



Ipsos Public Affairs



Novembre 2016

L'attractivité de la France selon les responsables des sociétés étrangères établies en France

Par Federico Vacas & Vincent Dusseaux

Contacts :

federico.vacas@ipsos.com

vincent.dusseaux@ipsos.com

GAME CHANGERS



Fiche technique



ÉCHANTILLON

- **300 responsables d'entreprises étrangères implantées en France** (au total 248 entreprises interrogées).
- Quotas de secteur d'activité et de taille d'entreprise.



DATES DE TERRAIN

Du **10** octobre au **07** novembre 2016.



MÉTHODE

Échantillon interrogé par Internet et par téléphone.



Les évolutions par rapport aux vagues de 2014 et de 2015 sont calculées à périmètre constant sur la base des entreprises de 250 salariés et plus.



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».

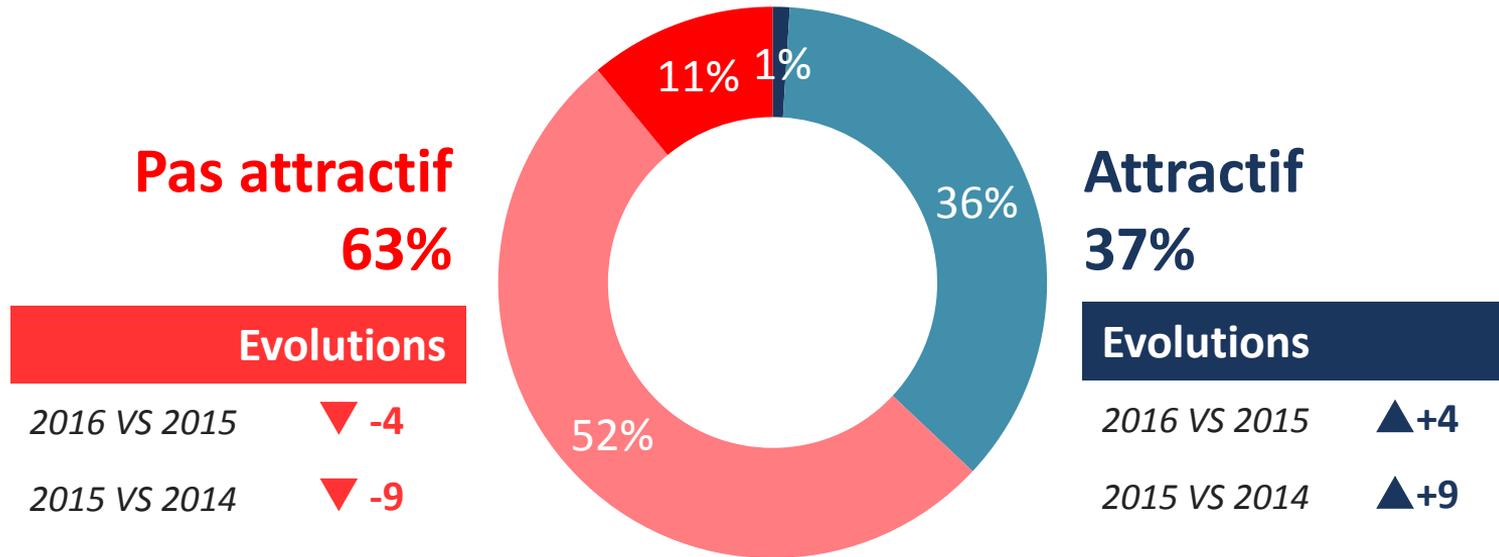


PARTIE 1.

L'ATTRACTIVITÉ DE LA FRANCE

L'opinion sur l'attractivité de la France pour les entreprises

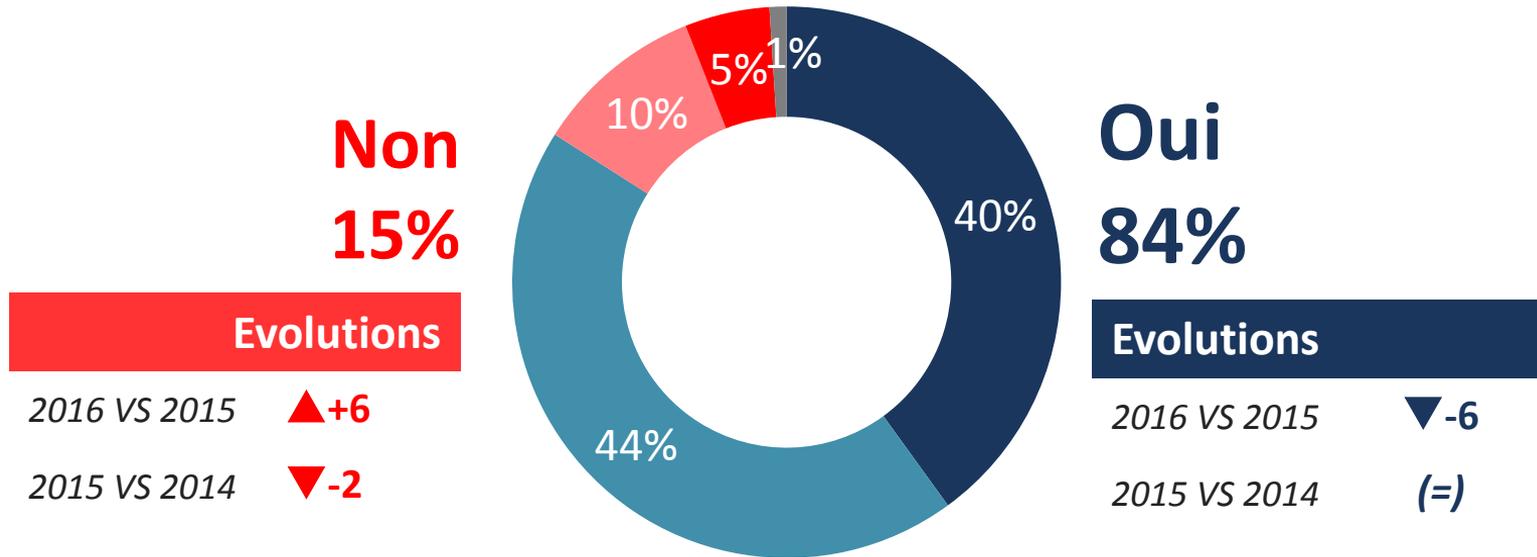
■ Très attractif ■ Assez attractif ■ Pas très attractif ■ Pas du tout attractif



Question : D'une manière générale, avez-vous le sentiment que la France est aujourd'hui un pays attractif pour les entreprises ?

La capacité de la France à redevenir attractive pour les entreprises

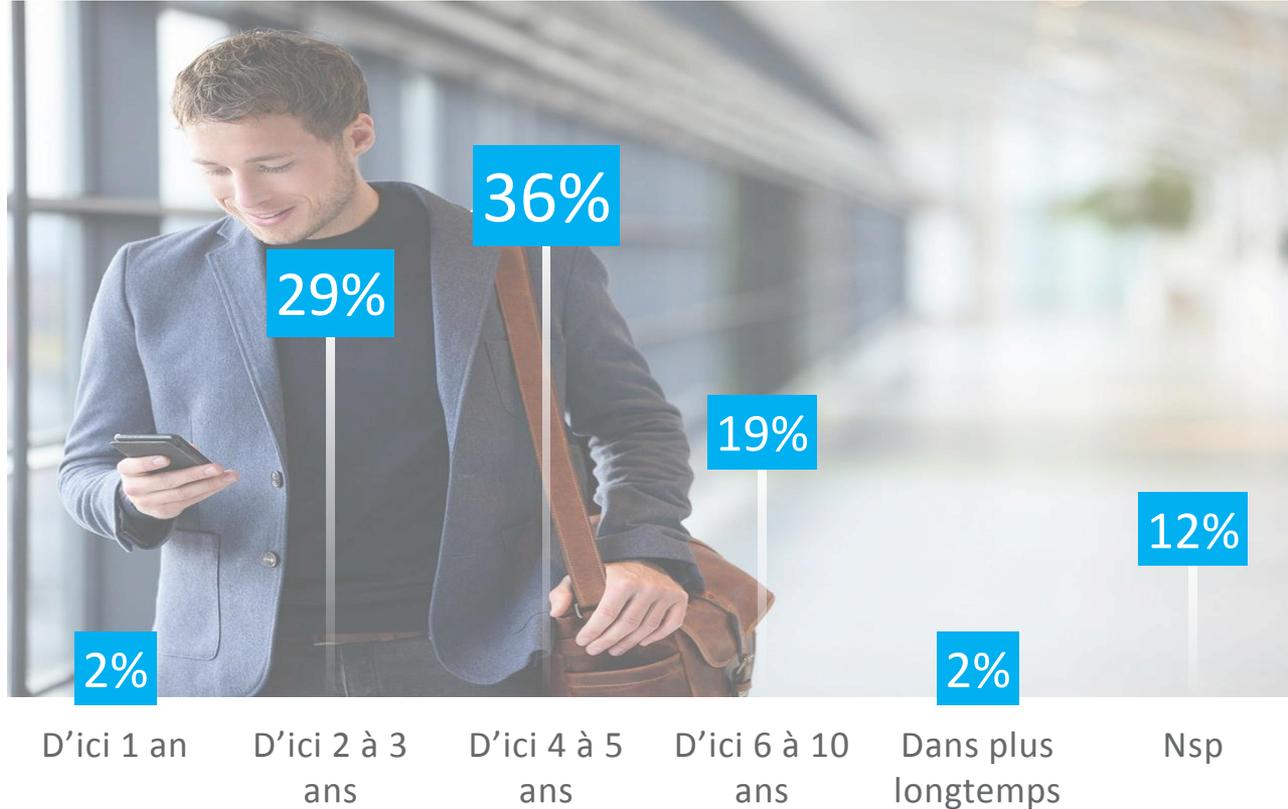
■ Certainement ■ Probablement ■ Probablement pas ■ Certainement pas ■ Nsp



Question : Pensez-vous que la France peut redevenir un pays attractif pour les entreprises ?

Base : A ceux qui pensent que la France **n'est pas un pays attractif** pour les entreprises (63% de l'échantillon)

Le temps qu'il faudra à la France pour redevenir un pays attractif



Question : Dans combien de temps pensez-vous que la France redeviendra un pays attractif ?

Base : A ceux qui pensent que **la France n'est pas un pays attractif** pour les entreprises mais qu'**elle peut le redevenir (57%** de l'échantillon)

L'évolution de l'attractivité de la France depuis un an

S'EST PLUTÔT AMÉLIORÉE



14%

2016 VS 2015 ▼-9

2015 VS 2014 ▲+15

S'EST PLUTÔT DÉGRADÉE



49%

2016 VS 2015 ▲+10

2015 VS 2014 ▼-31

N'A PAS CHANGÉ



37%

2016 VS 2015 ▼-1

2015 VS 2014 ▲+16



PARTIE 2.
L'ACTION DU GOUVERNEMENT
ET LES RÉFORMES ENGAGÉES

L'opinion sur les réformes engagées par le Gouvernement au cours des dernières années pour améliorer l'attractivité

PLUTÔT DANS LE BON SENS



45%

PLUTÔT DANS LE MAUVAIS SENS



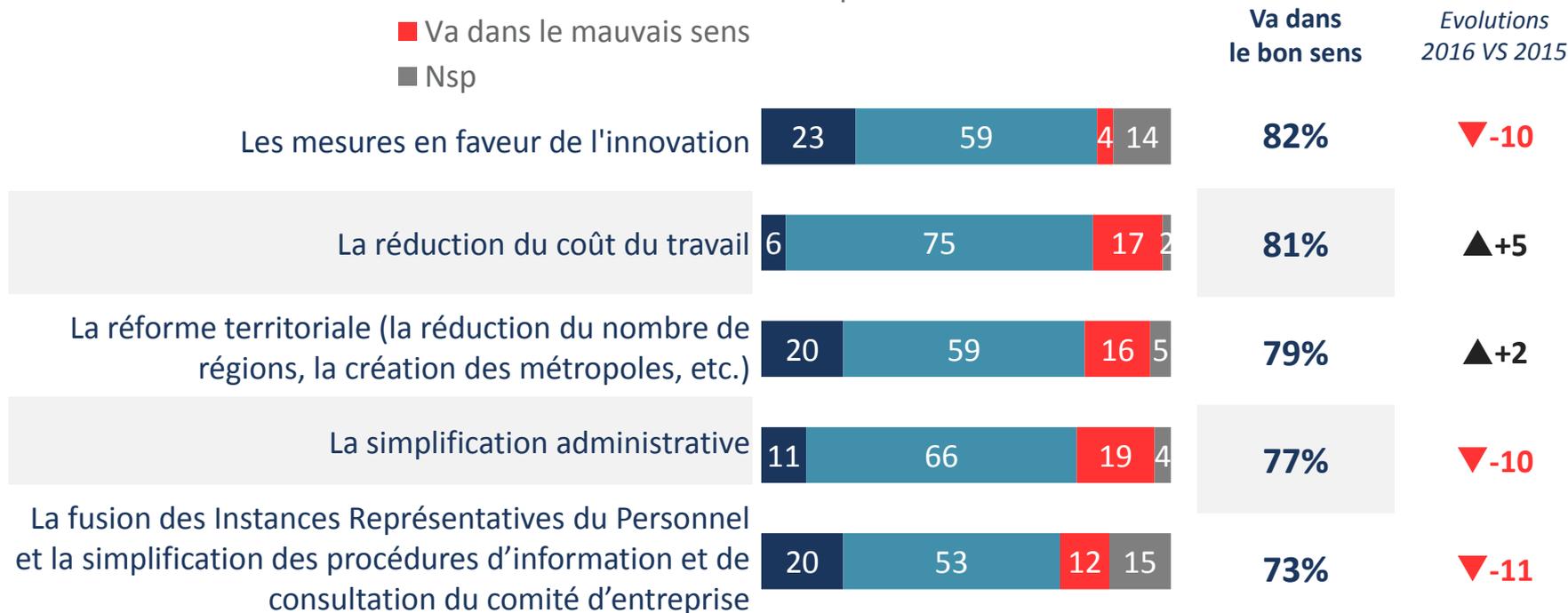
49%

Ne se prononce pas 6%

Question : D'une manière générale, les réformes engagées par le Gouvernement au cours des dernières années pour améliorer l'attractivité de la France vont-elles selon vous :

L'opinion détaillée sur les mesures gouvernementales (1/2)

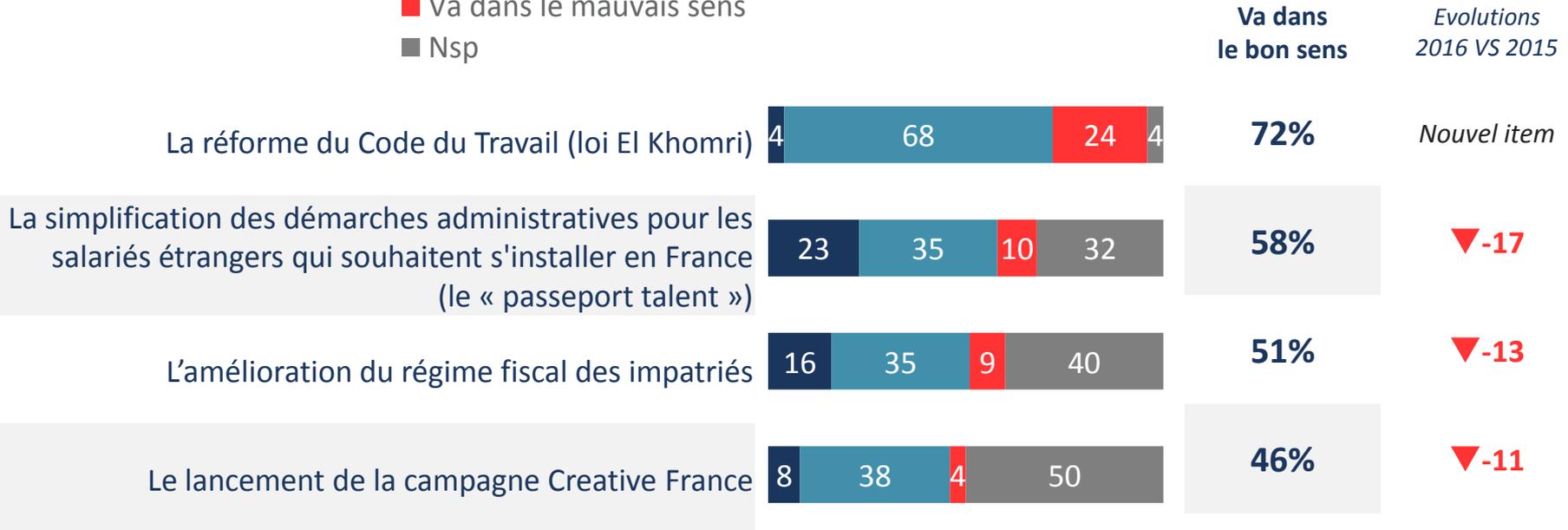
- Va dans le bon sens et est suffisante
- Va dans le bon sens mais n'est pas suffisante
- Va dans le mauvais sens
- Nsp



Question : Plus précisément, pour chacune des mesures suivantes prises au cours des dernières années, dites-moi si selon vous : elle va dans le bon sens et est suffisante, elle va dans le bon sens mais n'est pas suffisante ou si elle va dans le mauvais sens :

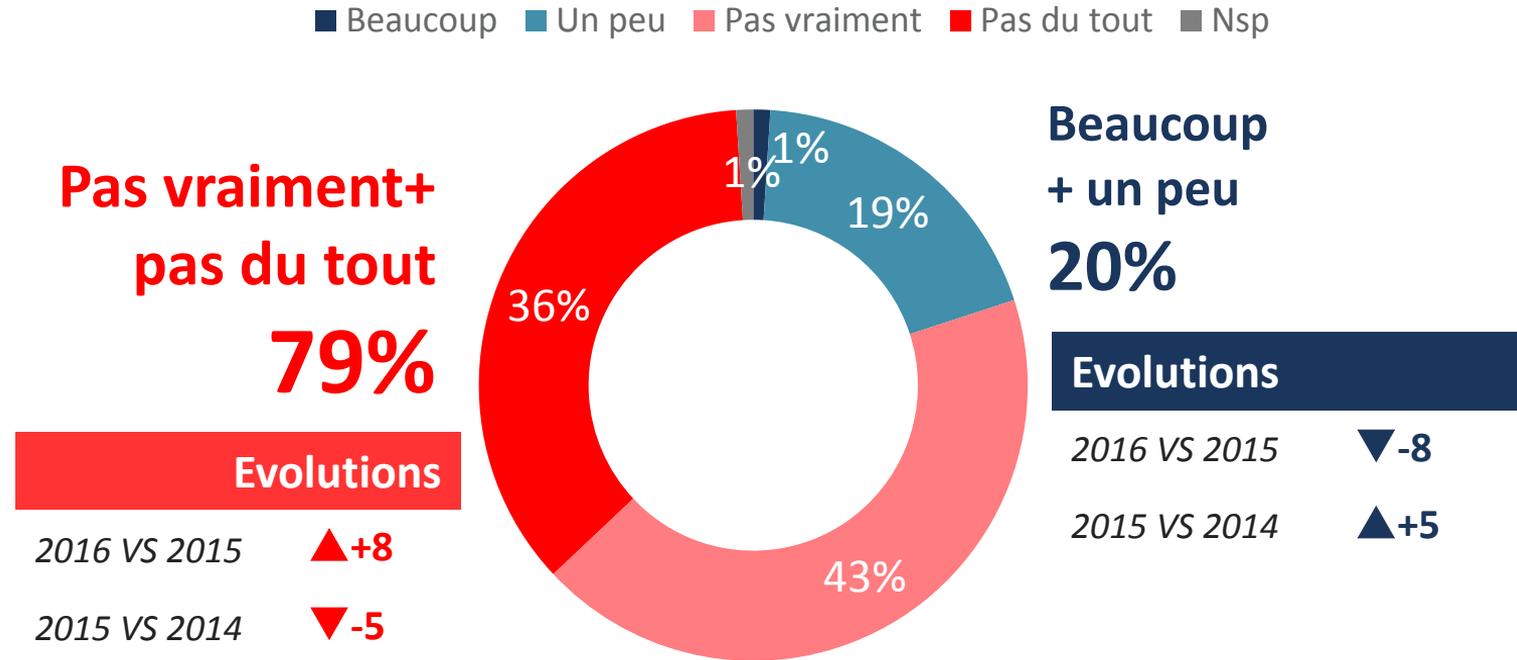
L'opinion détaillée sur les mesures gouvernementales (2/2)

- Va dans le bon sens et est suffisante
- Va dans le bon sens mais n'est pas suffisante
- Va dans le mauvais sens
- Nsp



Question : Plus précisément, pour chacune des mesures suivantes prises au cours des dernières années, dites-moi si selon vous : elle va dans le bon sens et est suffisante, elle va dans le bon sens mais n'est pas suffisante ou si elle va dans le mauvais sens :

L'impact des mesures sur le développement de son entreprise en France



L'opinion sur le rythme des réformes engagées par le Gouvernement

TROP RAPIDE



2%

PAS ASSEZ RAPIDE



89%

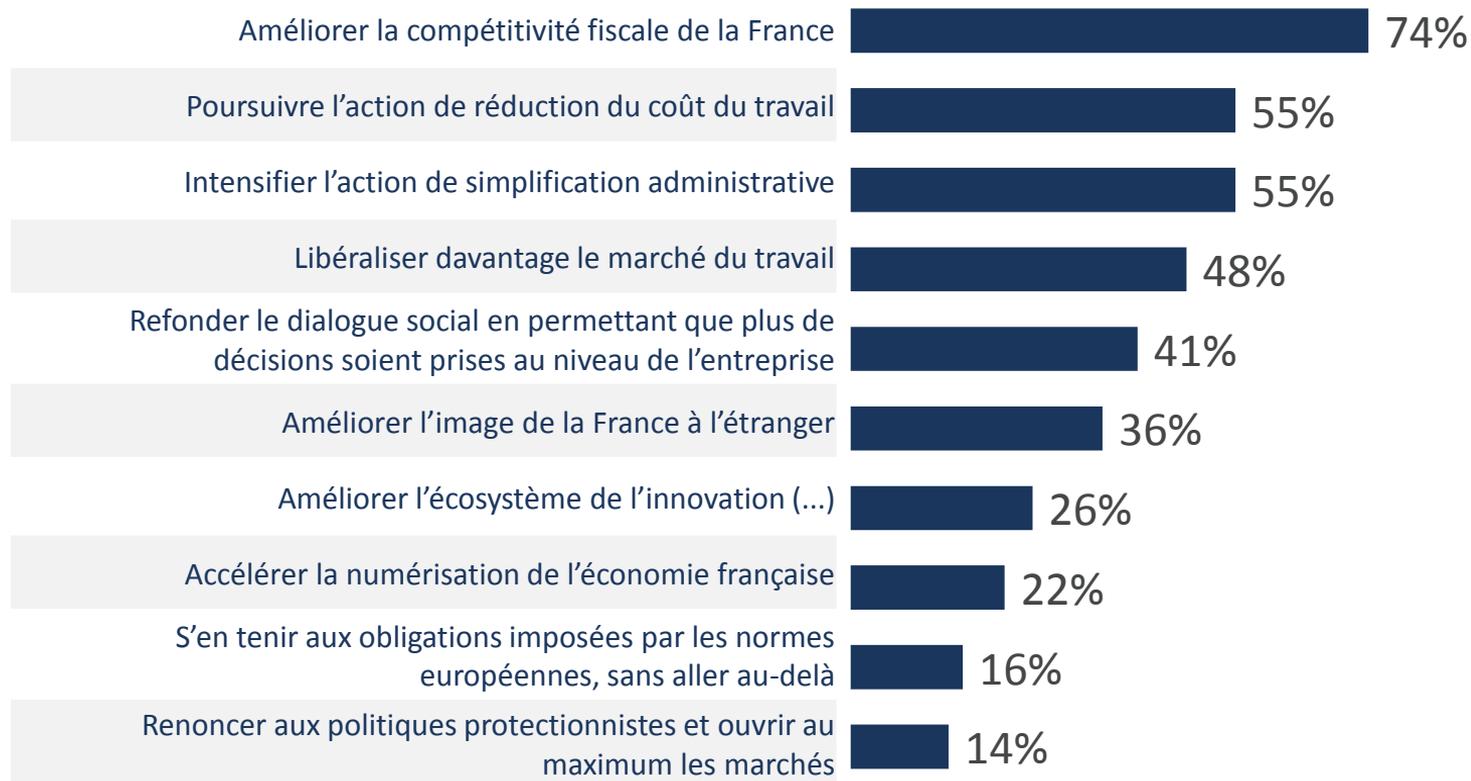
AU BON NIVEAU



4%

Ne se prononce pas 5%

Les réformes ou mesures à mettre en place pour favoriser l'attractivité de la France



Question : Quelles sont les 4 réformes ou mesures que vous souhaiteriez voir mises en œuvre en priorité pour améliorer l'attractivité de la France ? *Total supérieur à 100 car 4 réponses possibles*

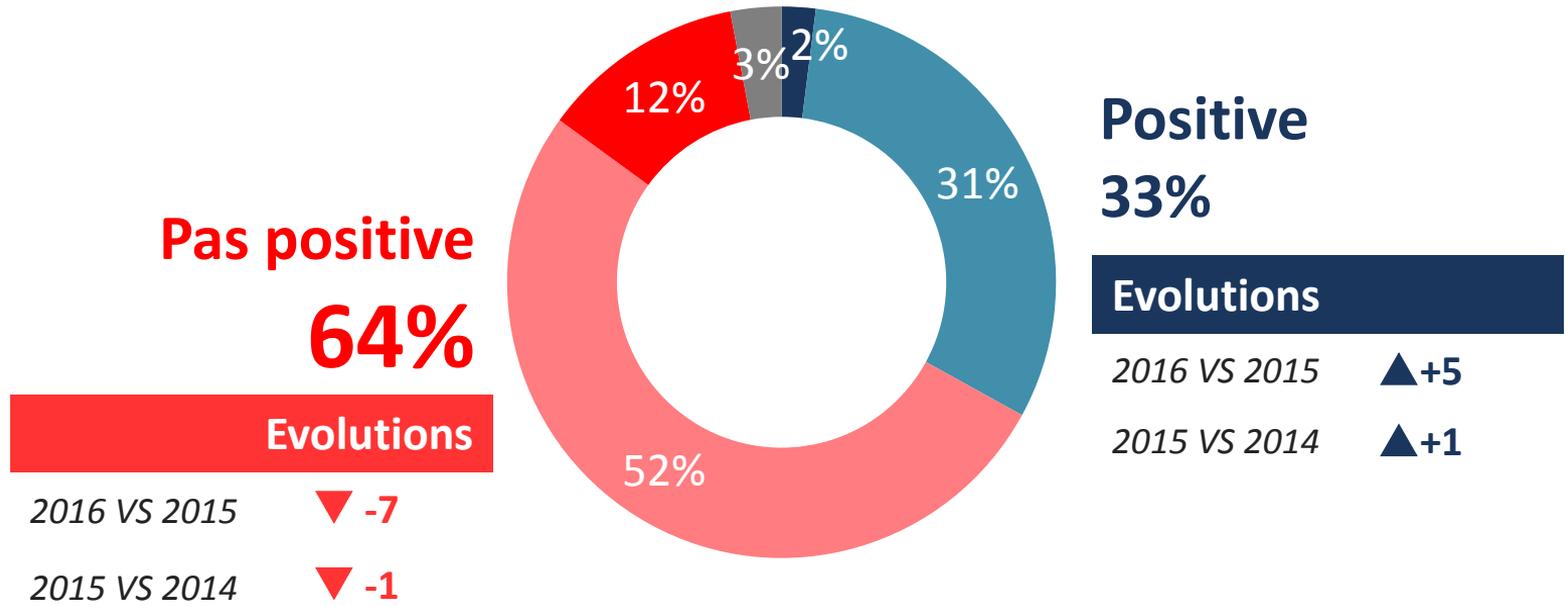


PARTIE 3.

L'IMAGE DE LA FRANCE À L'INTERNATIONAL

L'image de la France auprès des sièges mondiaux

■ Très positive ■ Assez positive ■ Pas vraiment positive ■ Pas positive du tout ■ Nsp



Question : D'une manière générale, la France a-t-elle une image très positive, assez positive, pas vraiment positive ou pas positive du tout auprès de vos sièges mondiaux ?

L'évolution de l'image de la France auprès des sièges mondiaux depuis un an

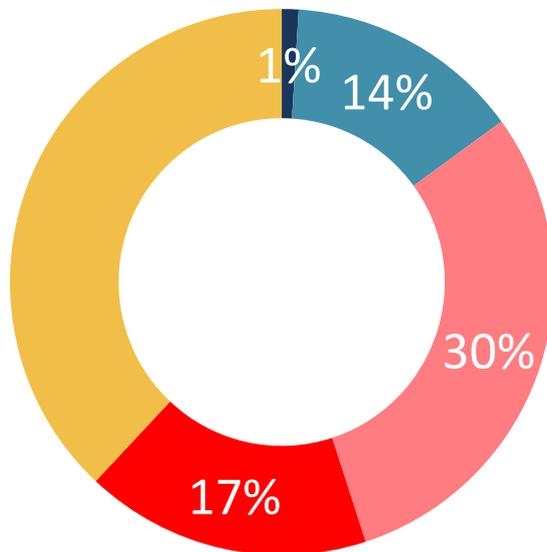
■ Beaucoup améliorée ■ Un peu améliorée ■ Un peu dégradée ■ Beaucoup dégradée

N'a pas changé 38%

Evolutions

2016 VS 2015

▲+3



Améliorée 15%

Evolutions

2016 VS 2015

▼ -10

Dégradée 47%

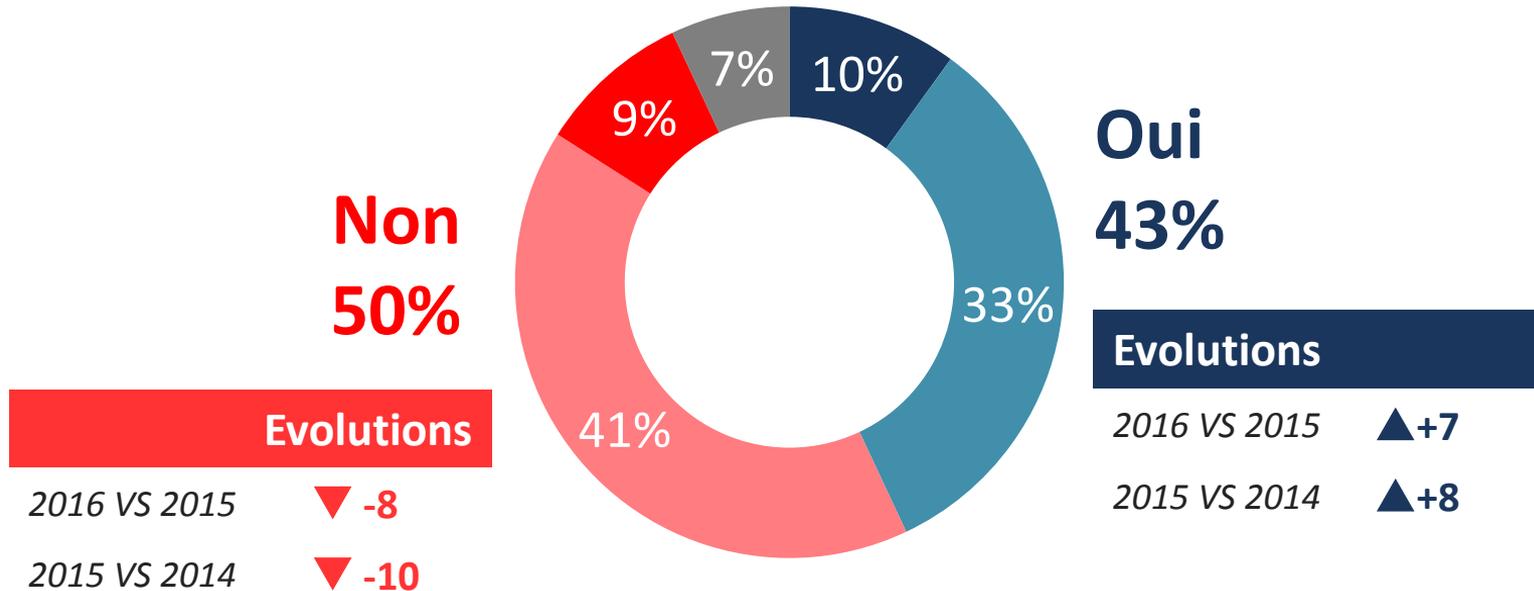
Evolutions

2016 VS 2015

▲+7

L'intention d'investir en France

■ Certainement ■ Probablement ■ Probablement pas ■ Certainement pas ■ Nsp



Question : Pensez-vous que dans les années qui viennent, vos maisons-mères vont investir davantage en France pour développer leurs activités dans le pays ?

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 87 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

© 2015 IPSOS. ALL RIGHTS RESERVED.

This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated companies as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.

GAME CHANGERS

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.
Nous sommes des Game Changers

RETROUVEZ-NOUS



www.ipsos.fr



facebook.com/ipsos.fr



vimeo.com/ipsos



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)

GAME CHANGERS

