



L'Observatoire de **la Qualité**

france•tv**publicité** | CRÉDOC

Comment la qualité est-elle perçue en France par rapport à l'Allemagne, au Japon et les USA ?

Quels sont les différents ancrages culturels, les grandes similitudes qui redéfinissent cette notion ?

Y-a-t-il une exception française ?

France, Allemagne, Japon et USA : des perceptions identiques de la qualité sur le fond...



1. Fiabilité (57%)
2. Sécurité (48%)
3. Performance (39%)
4. Facilité d'utilisation (23%)



1. Fiabilité (64%)
2. Performance (46%)
3. Sécurité (38%)
4. Facilité d'utilisation (31%)

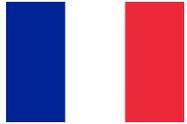


1. Fiabilité (64%)
2. Performance (60%)
3. Sécurité (38%)
4. Facilité d'utilisation (21%)



1. Performance (63%)
2. Fiabilité (55%)
3. Facilité d'utilisation (47%)
4. Sécurité (45%)

... avec cependant quelques différences culturelles



5. Respect de
l'environnement (23%)



5. Avancée
technologique (24%)



5. Marque (23%)



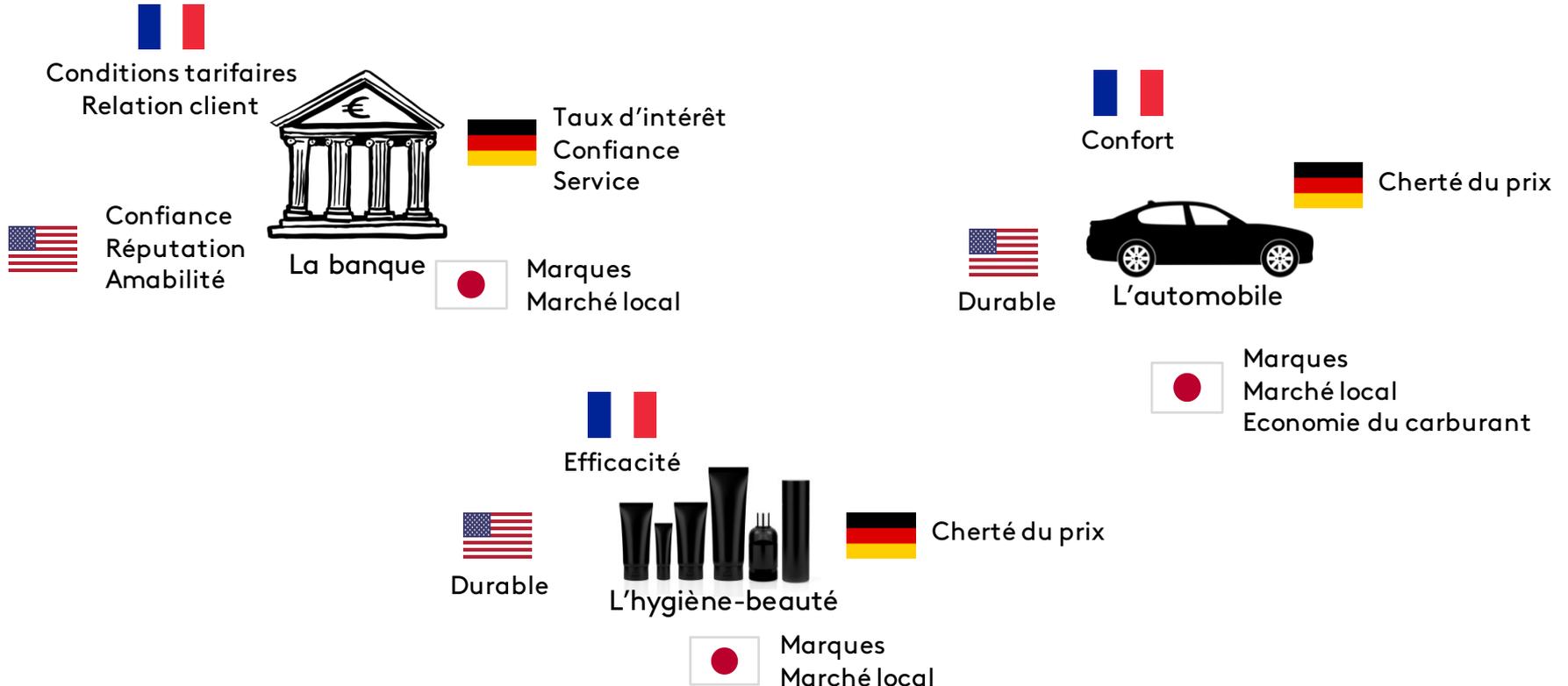
5. Design, esthétique (15%)

La notion de qualité constitue un critère éminemment subjectif

« Les critères de qualité d'un produit ou d'un service sont intrinsèquement liés à ses caractéristiques ainsi qu'au consommateur ayant fait le choix de cet objet ».

Selon les secteurs, la représentation de la qualité change au Japon, en Allemagne, aux USA et en France

L'automobile, l'hygiène beauté et la banque : des perceptions de la qualité disparates en fonctions des pays



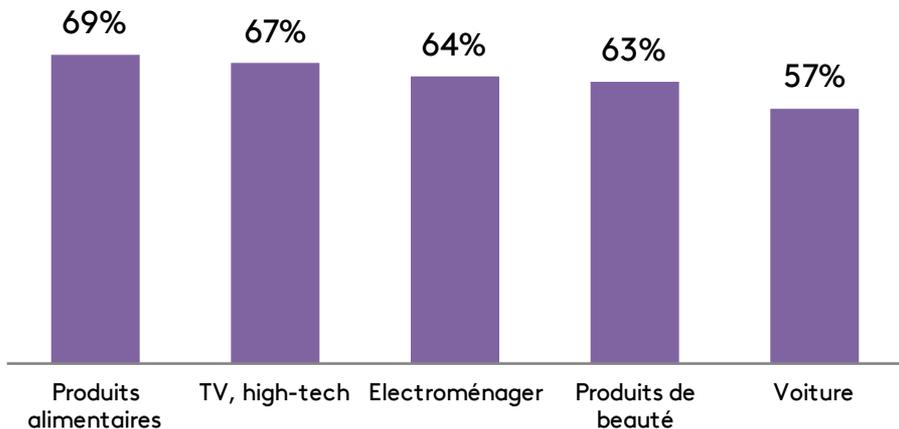
« Si je vous dis < banque de qualité / voiture de qualité / produit de beauté de qualité , quels sont les 5 premiers mots qui vous viennent à l'esprit ... ?

A l'intérieur de ces visions différentes,
le couple prix/qualité continue
de constituer un arbitrage incontournable

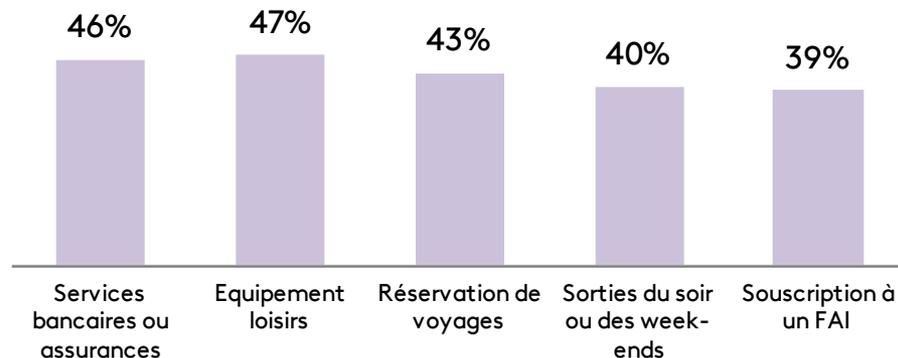
Plus l'usage est quotidien, plus on privilégiera la qualité



Qualité > Prix TOP 5



Qualité < Prix BOTTOM 5



« En admettant que vous soyez obligé de choisir systématiquement entre le prix et la qualité quand vous achetez un produit ou service, pouvez-vous me dire pour les familles de produits/services que je vais vous citer, lequel des deux critères vous semble le plus important, celui qui va guider principalement votre choix ? »

Un même constat dans les autres pays avec toutefois des spécificités locales



Qualité > Prix
TOP

- TV, high-tech
- **Ameublement**
- Electroménager
- Produits alimentaires
- Voiture

- Produits alimentaires
- Electroménager
- **Ameublement**
- TV, high-tech
- Voiture

- Voitures
- Electroménager
- TV, high-tech
- **Ameublement**
- Produits de beauté

Qualité < Prix
BOTTOM

- Réservations de voyages
- **Produits d'entretien**
- Souscription FAI

- Souscription FAI
- Sorties du soir, week-end
- Réservations de voyages

- Sorties du soir, week-end
- **Produits d'entretien**
- **Achat d'un logement**

Une nouvelle variable de mesure de la qualité émerge :
la durabilité !

Plus c'est qualitatif, plus...

Ça dure
longtemps



« C'est un objet qu'on peut
réparer, entretenir »
(Alex, 37 ans)



« Il ne faut plus fabriquer des voitures polluantes ou
puissantes, ce qui entraîne de la pollution... J'associe la qualité
à ce respect de l'environnement, à des raisons éthiques »
Secteur automobile (Chris, 56 ans)



« Il y a des priorités nouvelles, la protection de
l'environnement et tout ce qui est éthique »
(Alain, 65 ans)



« C'est respect de l'environnement aussi, ça
fait partie de la qualité de vie »
Secteur automobile (Gilbert, 62 ans)

« La santé et l'environnement, parce
que ça impacte pas mal »
Secteur alimentation (Lisa, 27 ans)



C'est durable

Des perceptions de qualité différentes
qui font de la France une véritable exception culturelle
où **l'expérience client** devient une variable de mesure
incontournable de la qualité !

En résumé, chaque culture impose sa vision de la qualité



La qualité a une valeur fonctionnelle qui vient de l'individu vs les marques.

Pour les français, la Qualité = l'expérience consommateur vécue



La qualité est basée sur le **discours de marque, le marketing ou encore la réputation** (glanée notamment sur le net).

La qualité = le storytelling



La qualité est liée au **prix (cher)** et à **des notions de santé en général** (dont l'expérience sur les animaux).

La qualité = le statut



La qualité est « **insulaire** » donc protectionniste, sécuritaire.

La qualité = les marques nationales et le marché local

CONTACTS

Véronique VIVIANO

veronique.viviano@francetvpub.fr

01 56 22 64 23

Nathalie SUSZYLO

nathalie.suszylo@francetvpub.fr

01 56 22 62 74