

Communiqué de presse

1^{er} avril 2010



En partenariat avec

Les Français et la consommation responsable

Résultats de l'enquête* Ethicity menée en février et mars 2010 auprès d'un panel de 4 373 français

Une enquête menée en collaboration avec Aegis Media Expert et en partenariat avec l'ADEME
Avec l'intervention de Chantal Jouanno, Secrétaire d'Etat chargée de l'Ecologie

A l'occasion de la Semaine du Développement Durable, Ethicity, cabinet de conseil en développement & marketing durable présente les résultats de l'étude annuelle « Les Français et la consommation durable », menée depuis 2004 afin de définir leurs attentes en matière de consommation durable.

En matière de consommation durable, les Français veulent des preuves, du concret et de la proximité ! S'ils expriment à nouveau leur volonté de changement, ils souhaitent une information plus claire. Dans un contexte de crise économique, leur méfiance quant à la capacité des acteurs (entreprises, politiques, etc.) à agir sur des enjeux qui les dépassent (réchauffement climatique) s'exprime à travers un sentiment d'impuissance.

Malgré tout, 20% des Français sont toujours mobilisés en matière de consom'action, un chiffre stable depuis 2004.

Une volonté de changement et des comportements qui évoluent.

Malgré un certain pessimisme lié à un contexte de crise économique, les Français croient toujours à une consommation plus responsable:

- ¾ des Français (-6 points vs 2009) considèrent toujours le développement durable comme une nécessité,
- 60% (-9 points vs 2009) déclarent avoir changé leur comportement en faveur du développement durable en 2009,
- ils sont 47% à déclarer avoir opté pour une consommation plus éthique en 2009, en remplaçant certains produits par des produits durables ou en privilégiant tout simplement ces derniers,
- même s'ils représentent encore une minorité, de plus en plus de Français se déclarent prêts à développer de nouveaux modes d'échanges, comme louer, acheter et utiliser certains biens à plusieurs. Par exemple, 36% (+4 points vs 2009) disent être en mesure d'acheter et d'utiliser à plusieurs des outils de bricolages et de jardinage.

Des preuves, du concret et de la proximité !

Les Français affichent leur méfiance envers le discours développement durable:

- 54% d'entre eux déclarent être méfiants sur le discours des marques et des entreprises en matière de développement durable,
- 53% des Français pensent qu'il y a trop de messages publicitaires sur la consommation durable,
- 43% d'entre eux vont jusqu'à ne plus supporter les messages des marques sur l'environnement, un constat particulièrement marqué chez les seniors,
- 65% estiment qu'il y a trop de labels pour les produits durables ; cette profusion d'information tend à créer de la confusion,
- 62% disent ne pas pouvoir juger de la meilleure qualité des produits durables.

Les Français veulent une information plus claire :

Des preuves de qualité : toujours considérés comme « plus chers » par 83% des Français, les produits de la consommation responsable ne sont pas estimés de meilleure qualité pour autant : seuls 27% considèrent que ces produits sont de meilleure qualité que les produits classiques. 45% déclarent qu'ils achèteraient davantage de produits durables s'ils avaient des preuves concrètes que ces produits sont de meilleure qualité.

De la transparence sur l'engagement social et environnemental des entreprises qui fabriquent ces produits pour 51% de nos concitoyens ; ¾ des personnes interrogées pensent que les entreprises ne leur donnent pas assez d'information sur les conditions de fabrication de leurs produits.

De la traçabilité : 53% déclarent vouloir des informations sur l'origine des matières premières sur les étiquettes des produits qu'ils achètent, 45% sur le lieu de fabrication et 48% sur leurs impacts en matière de biodiversité qui semble les toucher davantage que les enjeux de réchauffement climatique. En effet, 52% estiment que nos modes de vie et de consommation peuvent porter atteinte à la biodiversité et 30% déclarent être prêts à renoncer à certaines habitudes de consommation pour des raisons de préservation de la biodiversité.

Du local : Pour 26% des Français, un produit permettant de consommer de manière responsable doit être « fabriqué localement afin de favoriser le développement de l'emploi au niveau local ». Le local est identifié comme garant d'une éthique sous son aspect social (maintien des emplois en France) et d'une plus grande proximité avec les acteurs.

Sceptiques face à la communication du « tout durable », les Français expriment un besoin d'informations concrètes, montrent du pragmatisme et évoluent dans leurs comportements. Ces observations s'articulent autour d'une attente d'exemplarité et des exigences accrues vis-à-vis des acteurs, des preuves de qualité des produits et un recentrage toujours plus fort vers l'individu : santé, coût, environnement local.

Une consommation plus réfléchie se dessine mais qui doit aussi répondre à une envie de liberté et de plaisir et d'une plus grande solidarité.

* Enquête terrain réalisée par TNS MédiaIntelligence. Ré-interrogation d'un échantillon de 4 373 individus âgés de 15 à 70 ans en auto administré par voie postale en Février - Mars 2010. Utilisation de l'échantillon SIMM 2009 pour Access Panel. Enquête disponible sur le site www.ethicity.net

Ethicity en bref

Ethicity est un cabinet conseil en (développement & marketing) durable indépendant, créé en 2001 pour co-innover l'offre et inventer des modes de vie pour un monde désirable. Pour cela nous accompagnons les organisations de la stratégie à l'action dans leur mutation progressive en apportant la vision et les outils leur permettant de faire évoluer leur offre de produits / services.

Nos 4 métiers : Stratégie de Développement Durable – Management du Développement Durable - Marketing durable –co-construction avec les parties prenantes.

Contact Ethicity : Gilles Degroote – gilles.degroote@ethicity.fr - 01 49 709 712

www.ethicity.net - www.blog-ethicity.net

L'ADEME en bref

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de la Mer et du ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. Elle participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale, l'agence met à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, ses capacités d'expertise et de conseil. www.ademe.fr

Contact presse ADEME – agence GolinHarris : 01 40 41 55 01 – servicedepresseademe@golinharris.com