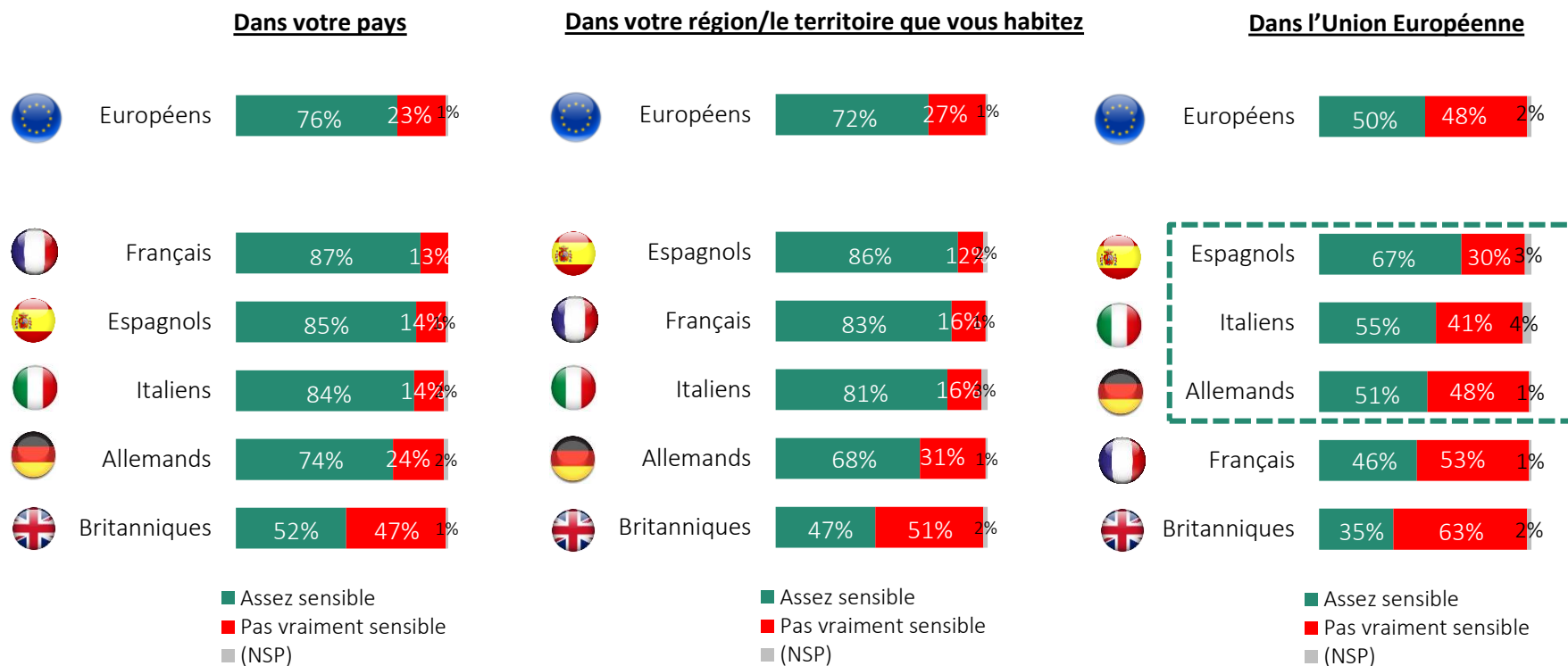
En tant que consommateur, est-ce que vous êtes assez sensible ou pas vraiment sensible au fait que les produits que vous consommez soient fabriqués ...



Les critères d'achat des consommateurs en Europe : Les Espagnols, les Italiens et les Allemands, eux, revendiquent un certain patriotisme économique européen



En tant que consommateur, est-ce que vous êtes assez sensible ou pas vraiment sensible au fait que les produits que vous consommez soient fabriqués ...

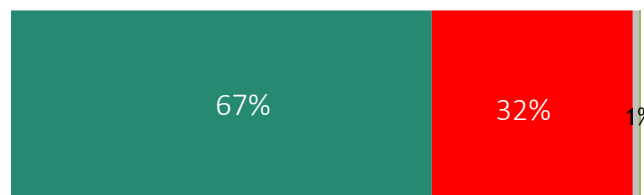


Les Français privilégient plus encore un patriotisme économique « contre » un produit européen (sans doute jugé plus concurrent en termes de gamme) que contre un produit fabriqué dans un autre pays du monde

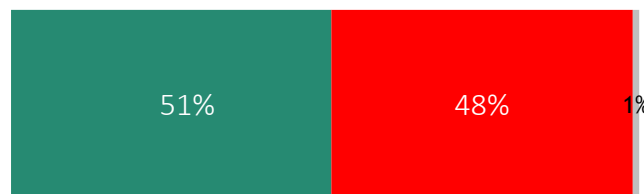


Est-ce que vous avez tendance à privilégier des produits fabriqués dans votre pays plutôt que ...

Dans un autre pays de l'Union Européenne



Dans un autre pays du monde (Chine, Asie du sud-est, Maghreb...)



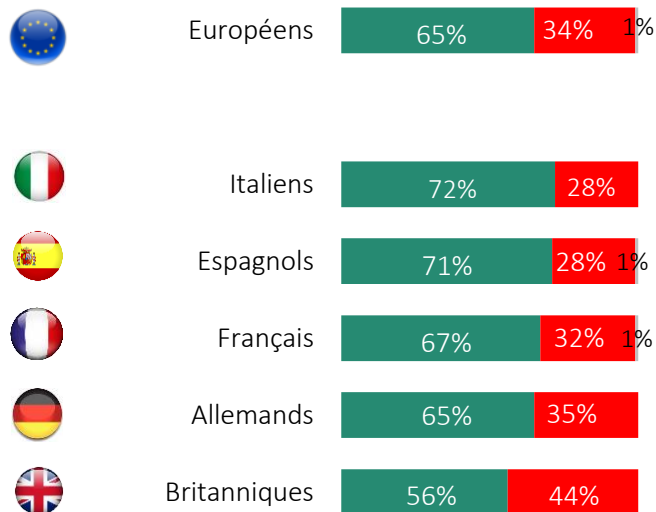
■ Oui ■ Non ■ (NSP)

Ce patriotisme « antieuropéen » du consommateur n'est pas une spécificité française et se retrouve dans les 5 grands pays



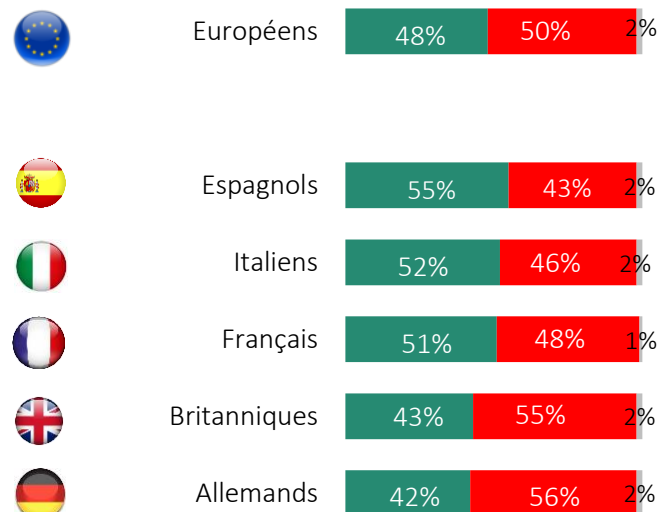
Est-ce que vous avez tendance à privilégier des produits fabriqués dans votre pays plutôt que ...

...Dans un autre pays de l'Union Européenne



■ Oui ■ Non ■ (NSP)

...Dans un autre pays du monde (Chine, Asie du sud-est, Maghreb...)

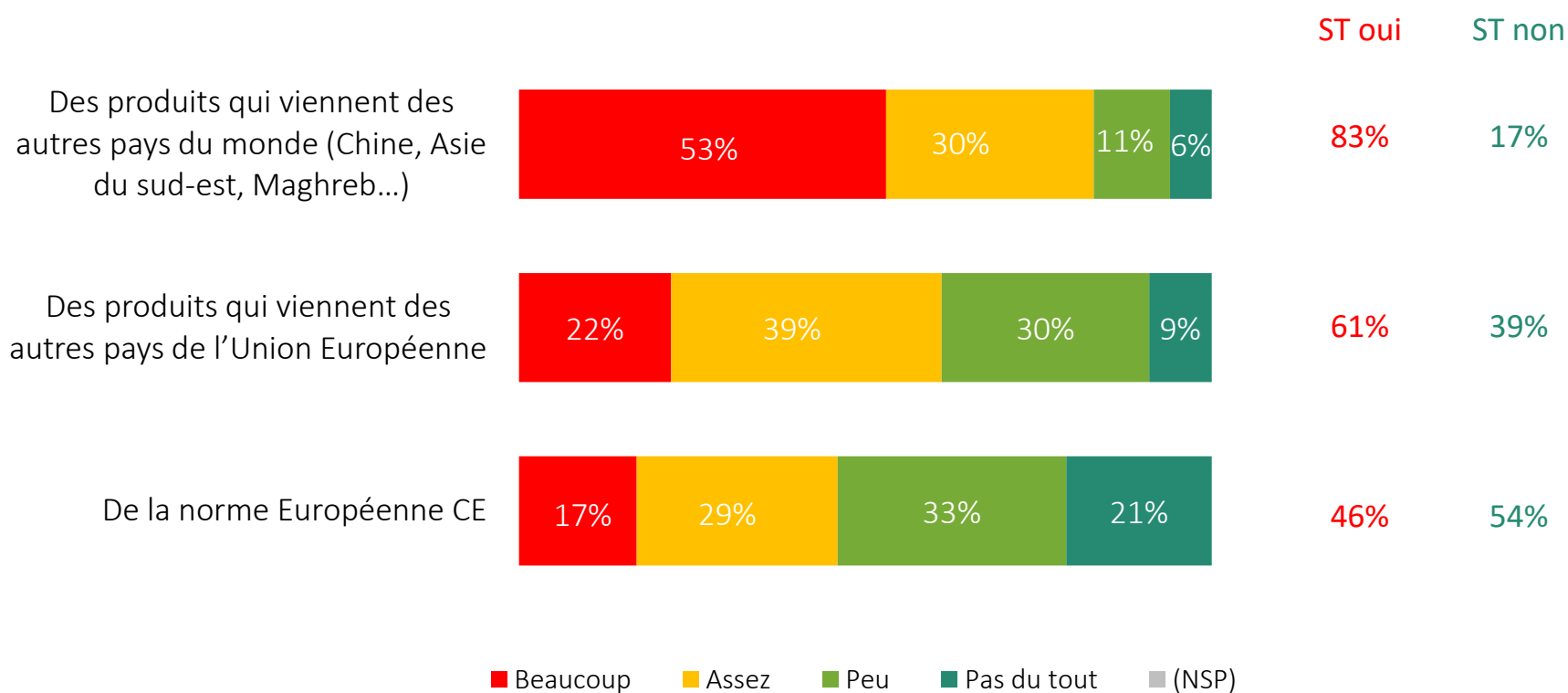


■ Oui ■ Non ■ (NSP)

On retrouve une certaine méfiance des Français envers la norme européenne (46%) et les produits issus des autres pays de l'UE (61%)... même si cette méfiance est moins forte que pour les produits provenant d'autres régions du monde



Diriez-vous que vous vous méfiez beaucoup, assez, peu ou pas du tout ...

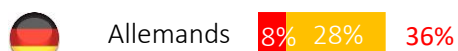


Ce sentiment des Français est partagé par les autres européens



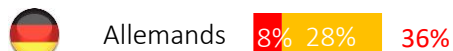
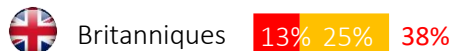
Diriez-vous que vous vous méfiez beaucoup, assez, peu ou pas du tout ...

...de la norme européenne CE



■ Beaucoup
■ Assez

...des produits qui viennent des autres pays de l'Union Européenne



■ Beaucoup
■ Assez

...des produits qui viennent des autres pays du monde (Chine, Asie du sud-est, Maghreb...)



■ Beaucoup
■ Assez

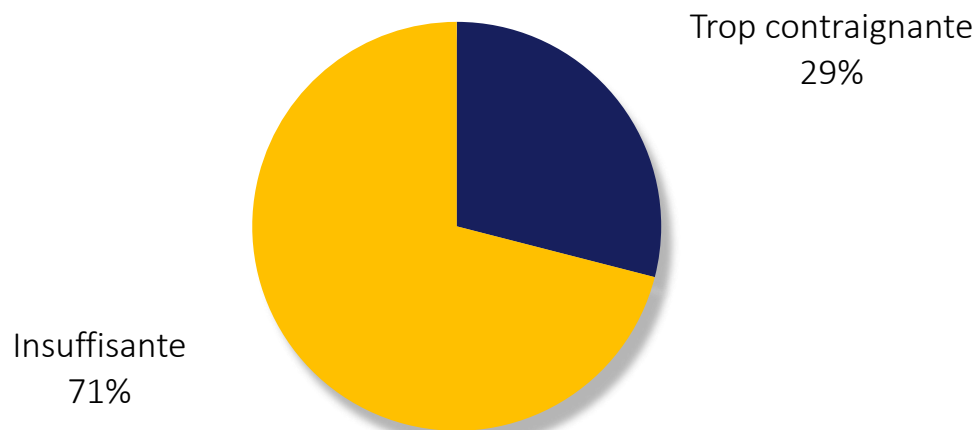
Chapitre 3

*Législation européenne sur le consommateur
et directive adoptée sur les assurances*

Protection du consommateur : Les Français jugent la législation européenne insuffisante en la matière



Pensez-vous que s'agissant de la protection du consommateur, la législation européenne est actuellement plutôt trop contraignante ou plutôt insuffisante ?



A part les Britanniques, les autres Européens partagent ce sentiment et trouvent la législation européenne trop laxiste



Pensez-vous que s'agissant de la protection du consommateur, la législation européenne est actuellement plutôt trop contraignante ou plutôt insuffisante ?



Européens

34%

66%



Britanniques

50%

50%



Allemands

31%

69%



Italiens

31%

69%



Français

29%

71%



Espagnols

26%

73%

1%

■ Trop contraignante

■ Insuffisante

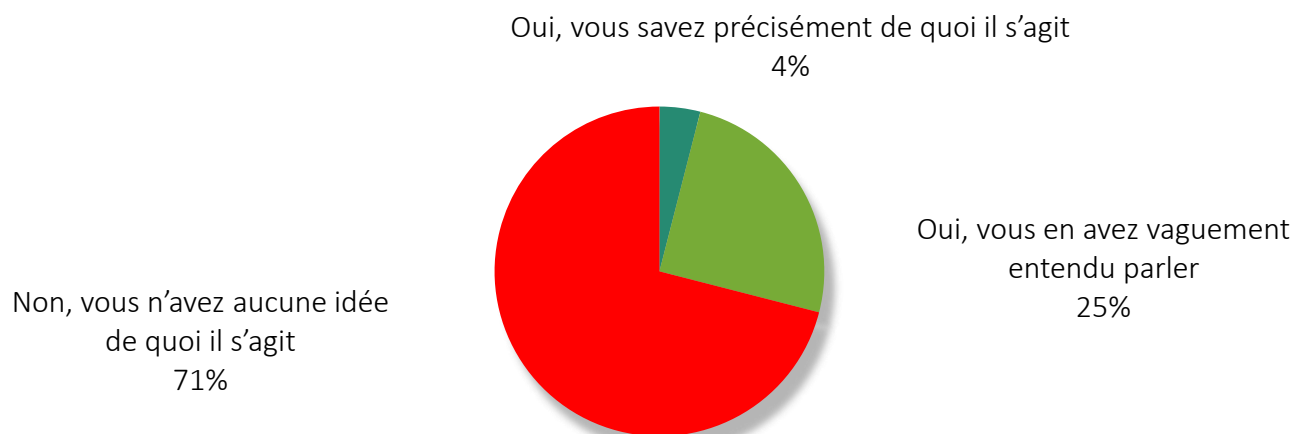
■ (NSP)

La directive européenne sur les assurances est encore largement méconnue : moins de 3 Français sur 10 en ont (vaguement) entendu parler



Une directive européenne a été adoptée il y a un an sur les assurances. Le saviez-vous ?

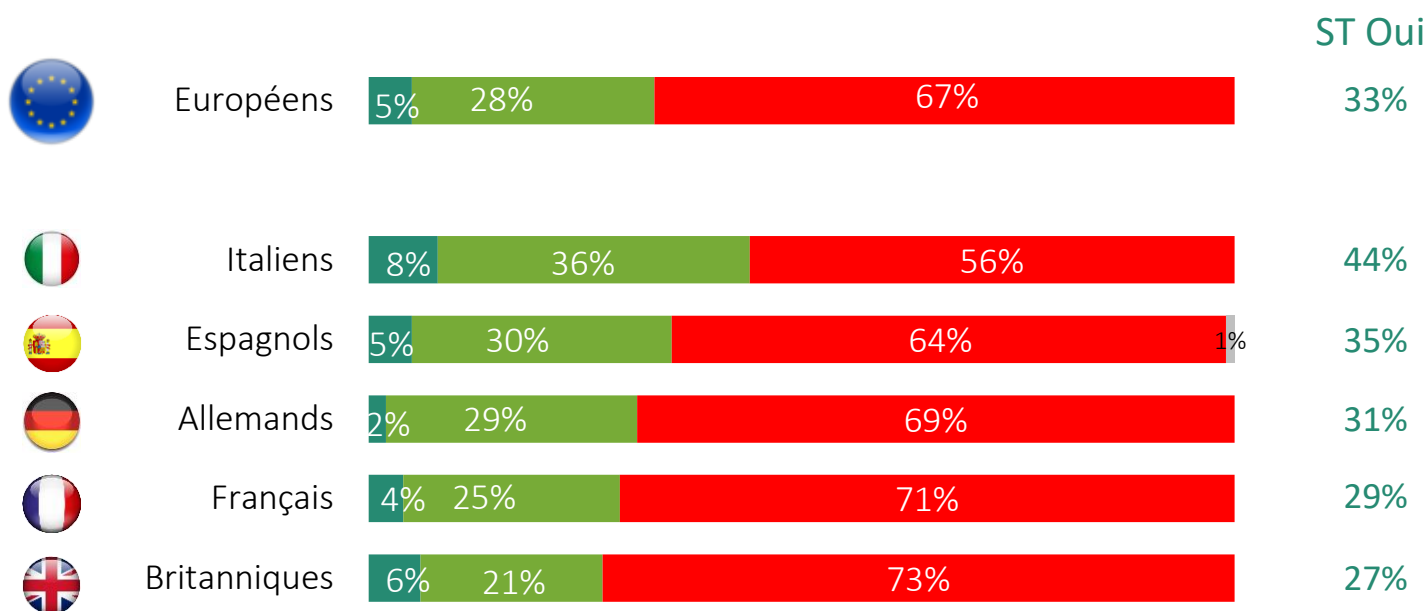
ST Oui : 29%



Le résultat n'est qu'à peine meilleur auprès de nos voisins européens : les Italiens sauvent, un peu, l'honneur 44% d'entre eux en ayant entendu parler



Une directive européenne a été adoptée il y a un an sur les assurances. Le saviez-vous ?



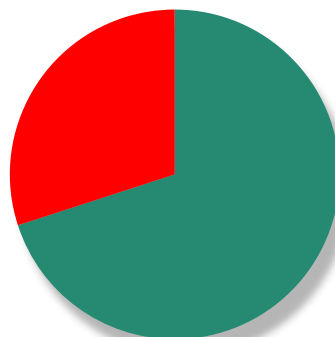
■ Oui, vous savez précisément de quoi il s'agit
■ Oui, vous en avez vaguement entendu parler
■ Non, vous n'avez aucune idée de quoi il s'agit
■ (NSP)

Dommage car ceux qui connaissent le contenu de cette directive européenne sur les assurances pensent que c'est une bonne chose pour les consommateurs



À ceux qui le savaient : Avez-vous le sentiment que l'adoption de cette directive a été plutôt une bonne chose ou plutôt une mauvaise chose pour les consommateurs Européens ?

Plutôt une mauvaise chose
30%

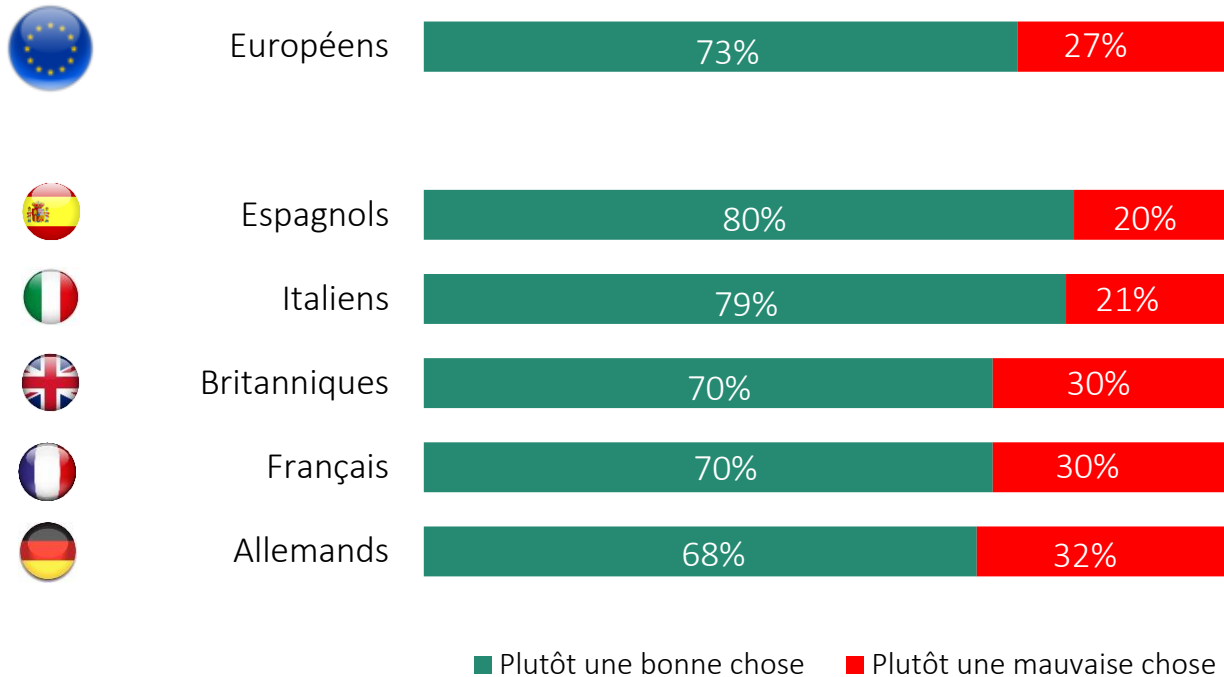


Plutôt une bonne chose
70%

Nos voisins européens sont sur la même longueur d'onde : 73% de ceux qui en ont entendu parler pensent que cette directive est une bonne chose pour les consommateurs européens



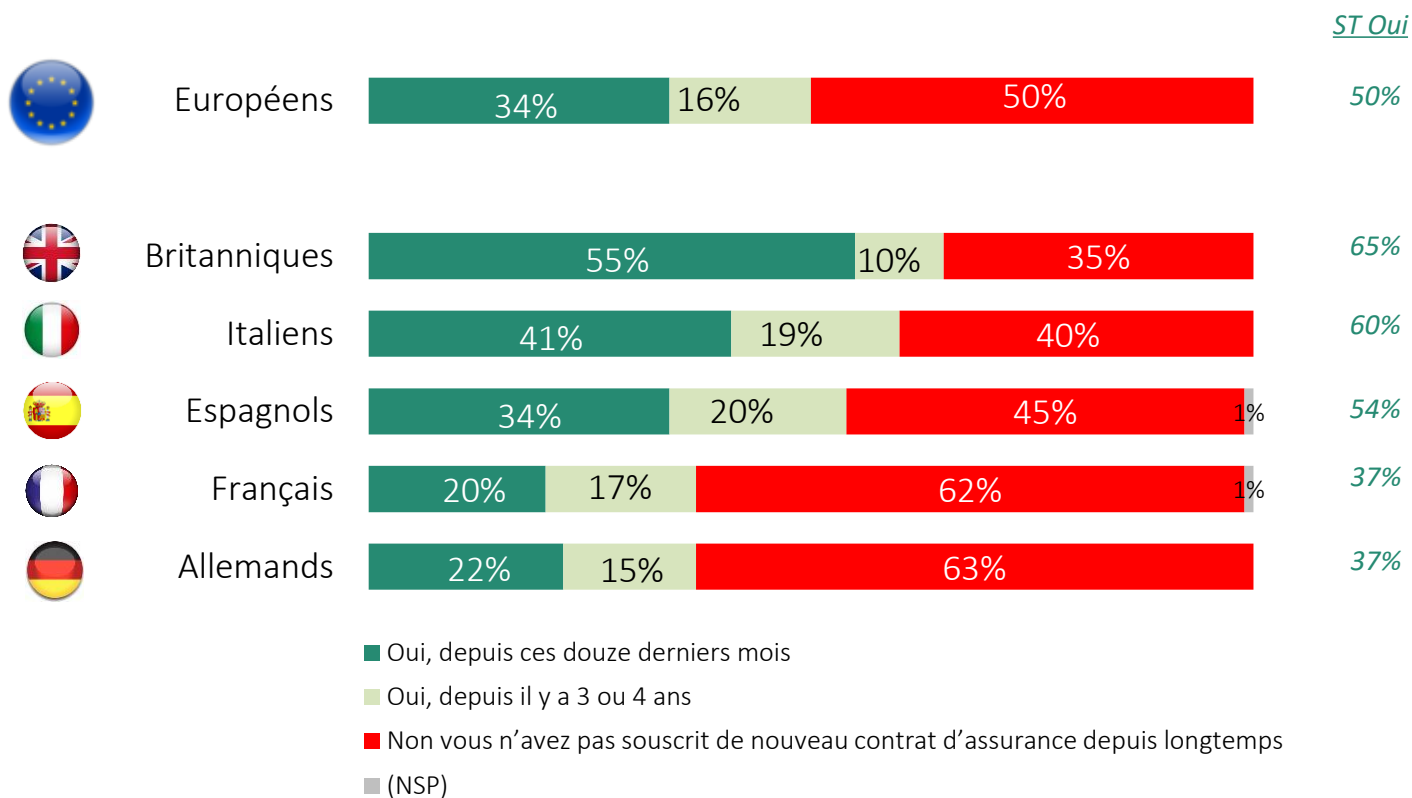
À ceux qui le savaient : Avez-vous le sentiment que l'adoption de cette directive a été plutôt une bonne chose ou plutôt une mauvaise chose pour les consommateurs Européens ?



La preuve par les chiffres : 1 Européen sur 3 a souscrit un nouveau contrat d'assurance dans l'année, donc depuis la mise en place de cette nouvelle directive



Avez-vous récemment souscrit un nouveau contrat d'assurance ?



Or, près de 6 Européens sur 10 estiment que le nouveau contrat d'assurance leur a bien apporté une meilleure protection et de meilleurs informations



Si oui depuis ces 12 derniers mois : Avez-vous le sentiment que ce nouveau contrat vous apporte une meilleure protection et de meilleures informations en tant que consommateur ?

