

ETUDE SUR LE LABEL « MADE IN LUXEMBOURG »

Réalisée par les étudiants du BTS
Gestionnaire en commerce et marketing (BCM14B)
de l'Ecole de commerce et de gestion
pour la Chambre des Métiers du Grand-Duché de Luxembourg

novembre 2015

Table des matières

1. Etude sur le label “Made in Luxembourg”	3
1.1. Le contexte de l’étude	3
1.2. Les principaux objectifs.....	3
1.3. Chronologie de l’étude.....	3
2. Les principaux résultats	4
2.1. Composition de l’échantillon	4
2.2. Le label « Made in Luxembourg est connu par plus de la moitié des répondants	4
Le logo bénéficie d’un degré de reconnaissance élevé.	5
75% des personnes qui affirment connaître le label affirment également connaître des entreprises ou produits labellisés	5
La plupart des citations portent sur des entreprises ou produits du domaine alimentaire.....	6
Le label « Made in Luxembourg » est d’abord associé à l’origine, ensuite à la qualité	7
Pour 75% des personnes qui affirment connaître le label, la provenance des produits est importante	8
Et toujours les produits alimentaires	8
La détention du label peut influencer la décision d’achat	8
... ainsi que la disposition à payer un prix plus élevé	8
3. Conclusion	9

1. Etude sur le label “Made in Luxembourg”

1.1. Le contexte de l'étude

Au cours du mois d'octobre 2015, les étudiants de deuxième année de la section BTS-Gestionnaire en commerce et marketing de l'Ecole de commerce et de gestion (ECG) ont réalisé une étude quantitative sur le label « Made in Luxembourg ». L'étude est commanditée par la Chambre des Métiers.

Le label « Made in Luxembourg » a été créé en 1984 et aujourd'hui environ 500 entreprises détiennent ce label au Luxembourg pour leurs produits et services.

Ce dernier a comme principale fonction d'informer sur l'origine des produits et services. En effet, l'origine des produits et services devient de plus en plus déterminante en ce qui concerne la décision d'achat, notamment dans le cadre de la mondialisation et de choix accru.

Il constitue également un outil de promotion qui permet aux entreprises détentrices du label de se distinguer de leurs concurrents sur le plan national et international.

Le label est octroyé de manière indépendante par la Chambre de Commerce ou la Chambre des Métiers, ce qui garantit sa pertinence et aide les consommateurs à se repérer face à l'origine luxembourgeoise d'un certain produit ou service.

1.2. Les principaux objectifs

La Chambre des Métiers voulait d'abord connaître le degré de notoriété du label « Made in Luxembourg » parmi les personnes qui travaillent ou vivent au Luxembourg. Il peut s'agir de résidents luxembourgeois, de résidents étrangers ou de frontaliers qui sont âgés de plus de 18 ans. Elle souhaitait également avoir des informations sur la perception du label auprès du public et savoir si la détention du label contribue à une décision d'achat.

Le résultat de l'étude permettra éventuellement aux acteurs d'améliorer la communication autour du label.

Les étudiants du BTS de l'ECG suivent au troisième semestre un cours de Gestion de projet. La réalisation d'un travail concret leur permet de mettre en pratique les connaissances théoriques acquises pendant le cours et de travailler sur le terrain. Il s'agit également d'une bonne expérience quant à leur vie professionnelle future.

1.3. Chronologie de l'étude

Dans un premier temps, trois représentants de la Chambre des Métiers ont présenté les objectifs à atteindre ainsi que leurs attentes par rapport aux étudiants.

Les étudiants ont établi un brouillon de questionnaire sur le logiciel « Sphinx » et l'ont finalisé une semaine plus tard en présence des représentants de la Chambre des Métiers. C'est ensuite que le travail sur le terrain a été organisé.

L'objectif était de questionner +- 850 personnes en face à face, principalement dans différents points de vente ou centres commerciaux. L'enquête a été réalisée en utilisant la méthode des quotas, les critères pertinents étant le sexe et les tranches d'âge.

La collecte des réponses a eu lieu pendant la période du 16 au 30 octobre. Les lieux de collecte étaient les suivants :

	Lieu
Auchan	163
Foire	103
Cactus Bascharage	99
City Concorde	80
Luxembourg Ville	72
Weiswampach	70
Cactus Howald	67
Diekirch/Ettelbruck	18
Echternach	55
Esch	30
Autres	77

Les réponses ont été encodées dans le logiciel Sphinx. L'échantillon final était composé de 834 observations. Une première présentation des résultats a eu lieu le 17 novembre à l'ECG.

2. Les principaux résultats

2.1. Composition de l'échantillon

L'échantillon final comprend 834 éléments et est composé à raison de 80% de résidents et de 20% de non-résidents. Parmi les répondants, il y a 48% d'hommes et 52% de femmes. La répartition par tranches d'âge est sensiblement égale à celle découlant des données du STATEC en ce qui concerne la composition de la population résidente de plus de 18 ans.

	Réponses	%
18-25 ans	110	13,05%
26-39 ans	209	24,79%
40-49 ans	173	20,52%
50-64 ans	199	23,61%
65 ans et plus	143	16,96%

2.2. Le label « Made in Luxembourg » est connu par plus de la moitié des répondants

Question 1 : Les entreprises luxembourgeoises peuvent sous certaines conditions obtenir un label pour leurs produits ou services : Connaissez-vous le label « Made in Luxembourg » ?

54,80% des répondants affirment connaître le label « Made in Luxembourg ». A noter que ce taux est nettement plus élevé parmi les Luxembourgeois (69,18%) et parmi les résidents (61,88%). D'un autre côté, la notoriété du label est plus faible chez les jeunes de moins de 25 ans (45,45%) et parmi les personnes âgées de plus de 65 ans (48,95%).

Le logo bénéficie d'un degré de reconnaissance élevé.

Question 2 : Je vous montre maintenant plusieurs logos. Quel est, selon vous, le logo officiel du label « Made in Luxembourg » ?

Les répondants pouvaient choisir parmi les 5 options suivantes :



Sur les 457 personnes affirmant connaître le label, 399 ont reconnu le logo officiel, soit un taux de 87,31%. On peut donc affirmer que le degré de reconnaissance du label est très élevé.

A relever que le taux de reconnaissance est plus élevé chez la population active que chez les jeunes et les plus de 65 ans.

75% des personnes qui affirment connaître le label affirment également connaître des entreprises ou produits labellisés

Question 3 : Connaissez-vous des entreprises ou produits qui ont le label « Made in Luxembourg » ?

73,30% des personnes affirmant connaître la notoriété du label affirment également connaître des entreprises ou produits qui détiennent le label. Si on extrapole ce taux sur l'échantillon total (834 observations), il reste 39,74% qui affirment connaître le label et estiment connaître des entreprises ou produits labellisés.

La plupart des citations portent sur des entreprises ou produits du domaine alimentaire

Question 4 : Si oui, lesquels ?

Les répondants citaient des exemples d'entreprises ou/et des exemples de produits dont ils estimaient qu'ils détenaient le label.

Nombre total d'exemples cités (entreprises et produits)	597
Total citations entreprises	401
Citations de produits	196
Bons exemples d'entreprises (entreprises qui ont le label)	330
Mauvais exemples d'entreprises (entreprises citées qui n'ont pas le label)	55
Entreprises qui n'existent pas ou dont le nom n'a pas été spécifié	16

Dans l'ensemble, ils associaient le label plutôt à l'entreprise qu'à un produit. Sur les 401 citations d'entreprises, 330 étaient des bonnes citations, c'est-à-dire des entreprises qui ont effectivement le label, soit un taux de bonnes citations de 75%.

Le tableau ci-dessous représente les entreprises les plus fréquemment citées :

Luxlait	107
Bofferding	29
Cactus	27
Diekirch	21
Namur	16
Oberweis	14
Luxair	13
Moutarderie	10
Vinsmoselle	10
Rosport"	9
Brasserie Simon	7
Bétons Feidt	5
Villeroy & Boch	5
Arcelor	4
Stoll	4

On constate clairement que les entreprises les plus fréquemment citées font avant tout partie du secteur alimentaire.

Il en est de même en ce qui concerne les citations de produits (1. Moutarde, 2. Viande, 3. Vin, 4 Lait, 5. Fromage).

Le label « Made in Luxembourg » est d'abord associé à l'origine, ensuite à la qualité

Seules les personnes ayant affirmé connaître le label ont répondu à cette partie du questionnaire.

Perception spontanée

Question 5 : Que représente pour vous le label « Made in Luxembourg » ?

Les répondants devaient exprimer spontanément à quoi ils associaient le label. Ils pouvaient faire des citations multiples.

	Citations
une garantie sur l'origine du bien ou service	307
une garantie de qualité	175
un facteur qui augmente votre confiance dans l'entreprise et ses produits	15
un facteur qui est positif pour l'image de l'entreprise	13

Perception assistée

Question 6 : Le label « Made in Luxembourg » est-il pour vous

- Un certificat de qualité
- Une garantie sur l'origine du bien ou service
- Un facteur qui contribue à donner une image positive de l'entreprise
- Un facteur qui augmente votre confiance dans l'entreprise et ses produits

Les répondants pouvaient choisir jusqu'à 4 modalités de réponses.

	Citations
une garantie sur l'origine du bien ou service	377
une garantie de qualité	309
un facteur qui augmente votre confiance dans l'entreprise et ses produits	154
un facteur qui est positif pour l'image de l'entreprise	130

Pour la plupart des répondants, le label est une garantie sur l'origine du produit. Il y a toutefois une forte association entre garantie d'origine et garantie de qualité.

Pour 75% des personnes qui affirment connaître le label, la provenance des produits est importante

Question 7 : De façon générale, la provenance (ou l'origine) des produits, a-t-elle pour vous une importance ?

Pour 76,81% des répondants, la provenance des produits est importante. A noter que les femmes accordent plus d'importance à la provenance que les hommes et qu'un jeune sur trois n'y accorde pas d'importance.

Et toujours les produits alimentaires

Question 8 : Si oui, pour quel genre de produit ?

En ce qui concerne les genres de produits, ce sont de nouveau les produits alimentaires qui sont cités le plus fréquemment.

Nombre total de citations 625

Aliments	355
Textile	122
Chaussures	64
Mobilier	21
Voitures	63

La détention du label peut influencer la décision d'achat

Question 9 : Le label « made in Luxembourg », influence-t-il votre décision d'achat ?

50,98% des répondants affirment que le label « Made in Luxembourg » influence leurs décisions d'achat. Ce taux se situe à 59,32% chez les femmes et à 42,08% chez les hommes.

De même, ce sont les personnes de plus de 40 ans pour qui le label est plus important pour leur décision d'achat. Il n'est pas surprenant non plus de voir un taux plus élevé pour les Luxembourgeois de même que pour les résidents.

... ainsi que la disposition à payer un prix plus élevé

Question 10 : Seriez-vous prêt à payer plus pour un produit ou service provenant d'une entreprise qui détient le label « Made in Luxembourg » ?

54,70% des répondants seraient prêts à payer un prix supérieur pour des produits labellisés alors que 17,29% sont indécis. Les femmes semblent nettement plus disposées à payer un prix plus élevé que les hommes.

De même, les personnes âgées accepteraient plus facilement de payer un prix supérieur pour les produits labellisés « Made in Luxembourg ».

3. Conclusion

Suite à cette étude, nous pouvons dégager les enseignements suivants :

- La notoriété du label « Made in Luxembourg » se situe légèrement au-dessus de 50%. Elle est nettement plus élevée chez les Luxembourgeois et parmi les résidents. Une stratégie de communication vis-à-vis du consommateur sera envisageable dans un futur proche.
- Le logo a une force de reconnaissance certaine. Il faut continuer d'encourager les entreprises à mettre en avant ce signe de reconnaissance au niveau de leur communication.
- La plupart des répondants ont pu citer des exemples d'entreprises ou de produits labellisés. Les citations les plus fréquentes concernaient des entreprises ou produits du domaine alimentaire.
- Le label est perçu avant tout comme étant une garantie de l'origine du produit ou service. Les consommateurs l'associent cependant aussi souvent avec la notion de qualité.
- En ce qui concerne de façon générale la provenance des produits, elle est importante surtout pour les produits alimentaires.
- Pour la moitié des consommateurs connaissant le label, celui-ci est de nature à influencer la décision d'achat. Ces personnes seraient également prêtes à payer un prix supérieur pour des produits labellisés.