

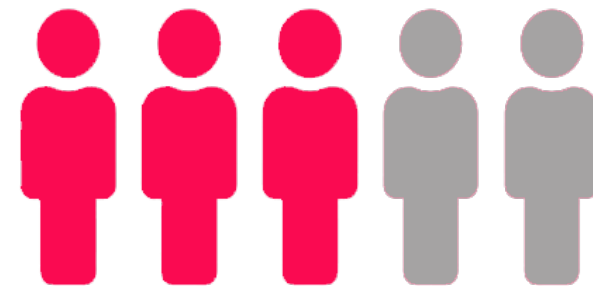


LES FRANÇAIS & LES COMPORTEMENTS D'ACHAT RESPONSABLES

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH | 28.09.23

“opinionway”

LES CHIFFRES
CONSOMMATEURS
DU MOIS





La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1009 personnes représentatif** de la population française âgée de 18 ans et plus.

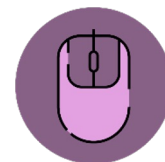
L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



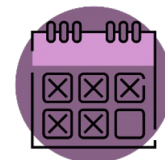
OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).

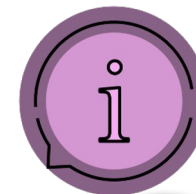


Les interviews ont été réalisées **du 20 au 21 septembre 2023**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.

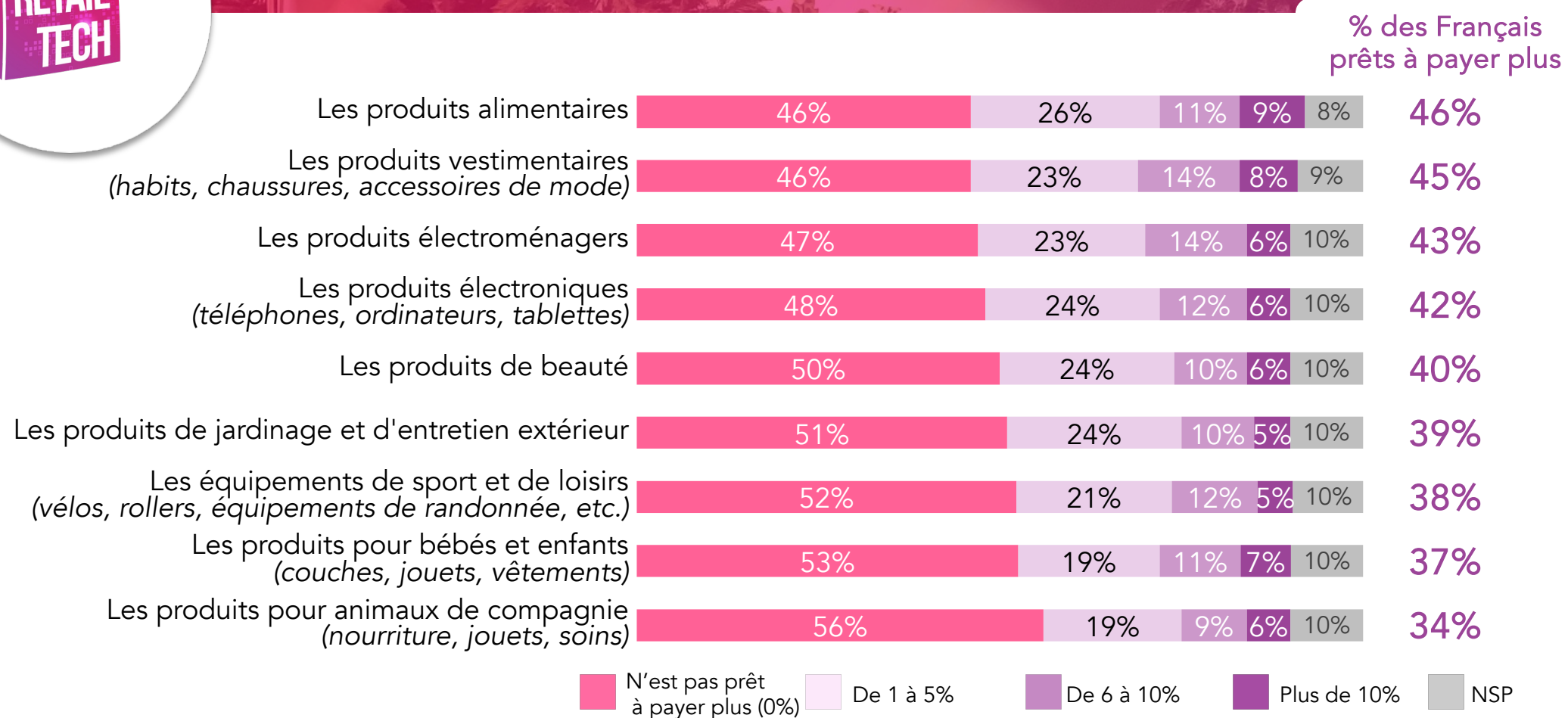
Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour la Retail Tech » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.





LA PROPENSION A PAYER PLUS POUR DES PRODUITS PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT



QUESTION 1. Pour chacun des types de produits suivants, quel pourcentage seriez-vous prêt à payer en plus pour avoir des produits plus respectueux de l'environnement et socialement responsable ? Question posée à l'ensemble des Français, 1009 répondants

Question ouverte numérique, réponses spontanées





LA PROPENSION A PAYER PLUS POUR DES PRODUITS PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

	% Prêt à payer plus	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les produits alimentaires	46%	45%	46%	60%	43%	45%	43%	45%	54%	42%	43%
Les produits vestimentaires (habits, chaussures, accessoires de mode)	45%	46%	43%	54%	43%	45%	40%	45%	51%	40%	43%
Les produits électroménagers	43%	45%	42%	49%	38%	44%	39%	47%	48%	37%	44%
Les produits électroniques (téléphones, ordinateurs, tablettes)	42%	43%	41%	55%	36%	42%	38%	44%	46%	38%	42%
Les produits de beauté	40%	39%	42%	53%	37%	40%	34%	43%	45%	35%	40%
Les produits de jardinage et d'entretien extérieur	39%	40%	38%	47%	38%	40%	35%	40%	45%	33%	39%
Les équipements de sport et de loisirs (vélos, rollers, équipements de randonnée, etc.)	38%	40%	36%	50%	34%	40%	33%	39%	43%	33%	38%
Les produits pour bébés et enfants (couches, jouets, vêtements)	37%	37%	38%	50%	38%	40%	32%	35%	44%	34%	36%
Les produits pour animaux de compagnie (nourriture, jouets, soins)	34%	35%	34%	48%	34%	35%	30%	33%	41%	30%	33%

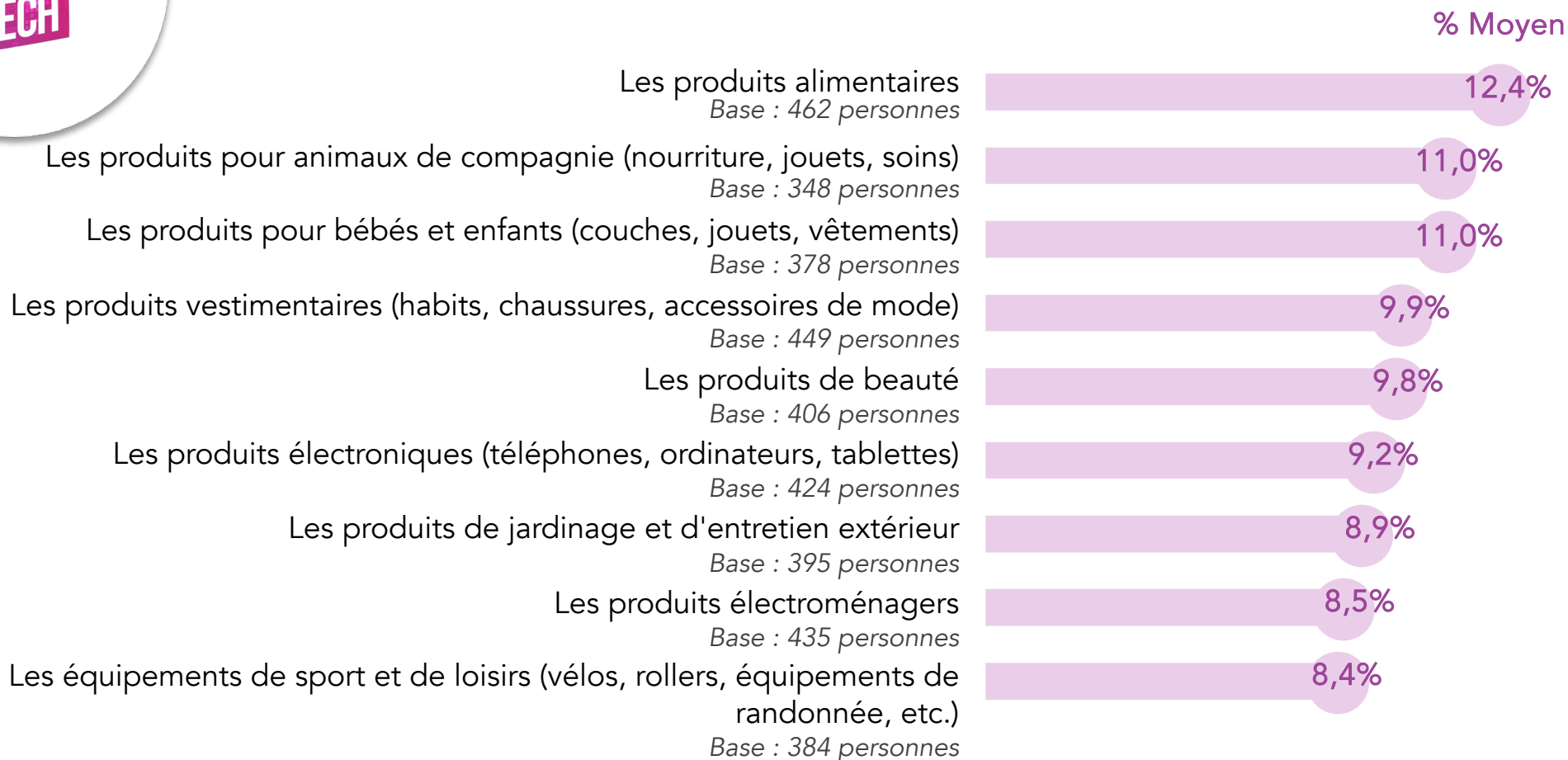
QUESTION 1. Pour chacun des types de produits suivants, quel pourcentage seriez-vous prêt à payer en plus pour avoir des produits plus respectueux de l'environnement et socialement responsable ? Question posée à l'ensemble des Français, 1009 répondants

Question ouverte numérique, réponses spontanées





L'AUGMENTATION MOYENNE ACCEPTABLE POUR DES PRODUITS PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT



QUESTION 1. Pour chacun des types de produits suivants, quel pourcentage seriez-vous prêt à payer en plus pour avoir des produits plus respectueux de l'environnement et socialement responsable ? Question posée à uniquement à ceux qui seraient prêts à payer plus

Question ouverte numérique, réponses spontanées





L'AUGMENTATION MOYENNE ACCEPTABLE POUR DES PRODUITS PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

	% Moyen	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les produits alimentaires <i>Base : 462 personnes</i>	12,4	11,2	13,5	15,2	16,0	13,4	11,6	8,8	11,4	15,3	11,5
Les produits pour animaux de compagnie <i>Base : 348 personnes</i>	11,0	11,3	10,8	14,2	11,9	9,4	10,7	10,7	9,6	11,4	12,2
Les produits pour bébés et enfants <i>Base : 378 personnes</i>	11,0	10,0	11,9	16,3	12,9	8,8	9,8	10,1	11,1	9,5	11,8
Les produits vestimentaires <i>Base : 449 personnes</i>	9,9	9,2	10,5	11,9	13,6	9,4	8,5	8,4	9,3	10,3	10,1
Les produits de beauté <i>Base : 406 personnes</i>	9,8	9,2	10,3	14,3	10,7	8,6	8,1	9,4	7,9	10,6	10,9
Les produits électroniques <i>Base : 424 personnes</i>	9,2	10,2	8,2	10,2	10,5	8,2	8,6	9,4	7,5	10,5	9,8
Les produits de jardinage et d'entretien extérieur <i>Base : 395 personnes</i>	8,9	8,7	9,1	11,4	9,4	7,8	8,5	8,9	7,2	8,5	10,7
Les produits électroménagers <i>Base : 435 personnes</i>	8,5	7,8	9,2	10,0	10,7	7,0	8,2	8,3	7,4	8,4	9,5
Les équipements de sport et de loisirs <i>Base : 384 personnes</i>	8,4	8,6	8,3	8,9	10,6	7,8	8,0	8,0	7,0	10,5	8,4

QUESTION 1. Pour chacun des types de produits suivants, quel pourcentage seriez-vous prêt à payer en plus pour avoir des produits plus respectueux de l'environnement et socialement responsable ? Question posée à uniquement à ceux qui seraient prêts à payer plus
Question ouverte numérique, réponses spontanées

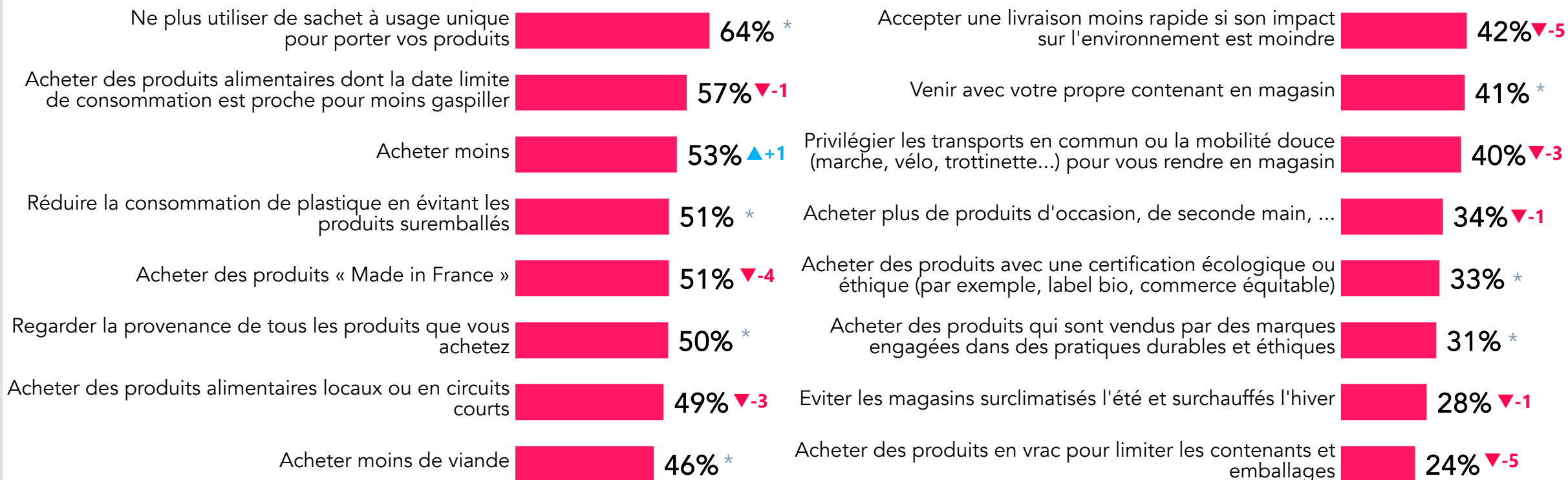




LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

% Systématiquement ou souvent

▼ / ▲ Evolutions par rapport à septembre 2022 *Nouvel item

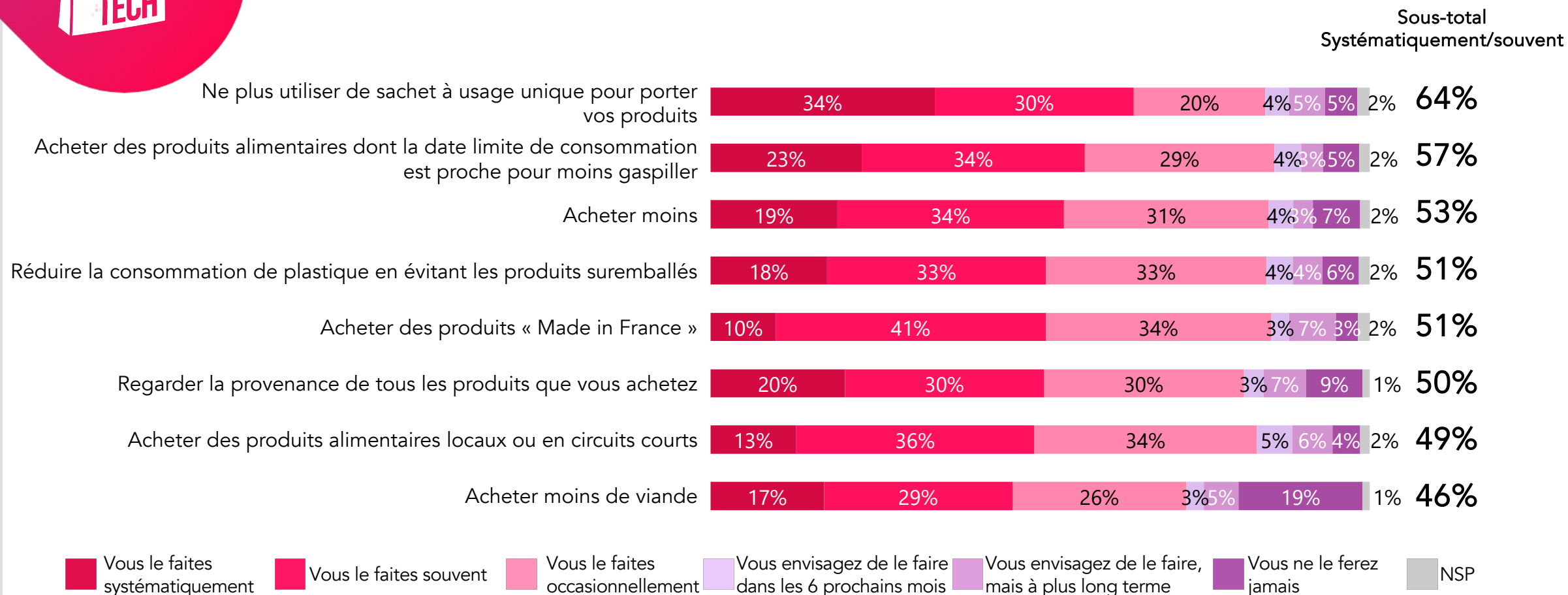


QUESTION 2. A titre personnel, quels sont les efforts que vous faites déjà ou seriez prêt à faire lorsque vous achetez des produits en magasin ou sur internet (alimentaire, mode, cadeaux, jouets, beauté, ...) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 1009 répondants





LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE (1/2)

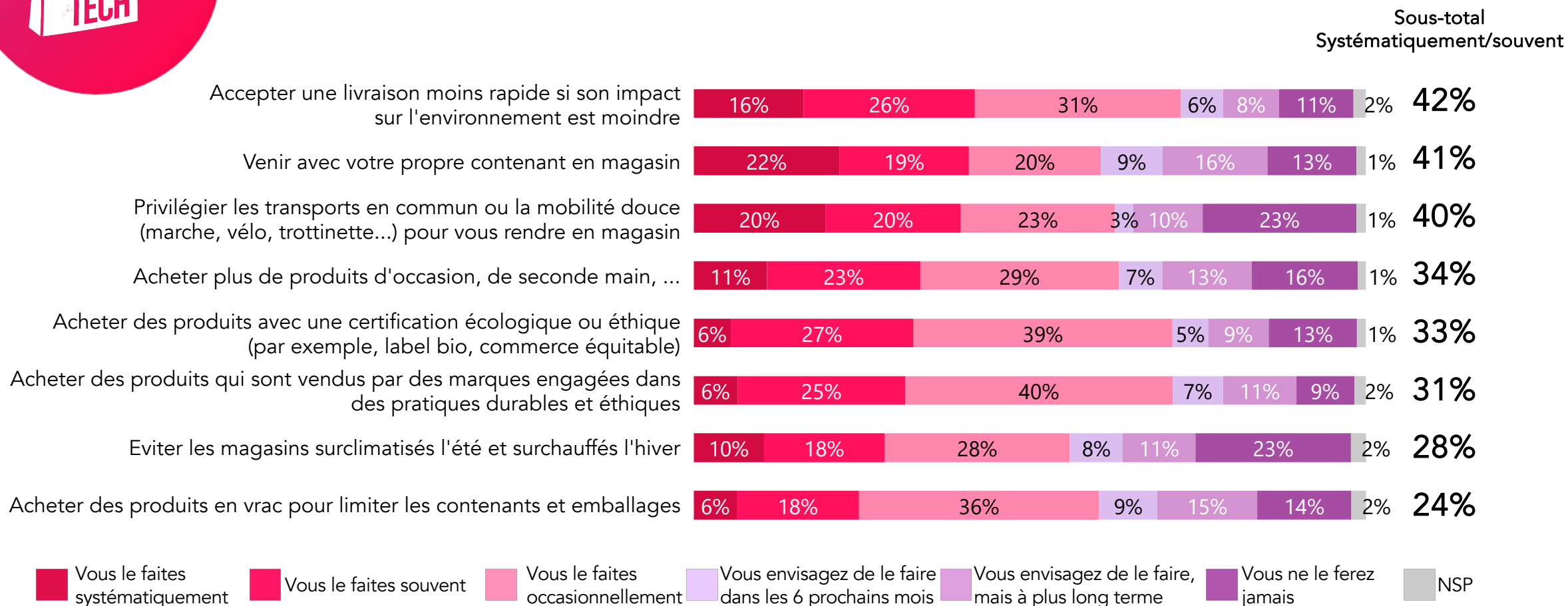


QUESTION 2. A titre personnel, quels sont les efforts que vous faites déjà ou seriez prêt à faire lorsque vous achetez des produits en magasin ou sur internet (alimentaire, mode, cadeaux, jouets, beauté, ...) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 1009 répondants





LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE (2/2)



QUESTION 2. A titre personnel, quels sont les efforts que vous faites déjà ou seriez prêt à faire lorsque vous achetez des produits en magasin ou sur internet (alimentaire, mode, cadeaux, jouets, beauté, ...) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 1009 répondants





LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE (1/2)

	% Systématiquement ou souvent	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Ne plus utiliser de sachet à usage unique pour porter vos produits	64%	57%	70%	61%	59%	62%	68%	67%	61%	63%	68%
Acheter des produits alimentaires dont la date limite de consommation est proche pour moins gaspiller	57%	53%	60%	50%	53%	60%	58%	57%	56%	54%	60%
Acheter moins	53%	48%	58%	47%	51%	54%	57%	53%	47%	58%	56%
Réduire la consommation de plastique en évitant les produits suremballés	51%	51%	51%	43%	48%	50%	49%	57%	54%	46%	53%
Acheter des produits « Made in France »	51%	54%	48%	41%	33%	49%	53%	64%	51%	45%	56%
Regarder la provenance de tous les produits que vous achetez	50%	50%	51%	45%	37%	48%	52%	63%	52%	42%	56%
Acheter des produits alimentaires locaux ou en circuits courts	49%	46%	52%	40%	38%	44%	54%	59%	49%	43%	55%
Acheter moins de viande	46%	35%	55%	44%	45%	46%	44%	48%	46%	45%	47%

QUESTION 2. A titre personnel, quels sont les efforts que vous faites déjà ou seriez prêt à faire lorsque vous achetez des produits en magasin ou sur internet (alimentaire, mode, cadeaux, jouets, beauté, ...) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 1009 répondants





LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE (2/2)

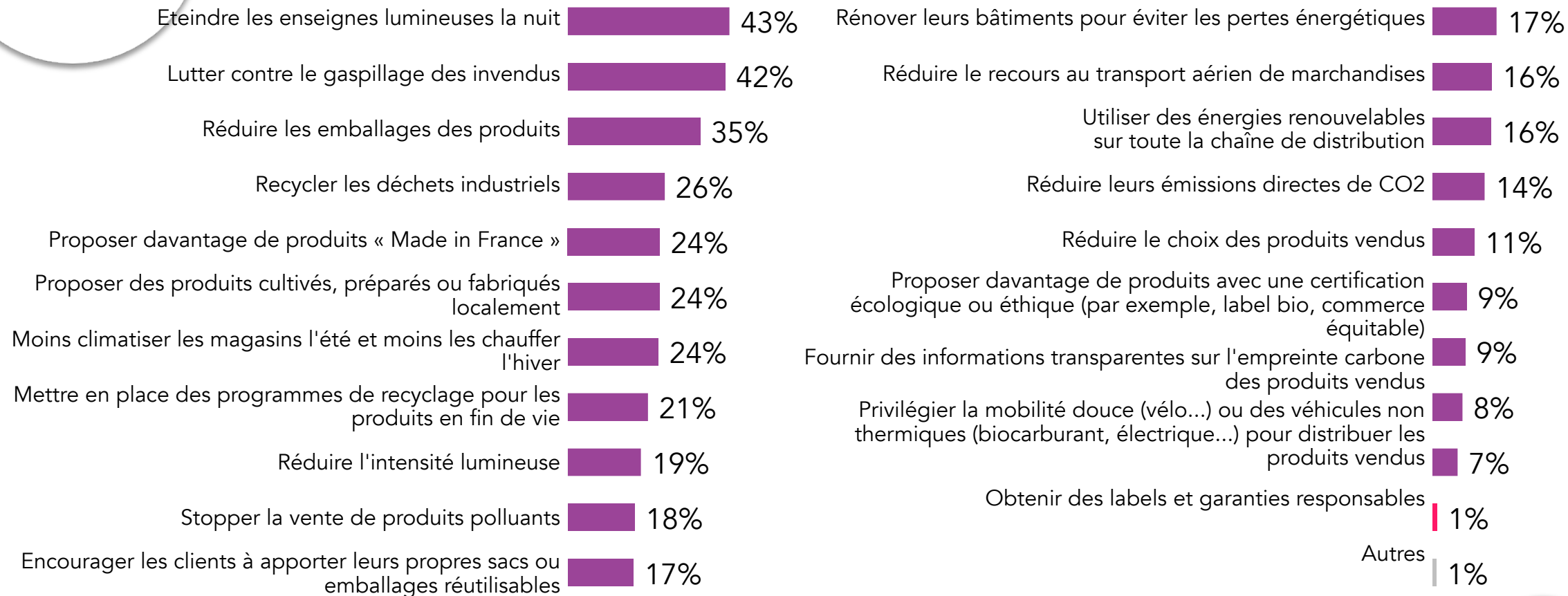
	% Systématiquement ou souvent	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Accepter une livraison moins rapide si son impact sur l'environnement est moindre	42%	39%	44%	35%	37%	43%	49%	40%	45%	36%	44%
Venir avec votre propre contenant en magasin	41%	40%	42%	40%	48%	40%	44%	36%	44%	43%	37%
Privilégier les transports en commun ou la mobilité douce (marche, vélo, trottinette...) pour vous rendre en magasin	40%	38%	42%	50%	43%	43%	39%	32%	39%	39%	40%
Acheter plus de produits d'occasion, de seconde main, ...	34%	27%	41%	50%	45%	42%	30%	17%	35%	42%	28%
Acheter des produits avec une certification écologique ou éthique (par exemple, label bio, commerce équitable)	33%	34%	31%	33%	35%	30%	31%	35%	37%	30%	31%
Acheter des produits qui sont vendus par des marques engagées dans des pratiques durables et éthiques	31%	31%	32%	42%	32%	31%	32%	26%	32%	32%	31%
Eviter les magasins surclimatisés l'été et surchauffés l'hiver	28%	27%	29%	29%	32%	29%	29%	25%	27%	31%	29%
Acheter des produits en vrac pour limiter les contenants et emballages	24%	21%	27%	27%	29%	28%	19%	22%	26%	26%	24%

QUESTION 2. A titre personnel, quels sont les efforts que vous faites déjà ou seriez prêt à faire lorsque vous achetez des produits en magasin ou sur internet (alimentaire, mode, cadeaux, jouets, beauté, ...) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 1009 répondants





LES EFFORTS DES MAGASINS DANS LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE



QUESTION 3. Selon vous, quels sont les principaux efforts que devraient faire les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 1009 répondants / Jusqu'à 5 réponses possibles, total supérieur à 100%





LES EFFORTS DES MAGASINS DANS LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE (1/2)

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Eteindre les enseignes lumineuses la nuit	43%	43%	44%	42%	32%	42%	46%	49%	39%	40%	48%
Lutter contre le gaspillage des invendus	42%	36%	47%	37%	33%	46%	39%	48%	35%	40%	47%
Réduire les emballages des produits	35%	35%	36%	31%	25%	33%	37%	43%	36%	34%	37%
Recycler les déchets industriels	26%	26%	25%	30%	27%	23%	25%	27%	25%	24%	28%
Proposer davantage de produits « Made in France »	24%	24%	25%	17%	13%	25%	27%	31%	25%	20%	28%
Proposer des produits cultivés, préparés ou fabriqués localement	24%	25%	24%	12%	14%	18%	34%	31%	24%	21%	27%
Moins climatiser les magasins l'été et moins les chauffer l'hiver	24%	25%	23%	22%	19%	22%	24%	30%	22%	23%	27%
Mettre en place des programmes de recyclage pour les produits en fin de vie	21%	22%	21%	25%	17%	19%	26%	21%	20%	20%	23%
Réduire l'intensité lumineuse	19%	17%	21%	16%	17%	20%	22%	20%	15%	23%	20%
Stopper la vente de produits polluants	18%	17%	18%	18%	15%	17%	17%	21%	17%	15%	20%
Encourager les clients à apporter leurs propres sacs ou emballages réutilisables	17%	18%	17%	18%	20%	12%	20%	18%	19%	15%	18%

QUESTION 3. Selon vous, quels sont les principaux efforts que devraient faire les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 1009 répondants / Jusqu'à 5 réponses possibles, total supérieur à 100%





LES EFFORTS DES MAGASINS DANS LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE (2/2)

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Rénover leurs bâtiments pour éviter les pertes énergétiques	17%	18%	17%	25%	11%	15%	19%	18%	18%	17%	17%
Réduire le recours au transport aérien de marchandises	16%	14%	17%	15%	15%	14%	15%	19%	16%	11%	19%
Utiliser des énergies renouvelables sur toute la chaîne de distribution	16%	18%	14%	20%	12%	19%	17%	11%	19%	16%	13%
Réduire leurs émissions directes de CO2	14%	17%	11%	18%	15%	16%	11%	12%	14%	15%	13%
Réduire le choix des produits vendus	11%	11%	11%	12%	13%	12%	9%	10%	13%	10%	11%
Proposer davantage de produits avec une certification écologique ou éthique (par exemple, label bio, commerce équitable)	9%	9%	9%	5%	11%	12%	6%	10%	12%	8%	7%
Fournir des informations transparentes sur l'empreinte carbone des produits vendus	9%	11%	7%	6%	9%	11%	7%	9%	8%	11%	7%
Privilégier la mobilité douce (vélo...) ou des véhicules non thermiques (biocarburant, électrique...) pour distribuer les produits vendus	8%	8%	8%	12%	10%	11%	5%	5%	11%	8%	6%
Obtenir des labels et garanties responsables	7%	7%	7%	5%	9%	7%	5%	7%	8%	8%	5%
Autres	1%	2%	1%	-	-	-	3%	2%	1%	-	2%

QUESTION 3. Selon vous, quels sont les principaux efforts que devraient faire les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 1009 répondants / Jusqu'à 5 réponses possibles, total supérieur à 100%





CONTACTS PRESSE



La Retail Tech

Mike Hadjadj
Co-initiateur

94, rue Marius AUFAN
92300 Levallois-Perret

+33 6 27 30 52 08

mike@iloveretail.fr

www.laretailtech.com

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

OpinionWay

Frédéric Micheau
Directeur général adjoint

15, place de la République
75003 Paris

+33 1 81 81 83 00

fmicheau@opinion-way.com

www.opinion-way.com

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





À TRÈS VITE !

laretailtech.com

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH

28.09.2023