



ASSOCIATION DE PRÉFIGURATION
FONDATION
VICTOR SEGALEN

Enquêtes croisées

***Image de la Chine en France &
image de la France en Chine***

Table ronde

***Dialogue franco-chinois sur l'image des pays :
Pour une compréhension partagée***

Document de synthèse des enquêtes en France

Octobre 2012

Pourquoi est-il important de réfléchir sur l'image des pays ?

Ceux qui travaillent depuis longtemps avec la Chine et qui connaissent bien ce pays, son histoire, son évolution, constatent **un important décalage** entre la **réalité chinoise** et sa **perception** par les opinions publiques occidentales. A rebours, un décalage similaire existe entre la réalité française et sa perception par l'opinion chinoise. Or ces décalages peuvent compromettre gravement la relation bilatérale.

Une enquête croisée en France et en Chine

Entre octobre 2011 et mars 2012, la Fondation Victor Segalen et l'Association chinoise pour les échanges internationaux sur le développement urbain et rural, rattachée au *Development Research Center* du Conseil des Affaires d'Etat, ont mené une enquête croisée sur l'image de la Chine en France et l'image de la France en Chine, composée de plusieurs volets (sondages qualitatif et quantitatif réalisés par l'Institut Opinion Way, entretiens avec des leaders d'opinion par le Cabinet Médiation, analyse sémiologique de la presse réalisée par M. Emmanuel Lincot).

Une Table ronde à Pékin

Les résultats de cette enquête ont été analysés et débattus au cours d'une table ronde organisée les 29 et 30 mai à Pékin, réunissant une quarantaine d'experts, de hauts fonctionnaires, et de représentants d'entreprises des deux pays.

Publication

Les résultats de l'enquête et les conclusions des débats seront publiés à la Documentation française, en édition bilingue, au quatrième trimestre 2012.

Le présent document constitue la synthèse des enquêtes qualitative et quantitative en France.

SYNTHESE DES ETUDES QUALITATIVE ET QUANTITATIVE

Image de la Chine en France - Le paradoxe : une dualité de perceptions

1. La Chine : une grande puissance reconnue
2. Des relations franco-chinoises globalement perçues positivement
3. Le sentiment général de crainte lié à la Chine s'explique par le manque d'information
4. Des entreprises chinoises méconnues et globalement déconsidérées
5. Un déficit flagrant d'image des entreprises chinoises par rapport à leurs concurrentes étrangères
6. Le bilan contrasté de l'image de la Chine
7. Les raisons d'être optimiste pour les relations franco-chinoises

1. La Chine : une grande puissance reconnue

La Chine, bien que reconnue pour son dynamisme possède un faible pouvoir d'attraction sur les Français

- ❖ La puissance et l'échelle de la Chine sont largement reconnus et établis :
 - 87% des Français soulignent la richesse du passé historique et culturel de la Chine,
 - 85% des Français reconnaissent que la Chine est un pays dynamique sur le plan économique,
 - 74% pensent que c'est un pays tourné vers l'avenir,
 - 70% des Français considèrent la Chine comme un pays jeune.
- ❖ Pourtant, à l'inverse d'autres grandes puissances, la Chine n'est pas un pays qui attire les français :
 - Seulement 18 % s'imaginent y vivre.
- ❖ La Chine, pays en pleine croissance, est perçue comme un danger:
 - 74% des français considèrent l'économie chinoise comme une menace.
- ❖ D'autres pays, pourtant moins prometteurs, apparaissent encore comme un Eldorado aux yeux des occidentaux, qui ne voit en la Chine qu'une superpuissance imposée.
 - Alors que 32% des Français ont une bonne image de la Chine, le score est de 66% pour le Brésil, 53% pour l'Inde, mais seulement 25% pour la Russie.

2. Des relations franco-chinoises globalement perçues positivement

Une image du peuple chinois plus positive que l'image de l'Etat chinois :

- 73% des Français considèrent les Chinois comme travailleurs,
 - 67% les considèrent comme disciplinés,
 - 17% comme sympathiques,
 - 14% comme accueillants.
-
- ❖ 72% des Français considèrent que les relations avec la Chine sont bonnes :
 - 54% pensent qu'elles vont rester stables,
 - 28% pensent qu'elles vont s'améliorer,
 - Et seuls 17% pensent qu'elles vont se détériorer.

- ❖ Les deux nations sont donc en bons termes et ont vocation à le rester, mais paradoxalement rien ne concrétise ce constat :
 - Seul 1% des français aimeraient travailler dans une entreprise chinoise.
- ❖ Le principal obstacle à l'amélioration des relations existantes : la question des droits de l'homme en Chine pour 79% des français.
- ❖ Enfin, 40 % des Français pensent que la différence en termes de dynamisme économique et que les différences culturelles sont un des principaux obstacles à l'amélioration des relations franco-chinoises.

3. Le sentiment général de crainte lié à la Chine s'explique par le manque d'information

A l'exception de clichés, les Français n'ont pas de représentation spontanée de la Chine actuelle et moderne.

Si l'histoire de la Chine est perçue positivement (87%), elle est pourtant inconnue de la grande majorité des Français.

Et l'avenir de la Chine est perçu comme une menace par les Français.

- ❖ Une méfiance teintée de curiosité domine l'état d'esprit envers la Chine aujourd'hui :
 - 66% des Français sont méfiants,
 - 33% sont curieux,
 - 19 % ont peur.
- ❖ La curiosité des Français s'exprime paradoxalement sur des sujets qui ne sont pas liés à la croissance de la Chine ou à son modèle qui sont pourtant les principales sources d'inquiétude :
 - 62% sont curieux de la culture chinoise (les coutumes, les traditions),
 - 51% sont curieux de la vie quotidienne des Chinois,
 - 40% sont curieux du tourisme,
 - 26% seulement sont curieux de l'économie,
 - Et 18% de la vie politique.
- ❖ Le modèle politique demeure un des facteurs de l'appréhension des Français par rapport à la Chine :
 - 7% des Français seulement considèrent la Chine comme une démocratie,
 - 5% estiment que les droits de l'homme sont respectés,
 - Et pour 83% des Français, les informations communiquées par la Chine sont considérées comme peu crédibles.

4. Des entreprises chinoises mal connues et perçues de façon négative

- ❖ Les entreprises chinoises souffrent d'un véritable déficit de notoriété et sont souvent confondues avec d'autres marques asiatiques :
 - Le meilleur score de notoriété sur les 10 entreprises chinoises testées est de... 4% pour la marque Brillance,
 - En moyenne 90% des Français ne connaissent pas les plus grandes marques chinoises,
 - Parmi les marques reconnues et identifiées comme chinoises, la marque de bière Tsingtao arrive en tête avec 19%, suivie de Lenovo avec 14%, puis Haier et ZTE à 6% et 5%.

- ❖ Si les entreprises chinoises sont considérées comme compétitives par 58 % des Français, elles ne sont considérées comme prestigieuses que par 3%. Et les autres items de perception demeurent faibles :
 - Seuls 23% des Français considèrent les dirigeants économiques chinois comme compétents,
 - 21% considèrent que les entreprises chinoises sont à la pointe de la technologie,
 - 4% seulement estiment que les produits chinois sont de bonne qualité,
 - 2% pensent qu'elles respectent leurs employés et l'environnement.

5. Une déficit d'image flagrant des entreprises chinoises par rapport à leurs concurrentes étrangères

- ❖ Les entreprises chinoises ont une mauvaise image par rapport à leurs concurrentes étrangères :
 - Les entreprises allemandes et françaises sont perçues positivement à 94% et 92%,
 - Les entreprises chinoises ne suscitent que 22% d'opinions positives, derrière celles d'autres pays émergents comme la Russie (23%), l'Inde (37%), le Brésil (52%).
- ❖ Dans leur jugement des entreprises chinoises, les Français ne font pas preuve de nationalisme mal placé. Ce sont majoritairement les entreprises allemandes qui sont les mieux jugées :
 - Les dirigeants allemands sont jugés les plus compétents à 73%,
 - Les entreprises allemandes sont jugées à la pointe de la technologie à 58%,
 - Ce sont également les entreprises allemandes qui sont jugées les plus prestigieuses à 59%.

6. Le bilan contrasté de l'image de la Chine

- ❖ Les différentes réactions et connaissances des Français montrent avant tout une méconnaissance assez profonde de la Chine d'aujourd'hui.
- ❖ A une Chine du passé reconnue pour son histoire et sa richesse culturelle, s'oppose dans l'esprit des Français une Chine moderne globalement menaçante par son dynamisme économique et son modèle politique jugé non démocratique.
- ❖ La Chine est reconnue comme une grande puissance par les Français, mais elle ne s'impose pas naturellement. Elle est certes considérée comme un partenaire, mais un partenaire forcé, dépourvu de pouvoir d'attraction ou de « soft power ».
- ❖ Les Français ne manifestent pas d'émotion positive pour la Chine. Ils appréhendent ce pays de manière purement rationnelle, sur la base réductrice des faibles informations en leur possession.
- ❖ Si les Chinois sont vus de manière positive, la perception des entreprises est au diapason de la perception du pays : entre puissance et menace.

7. Les raisons d'être optimistes pour les relations franco-chinoises

- ❖ La curiosité des Français pour la Chine est un atout pour les relations franco-chinoises futures. D'autant plus que la méfiance manifestée aujourd'hui par les Français est principalement due à un manque d'information.

- ❖ Les principales attentes des Français en matière de renforcement des relations avec la Chine :
 - Les énergies renouvelables et les nouvelles technologies (47%),
 - Le tourisme (44%),
- ❖ Les éléments d'image qui sont aujourd'hui considérés négativement par les Français, mais qui sont des leviers sur lesquels travailler pour modifier positivement l'image de la Chine :
 - La qualité des produits chinois,
 - La crédibilité des informations communiquées,
 - Le respect de l'environnement,
 - La projection d'une installation en Chine,
 - Les conditions de travail des employés chinois.

PARTENAIRES DE LA FONDATION VICTOR SEGALEN POUR L'ENQUETE

Entreprises



Conseils



Médias



© Fondation Victor Segalen 2012
Reproduction et diffusion autorisée en citant la source
contact@segalen.org