

# Les Français et la consommation responsable

Mars 2025

opinionway



# La méthodologie



Echantillon de **1019 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.

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

« **Sondage OpinionWay pour Vusion Group** »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé

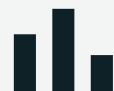


L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).

Les interviews ont été réalisées du **15 au 16 janvier 2025**.  
*Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.*



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 : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

# Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE



1019  
personnes

SEXE	%
Hommes	48%
Femmes	52%

AGE	%
18 à 24 ans	10%
25 à 34 ans	15%
35 à 49 ans	24%
50 à 64 ans	24%
65 ans et plus	27%

RÉGION	%
Ile-de-France	19%
Nord-ouest	23%
Nord-est	22%
Sud-ouest	11%
Sud-est	25%

ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE	%
Catégories socioprofessionnelles supérieures	29%
Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
Professions libérales / Cadres	10%
Professions intermédiaires	15%
Catégories populaires	29%
Employés	17%
Ouvriers	12%
Inactifs	42%
Retraités	28%
Autres inactifs	14%

TAILLE D'AGGLOMÉRATION	%
Une commune rurale	21%
De 2 000 à 19 999 habitants	18%
De 20 000 à 99 999 habitants	14%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	17%

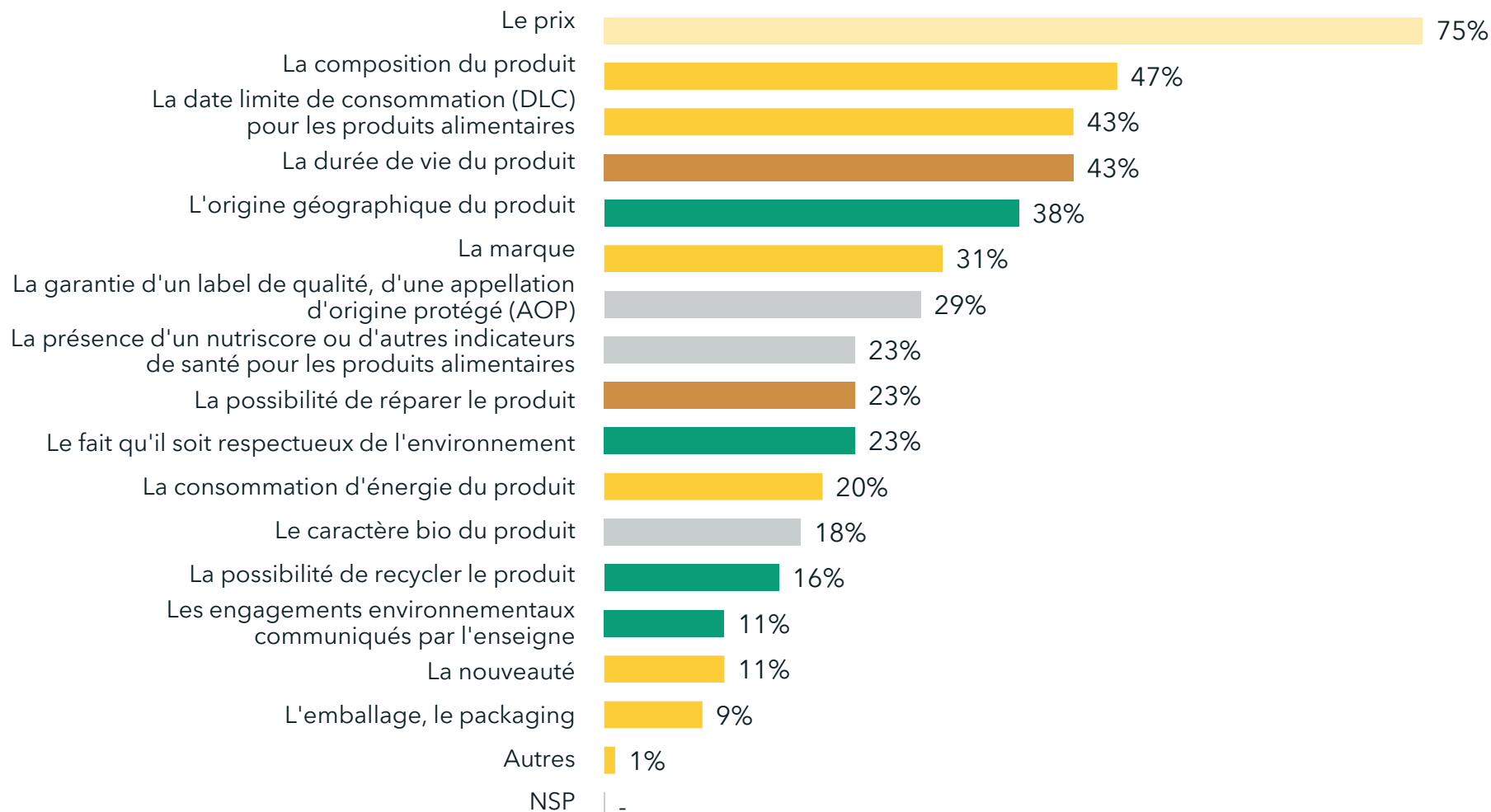
# Les critères de choix lors de l'achat

Q. Lorsque vous achetez des produits, quels sont les principaux critères que vous prenez en compte lors de votre achat ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes



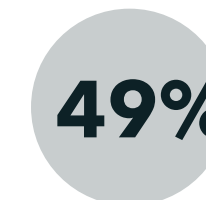
**L'impact  
environnemental**



**La durabilité  
du produit**



**Labels et  
certifications**



# Les critères de choix lors de l'achat

Q. Lorsque vous achetez des produits, quels sont les principaux critères que vous prenez en compte lors de votre achat ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

	% 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
<b>Sous-total L'impact environnemental</b>	<b>55%</b>	<b>56%</b>	<b>54%</b>	<b>50%</b>	<b>47%</b>	<b>49%</b>	<b>55%</b>	<b>68%</b>	<b>54%</b>	<b>47%</b>	<b>62%</b>
<b>Sous-total La durabilité du produit</b>	<b>50%</b>	<b>52%</b>	<b>49%</b>	<b>34%</b>	<b>47%</b>	<b>50%</b>	<b>53%</b>	<b>56%</b>	<b>48%</b>	<b>49%</b>	<b>52%</b>
<b>Sous-total labels et certifications</b>	<b>49%</b>	<b>49%</b>	<b>48%</b>	<b>32%</b>	<b>37%</b>	<b>45%</b>	<b>56%</b>	<b>58%</b>	<b>52%</b>	<b>44%</b>	<b>50%</b>
Le prix	<b>75%</b>	74%	76%	73%	72%	74%	78%	76%	69%	78%	77%
La composition du produit	<b>47%</b>	45%	49%	34%	34%	43%	53%	58%	44%	45%	51%
La date limite de consommation (DLC) pour les produits alimentaires	<b>43%</b>	41%	45%	37%	29%	40%	45%	53%	38%	39%	49%
La durée de vie du produit	<b>43%</b>	44%	41%	29%	40%	42%	47%	46%	41%	44%	43%
L'origine géographique du produit	<b>38%</b>	43%	34%	29%	25%	29%	42%	54%	37%	31%	44%
La marque	<b>31%</b>	35%	27%	34%	28%	30%	30%	33%	28%	29%	35%
La garantie d'un label de qualité, d'une appellation d'origine protégé (AOP)	<b>29%</b>	29%	28%	14%	18%	24%	35%	39%	32%	26%	29%
La présence d'un nutriscore ou d'autres indicateurs de santé pour les produits alimentaires	<b>23%</b>	23%	24%	21%	15%	22%	26%	27%	18%	24%	26%
La possibilité de réparer le produit	<b>23%</b>	22%	24%	12%	17%	21%	24%	32%	22%	18%	28%
Le fait qu'il soit respectueux de l'environnement	<b>23%</b>	23%	22%	26%	19%	19%	25%	26%	22%	19%	26%
La consommation d'énergie du produit	<b>20%</b>	19%	21%	16%	19%	22%	19%	23%	21%	19%	21%
Le caractère bio du produit	<b>18%</b>	19%	17%	15%	14%	14%	22%	21%	23%	13%	18%
La possibilité de recycler le produit	<b>16%</b>	14%	18%	14%	13%	15%	17%	20%	15%	14%	19%
Les engagements environnementaux communiqués par l'enseigne	<b>11%</b>	11%	11%	20%	10%	8%	10%	12%	9%	10%	13%
La nouveauté	<b>11%</b>	9%	12%	13%	16%	12%	9%	7%	11%	13%	9%
L'emballage, le packaging	<b>9%</b>	9%	9%	15%	16%	8%	8%	6%	11%	9%	9%
Autres	<b>1%</b>	-	1%	-	-	-	1%	1%	-	1%	1%

# Les critères de choix lors de l'achat

Q. Lorsque vous achetez des produits, quels sont les principaux critères que vous prenez en compte lors de votre achat ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

## CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION

	% TOTAL	Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
<b>Sous-total L'impact environnemental</b>	<b>55%</b>	<b>55%</b>	<b>48%</b>	<b>53%</b>	<b>58%</b>	<b>59%</b>
<b>Sous-total La durabilité du produit</b>	<b>50%</b>	<b>48%</b>	<b>55%</b>	<b>50%</b>	<b>51%</b>	<b>45%</b>
<b>Sous-total labels et certifications</b>	<b>49%</b>	<b>43%</b>	<b>44%</b>	<b>49%</b>	<b>51%</b>	<b>56%</b>
Le prix	<b>75%</b>	76%	82%	70%	75%	70%
La composition du produit	<b>47%</b>	43%	47%	45%	47%	55%
La date limite de consommation (DLC) pour les produits alimentaires	<b>43%</b>	43%	48%	38%	41%	46%
La durée de vie du produit	<b>43%</b>	40%	45%	42%	44%	40%
L'origine géographique du produit	<b>38%</b>	37%	35%	38%	41%	38%
La marque	<b>31%</b>	33%	28%	28%	32%	32%
La garantie d'un label de qualité, d'une appellation d'origine protégé (AOP)	<b>29%</b>	23%	28%	29%	32%	32%
La présence d'un nutriscore ou d'autres indicateurs de santé pour les produits alimentaires	<b>23%</b>	20%	20%	25%	26%	24%
La possibilité de réparer le produit	<b>23%</b>	24%	25%	22%	25%	18%
Le fait qu'il soit respectueux de l'environnement	<b>23%</b>	22%	20%	18%	24%	29%
La consommation d'énergie du produit	<b>20%</b>	23%	21%	20%	22%	14%
Le caractère bio du produit	<b>18%</b>	15%	16%	16%	16%	30%
La possibilité de recycler le produit	<b>16%</b>	21%	13%	16%	20%	10%
Les engagements environnementaux communiqués par l'enseigne	<b>11%</b>	9%	9%	9%	12%	16%
La nouveauté	<b>11%</b>	11%	14%	7%	9%	11%
L'emballage, le packaging	<b>9%</b>	8%	8%	9%	11%	10%
Autres	<b>1%</b>	-	2%	1%	-	-

# Les critères de choix lors de l'achat

Q. Lorsque vous achetez des produits, quels sont les principaux critères que vous prenez en compte lors de votre achat ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

	% TOTAL	REVENU MENSUEL DU FOYER					SE CONSIDERE COMME UN CONSOMMATEUR RESPONSABLE	
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	OUI	NON
<b>Sous-total L'impact environnemental</b>	<b>55%</b>	<b>61%</b>	<b>41%</b>	<b>54%</b>	<b>65%</b>	<b>71%</b>	<b>61%</b>	<b>34%</b>
<b>Sous-total La durabilité du produit</b>	<b>50%</b>	<b>49%</b>	<b>47%</b>	<b>51%</b>	<b>55%</b>	<b>51%</b>	<b>54%</b>	<b>37%</b>
<b>Sous-total labels et certifications</b>	<b>49%</b>	<b>37%</b>	<b>41%</b>	<b>49%</b>	<b>60%</b>	<b>56%</b>	<b>53%</b>	<b>32%</b>
Le prix	<b>75%</b>	71%	76%	77%	75%	68%	73%	81%
La composition du produit	<b>47%</b>	32%	39%	50%	55%	56%	50%	37%
La date limite de consommation (DLC) pour les produits alimentaires	<b>43%</b>	36%	40%	45%	48%	34%	43%	43%
La durée de vie du produit	<b>43%</b>	39%	39%	43%	46%	47%	46%	31%
L'origine géographique du produit	<b>38%</b>	32%	25%	37%	50%	57%	42%	23%
La marque	<b>31%</b>	25%	24%	34%	35%	33%	32%	28%
La garantie d'un label de qualité, d'une appellation d'origine protégé (AOP)	<b>29%</b>	14%	23%	28%	40%	36%	32%	17%
La présence d'un nutriscore ou d'autres indicateurs de santé pour les produits alimentaires	<b>23%</b>	19%	23%	24%	28%	20%	25%	17%
La possibilité de réparer le produit	<b>23%</b>	20%	24%	23%	28%	23%	27%	12%
Le fait qu'il soit respectueux de l'environnement	<b>23%</b>	34%	17%	23%	27%	23%	28%	7%
La consommation d'énergie du produit	<b>20%</b>	28%	23%	18%	24%	15%	23%	11%
Le caractère bio du produit	<b>18%</b>	21%	13%	18%	23%	23%	21%	8%
La possibilité de recycler le produit	<b>16%</b>	20%	14%	16%	20%	15%	20%	6%
Les engagements environnementaux communiqués par l'enseigne	<b>11%</b>	17%	13%	11%	7%	9%	13%	4%
La nouveauté	<b>11%</b>	14%	13%	8%	11%	9%	11%	8%
L'emballage, le packaging	<b>9%</b>	12%	9%	9%	10%	7%	10%	7%
Autres	<b>1%</b>	-	1%	1%	-	-	-	1%

# La fréquence d'achat des produits alimentaires

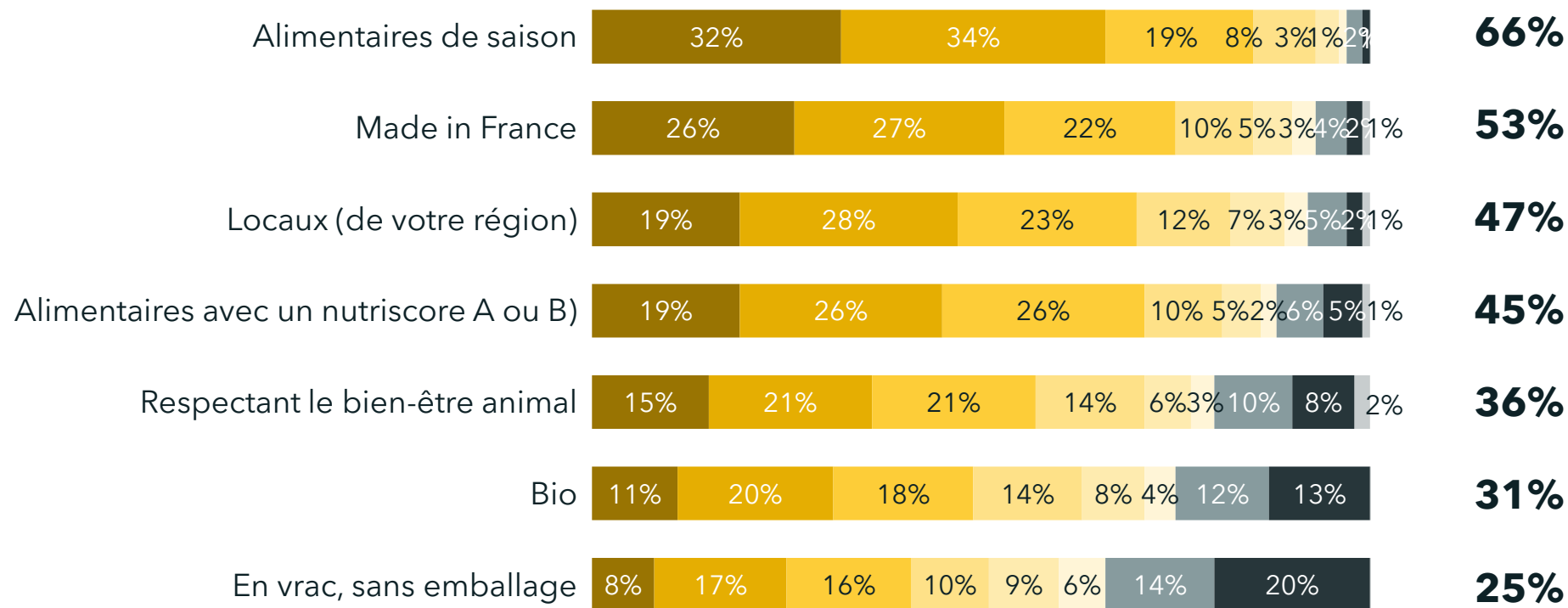
Q. A quelle fréquence achetez-vous les types de produits suivants ?



1019  
personnes

## Pour les produits alimentaires

Sous-total  
Au moins une fois  
par semaine



# La fréquence d'achat des produits alimentaires

Q. A quelle fréquence achetez-vous les types de produits suivants ?



1019  
personnes

## Pour les produits alimentaires

	% ACHÈTE	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Alimentaires de saison	<b>99%</b>	98%	98%	97%	98%	96%	99%	99%	98%	98%	99%
Made in France	<b>97%</b>	98%	97%	99%	96%	96%	100%	98%	98%	98%	98%
Locaux (de votre région)	<b>97%</b>	98%	96%	96%	95%	94%	100%	99%	96%	98%	97%
Alimentaires avec un nutriscore A ou B)	<b>94%</b>	95%	93%	92%	94%	95%	94%	93%	94%	95%	93%
Respectant le bien-être animal	<b>90%</b>	91%	90%	94%	93%	91%	92%	87%	91%	94%	89%
Bio	<b>87%</b>	88%	85%	85%	87%	85%	86%	89%	89%	84%	87%
En vrac, sans emballage	<b>80%</b>	79%	81%	89%	85%	82%	78%	75%	85%	79%	77%

# La fréquence d'achat des produits alimentaires

Q. A quelle fréquence achetez-vous les types de produits suivants ?



1019  
personnes

## Pour les produits alimentaires

	% ACHÈTE	CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Alimentaires de saison	<b>99%</b>	97%	98%	100%	98%	99%
Made in France	<b>97%</b>	97%	98%	99%	97%	98%
Locaux (de votre région)	<b>97%</b>	97%	98%	100%	96%	96%
Alimentaires avec un nutriscore A ou B)	<b>94%</b>	93%	93%	95%	93%	94%
Respectant le bien-être animal	<b>90%</b>	90%	90%	92%	91%	89%
Bio	<b>87%</b>	81%	80%	90%	90%	90%
En vrac, sans emballage	<b>80%</b>	80%	81%	77%	82%	80%

# La fréquence d'achat des produits alimentaires

Q. A quelle fréquence achetez-vous les types de produits suivants ?



1019  
personnes

## Pour les produits alimentaires

	% ACHÈTE	REVENU MENSUEL DU FOYER					SE CONSIDERE COMME UN CONSOMMATEUR RESPONSABLE	
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	OUI	NON
Alimentaires de saison	<b>99%</b>	100%	97%	97%	99%	98%	99%	94%
Made in France	<b>97%</b>	100%	96%	98%	99%	99%	98%	95%
Locaux (de votre région)	<b>97%</b>	91%	96%	98%	99%	98%	98%	93%
Alimentaires avec un nutriscore A ou B)	<b>94%</b>	93%	91%	96%	96%	91%	96%	88%
Respectant le bien-être animal	<b>90%</b>	88%	93%	92%	91%	91%	94%	82%
Bio	<b>87%</b>	88%	82%	84%	93%	93%	90%	76%
En vrac, sans emballage	<b>80%</b>	80%	78%	78%	85%	84%	83%	71%

# La fréquence d'achat des produits non-alimentaires

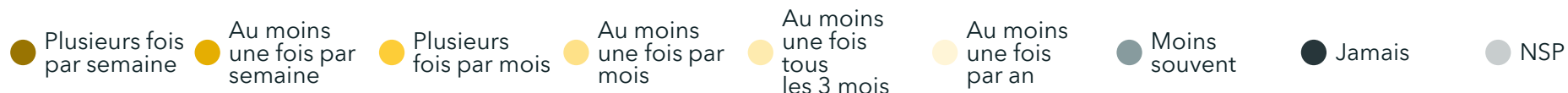
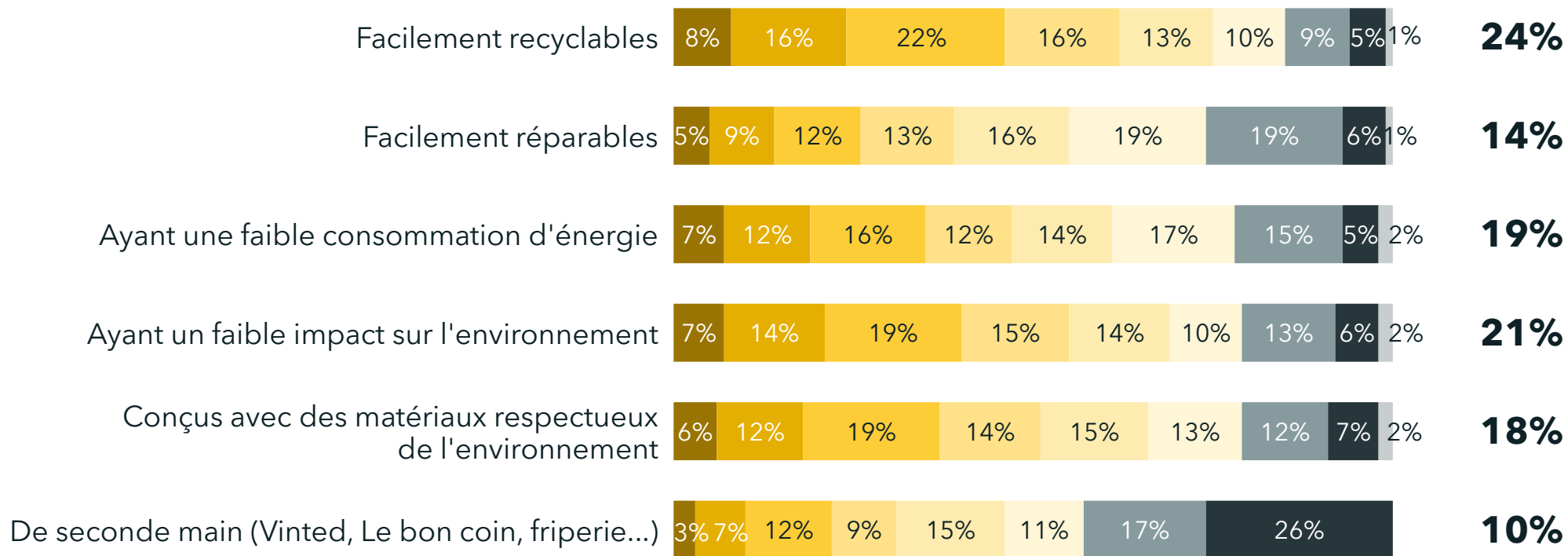
Q. A quelle fréquence achetez-vous les types de produits suivants ?



1019  
personnes

## Pour les produits non-alimentaires

Sous-total  
Au moins une fois  
par semaine



# La fréquence d'achat des produits non-alimentaires

Q. A quelle fréquence achetez-vous les types de produits suivants ?



1019  
personnes

## Pour les produits non-alimentaires

	% ACHÈTE	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Facilement recyclables	<b>94%</b>	95%	93%	95%	97%	92%	95%	94%	94%	95%	94%
Facilement réparables	<b>93%</b>	94%	92%	91%	93%	90%	94%	96%	94%	91%	94%
Ayant une faible consommation d'énergie	<b>93%</b>	93%	93%	95%	92%	91%	95%	93%	96%	92%	93%
Ayant un faible impact sur l'environnement	<b>92%</b>	92%	92%	96%	91%	89%	95%	93%	93%	91%	93%
Conçus avec des matériaux respectueux de l'environnement	<b>91%</b>	92%	91%	90%	91%	89%	92%	93%	92%	90%	93%
De seconde main (Vinted, Le bon coin, friperie...)	<b>74%</b>	69%	77%	88%	84%	81%	72%	56%	79%	79%	66%

# La fréquence d'achat des produits non-alimentaires

Q. A quelle fréquence achetez-vous les types de produits suivants ?



1019  
personnes

## Pour les produits non-alimentaires

	% ACHÈTE	CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Facilement recyclables	<b>94%</b>	94%	94%	95%	95%	93%
Facilement réparables	<b>93%</b>	94%	93%	96%	90%	94%
Ayant une faible consommation d'énergie	<b>93%</b>	93%	93%	94%	92%	96%
Ayant un faible impact sur l'environnement	<b>92%</b>	92%	91%	96%	91%	93%
Conçus avec des matériaux respectueux de l'environnement	<b>91%</b>	91%	88%	95%	89%	94%
De seconde main (vinted, le bon coin, friperie...)	<b>74%</b>	79%	72%	74%	74%	68%

# La fréquence d'achat des produits non-alimentaires

Q. A quelle fréquence achetez-vous les types de produits suivants ?



1019  
personnes

## Pour les produits non-alimentaires

	% ACHÈTE	REVENU MENSUEL DU FOYER					SE CONSIDERE COMME UN CONSOMMATEUR RESPONSABLE	
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	OUI	NON
Facilement recyclables	<b>94%</b>	100%	94%	95%	94%	95%	97%	84%
Facilement réparables	<b>93%</b>	97%	90%	94%	97%	92%	96%	83%
Ayant une faible consommation d'énergie	<b>93%</b>	100%	90%	94%	93%	95%	96%	85%
Ayant un faible impact sur l'environnement	<b>92%</b>	93%	91%	93%	93%	96%	96%	81%
Conçus avec des matériaux respectueux de l'environnement	<b>91%</b>	95%	88%	92%	92%	95%	94%	81%
De seconde main (Vinted, Le bon coin, friperie...)	<b>74%</b>	78%	75%	73%	73%	71%	75%	69%

# Les qualités d'un « consommateur responsable »

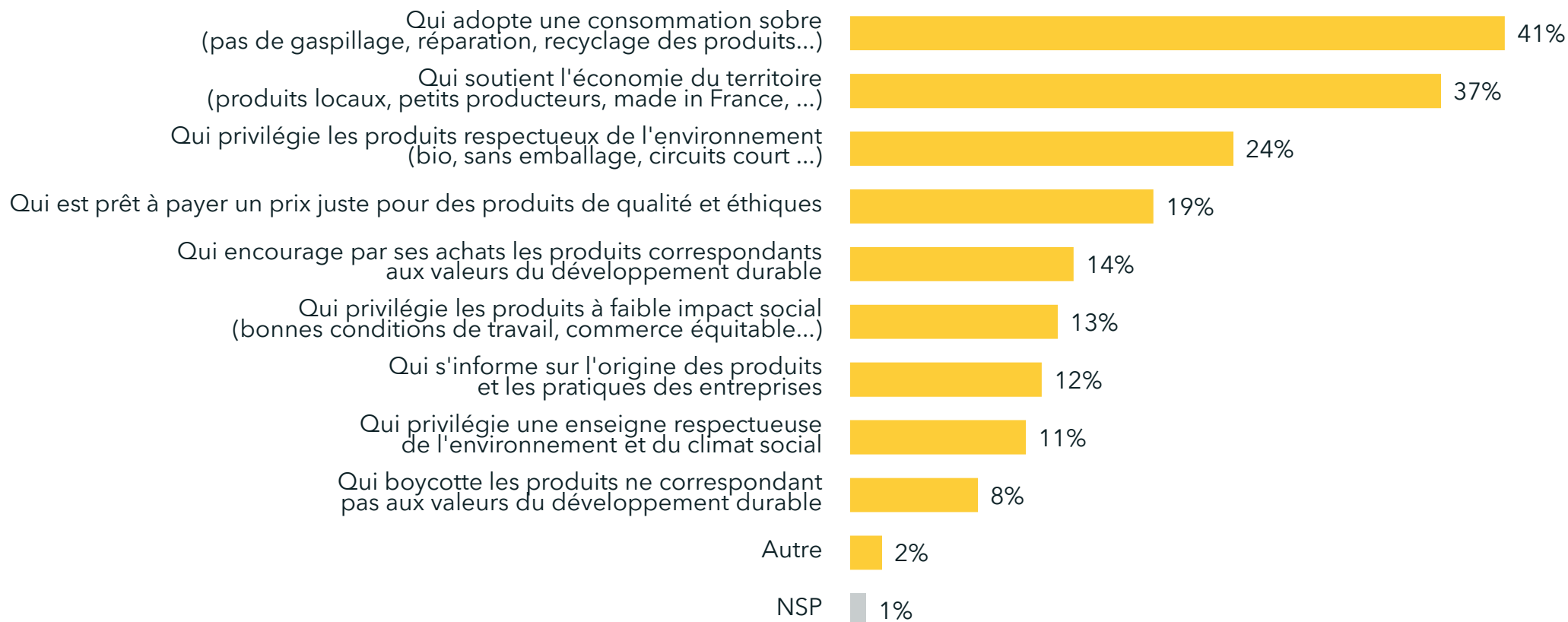
Q. Selon vous, un « consommateur responsable », c'est avant tout... ?

Deux réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

## Un consommateur responsable est une personne...



# Les qualités d'un « consommateur responsable »

Q. Selon vous, un « consommateur responsable », c'est avant tout... ?

Deux réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

## Un consommateur responsable est une personne...

	% 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
Qui adopte une consommation sobre (pas de gaspillage, réparation, recyclage des produits...)	<b>41%</b>	35%	48%	31%	36%	47%	45%	41%	39%	41%	43%
Qui soutient l'économie du territoire (produits locaux, petits producteurs, made in France, ...)	<b>37%</b>	36%	38%	20%	34%	26%	43%	49%	34%	34%	41%
Qui privilégie les produits respectueux de l'environnement (bio, sans emballage, circuits court ...)	<b>24%</b>	26%	23%	28%	19%	26%	28%	22%	26%	25%	23%
Qui est prêt à payer un prix juste pour des produits de qualité et éthiques	<b>19%</b>	22%	17%	24%	17%	16%	18%	22%	19%	20%	19%
Qui encourage par ses achats les produits correspondant aux valeurs du développement durable	<b>14%</b>	15%	12%	18%	11%	16%	12%	12%	14%	13%	13%
Qui privilégie les produits à faible impact social (bonnes conditions de travail, commerce équitable...)	<b>13%</b>	13%	12%	20%	17%	14%	10%	8%	16%	13%	10%
Qui s'informe sur l'origine des produits et les pratiques des entreprises	<b>12%</b>	11%	12%	5%	20%	9%	10%	14%	10%	13%	12%
Qui privilégie une enseigne respectueuse de l'environnement et du climat social	<b>11%</b>	12%	11%	18%	16%	11%	9%	8%	11%	13%	11%
Qui boycotte les produits ne correspondant pas aux valeurs du développement durable	<b>8%</b>	8%	8%	11%	9%	7%	8%	7%	8%	8%	8%
Autre	<b>2%</b>	2%	1%	2%	-	2%	1%	2%	2%	1%	2%

# Les qualités d'un « consommateur responsable »

Q. Selon vous, un « consommateur responsable », c'est avant tout... ?

Deux réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

## Un consommateur responsable est une personne...

	% TOTAL	CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Qui adopte une consommation sobre (pas de gaspillage, réparation, recyclage des produits...)	<b>41%</b>	45%	40%	38%	40%	44%
Qui soutient l'économie du territoire (produits locaux, petits producteurs, made in France, ...)	<b>37%</b>	33%	43%	36%	38%	33%
Qui privilégie les produits respectueux de l'environnement (bio, sans emballage, circuits court ...)	<b>24%</b>	26%	24%	25%	22%	25%
Qui est prêt à payer un prix juste pour des produits de qualité et éthiques	<b>19%</b>	18%	17%	17%	21%	19%
Qui encourage par ses achats les produits correspondant aux valeurs du développement durable	<b>14%</b>	14%	11%	15%	13%	16%
Qui privilégie les produits à faible impact social (bonnes conditions de travail, commerce équitable...)	<b>13%</b>	13%	6%	13%	12%	19%
Qui s'informe sur l'origine des produits et les pratiques des entreprises	<b>12%</b>	12%	13%	11%	13%	8%
Qui privilégie une enseigne respectueuse de l'environnement et du climat social	<b>11%</b>	10%	15%	11%	13%	7%
Qui boycotte les produits ne correspondant pas aux valeurs du développement durable	<b>8%</b>	10%	6%	10%	6%	9%
Autre	<b>2%</b>	1%	4%	1%	1%	2%

# Les qualités d'un « consommateur responsable »

Q. Selon vous, un « consommateur responsable », c'est avant tout... ?

Deux réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

## Un consommateur responsable est une personne...

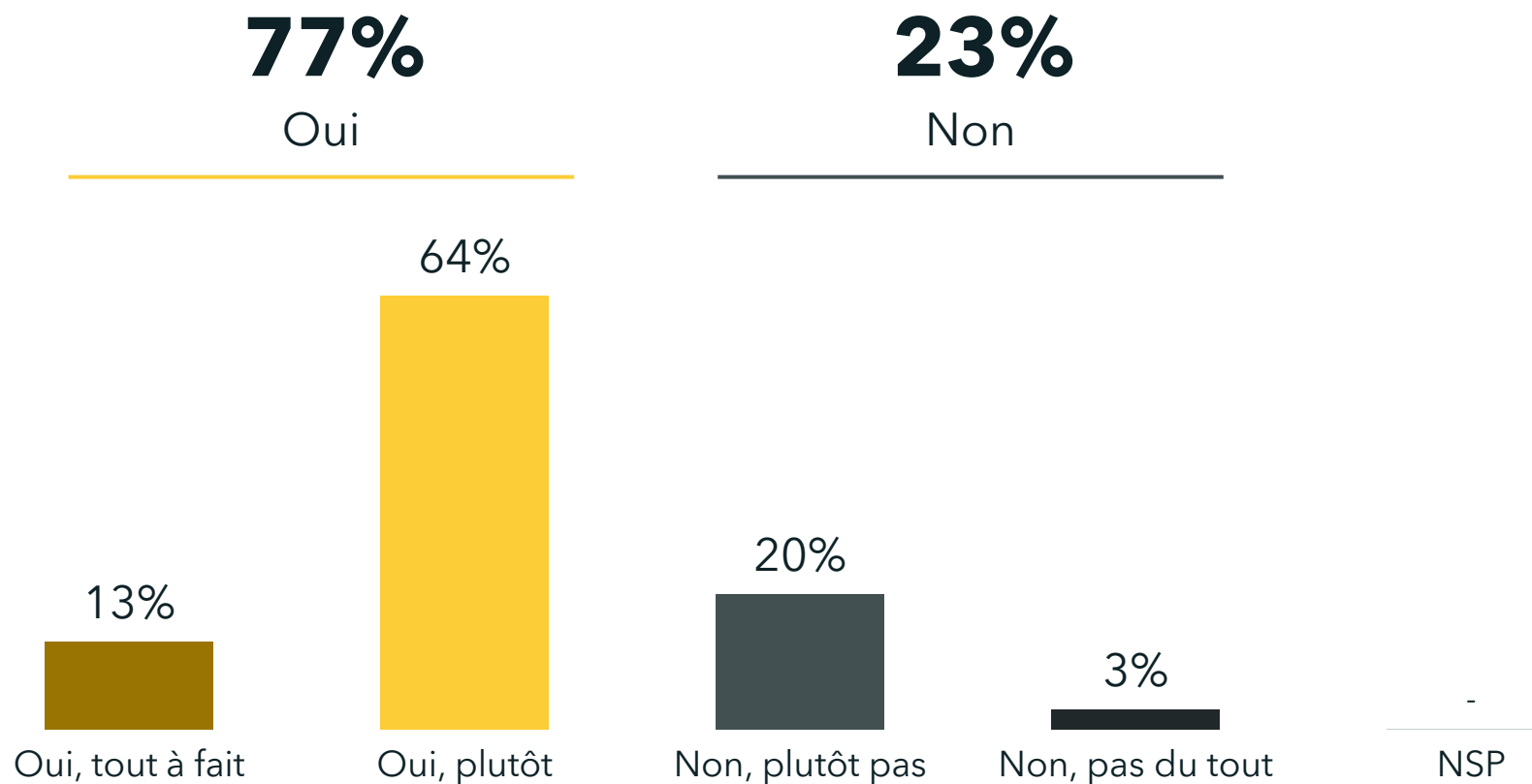
	% TOTAL	REVENU MENSUEL DU FOYER					SE CONSIDERE COMME UN CONSOMMATEUR RESPONSABLE	
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	OUI	NON
Qui adopte une consommation sobre (pas de gaspillage, réparation, recyclage des produits...)	<b>41%</b>	37%	43%	42%	43%	38%	42%	39%
Qui soutient l'économie du territoire (produits locaux, petits producteurs, made in France, ...)	<b>37%</b>	19%	32%	39%	41%	43%	39%	32%
Qui privilégie les produits respectueux de l'environnement (bio, sans emballage, circuits court ...)	<b>24%</b>	19%	21%	25%	25%	24%	25%	23%
Qui est prêt à payer un prix juste pour des produits de qualité et éthiques	<b>19%</b>	21%	13%	17%	27%	23%	19%	18%
Qui encourage par ses achats les produits correspondant aux valeurs du développement durable	<b>14%</b>	11%	13%	14%	11%	19%	14%	11%
Qui privilégie les produits à faible impact social (bonnes conditions de travail, commerce équitable...)	<b>13%</b>	13%	14%	15%	10%	9%	13%	11%
Qui s'informe sur l'origine des produits et les pratiques des entreprises	<b>12%</b>	17%	13%	12%	9%	13%	11%	14%
Qui privilégie une enseigne respectueuse de l'environnement et du climat social	<b>11%</b>	23%	15%	8%	9%	7%	11%	12%
Qui boycotte les produits ne correspondant pas aux valeurs du développement durable	<b>8%</b>	12%	7%	8%	9%	8%	9%	6%
Autre	<b>2%</b>	-	3%	1%	2%	2%	1%	3%

# Le sentiment d'être un « consommateur responsable »

Q. Vous personnellement, vous considérez-vous comme un « consommateur responsable » ?



1019  
personnes



# Le sentiment d'être un « consommateur responsable »

Q. Vous personnellement, vous considérez-vous comme un « consommateur responsable » ?



1019  
personnes

	% 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
<b>Sous-total Oui</b>	<b>77%</b>	<b>77%</b>	<b>76%</b>	<b>71%</b>	<b>74%</b>	<b>73%</b>	<b>77%</b>	<b>82%</b>	<b>78%</b>	<b>69%</b>	<b>81%</b>
Oui, tout à fait	<b>13%</b>	13%	12%	12%	13%	11%	14%	13%	12%	11%	14%
Oui, plutôt	<b>64%</b>	64%	64%	59%	61%	62%	63%	69%	66%	58%	67%
<b>Sous-total Non</b>	<b>23%</b>	<b>23%</b>	<b>24%</b>	<b>29%</b>	<b>25%</b>	<b>27%</b>	<b>23%</b>	<b>18%</b>	<b>22%</b>	<b>30%</b>	<b>19%</b>
Non, plutôt pas	<b>20%</b>	19%	21%	21%	21%	22%	22%	17%	19%	24%	17%
Non, pas du tout	<b>3%</b>	4%	3%	8%	4%	5%	1%	1%	3%	6%	2%

# Le sentiment d'être un « consommateur responsable »

Q. Vous personnellement, vous considérez-vous comme un « consommateur responsable » ?



1019  
personnes

	% TOTAL	CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
<b>Sous-total Oui</b>	<b>77%</b>	<b>78%</b>	<b>71%</b>	<b>77%</b>	<b>78%</b>	<b>77%</b>
Oui, tout à fait	13%	12%	12%	11%	12%	18%
Oui, plutôt	64%	66%	59%	66%	66%	59%
<b>Sous-total Non</b>	<b>23%</b>	<b>22%</b>	<b>28%</b>	<b>23%</b>	<b>22%</b>	<b>23%</b>
Non, plutôt pas	20%	19%	24%	18%	20%	20%
Non, pas du tout	3%	3%	4%	5%	2%	3%

# Le sentiment d'être un « consommateur responsable »

Q. Vous personnellement, vous considérez-vous comme un « consommateur responsable » ?



1019  
personnes

	% TOTAL	REVENU MENSUEL DU FOYER					PRÊTS A FAIRE DES EFFORTS		
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	Au moins un	Tous	Aucun
<b>Sous-total Oui</b>	<b>77%</b>	<b>80%</b>	<b>74%</b>	<b>75%</b>	<b>82%</b>	<b>82%</b>	<b>78%</b>	<b>92%</b>	<b>16%</b>
Oui, tout à fait	<b>13%</b>	24%	14%	10%	13%	8%	25%	25%	16%
Oui, plutôt	<b>64%</b>	56%	60%	65%	69%	74%	67%	67%	-
<b>Sous-total Non</b>	<b>23%</b>	<b>20%</b>	<b>26%</b>	<b>24%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>22%</b>	<b>8%</b>	<b>84%</b>
Non, plutôt pas	<b>20%</b>	17%	22%	20%	17%	17%	19%	8%	58%
Non, pas du tout	<b>3%</b>	3%	4%	4%	1%	1%	3%	-	26%

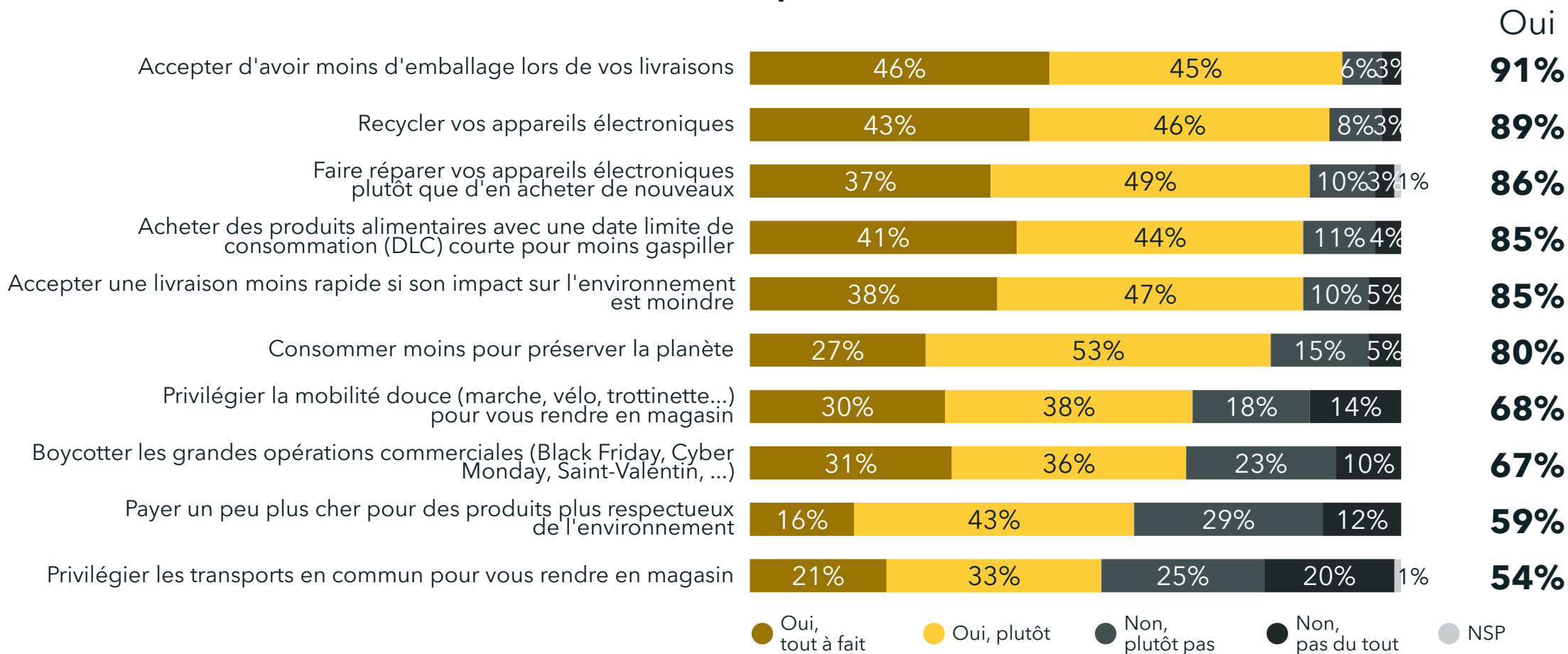
# Les efforts pour avoir une consommation plus respectueuse de l'environnement

Q. Vous personnellement, seriez-vous prêt ou non à réaliser chacun des efforts suivants pour avoir une consommation plus respectueuse de l'environnement ?



1019 personnes

## 98% sont prêts à faire au moins un effort



# Les efforts pour avoir une consommation plus respectueuse de l'environnement

Q. Vous personnellement, seriez-vous prêt ou non à réaliser chacun des efforts suivants pour avoir une consommation plus respectueuse de l'environnement ?



1019  
personnes

	% OUI	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 d'avoir moins d'emballage lors de vos livraisons	<b>91%</b>	90%	92%	92%	88%	88%	92%	94%	92%	89%	91%
Recycler vos appareils électroniques	<b>89%</b>	88%	91%	82%	82%	88%	94%	93%	90%	86%	91%
Faire réparer vos appareils électroniques plutôt que d'en acheter de nouveaux	<b>86%</b>	85%	86%	88%	79%	83%	88%	90%	85%	85%	87%
Acheter des produits alimentaires avec une date limite de consommation (DLC) courte pour moins gaspiller	<b>85%</b>	83%	86%	91%	80%	86%	84%	83%	85%	85%	84%
Accepter une livraison moins rapide si son impact sur l'environnement est moindre	<b>85%</b>	85%	87%	85%	81%	82%	89%	88%	84%	86%	86%
Consommer moins pour préserver la planète	<b>80%</b>	78%	81%	81%	78%	78%	83%	78%	83%	77%	79%
Privilégier la mobilité douce (marche, vélo, trottinette...) pour vous rendre en magasin	<b>68%</b>	69%	66%	76%	68%	67%	69%	64%	69%	67%	66%
Boycotter les grandes opérations commerciales (Black Friday, Cyber Monday, Saint-Valentin, ...)	<b>67%</b>	67%	67%	58%	63%	65%	72%	71%	70%	64%	67%
Payer un peu plus cher pour des produits plus respectueux de l'environnement	<b>59%</b>	59%	59%	59%	57%	53%	64%	61%	65%	56%	57%
Privilégier les transports en commun pour vous rendre en magasin	<b>54%</b>	55%	53%	70%	60%	53%	53%	47%	56%	59%	50%

# Les efforts pour avoir une consommation plus respectueuse de l'environnement

Q. Vous personnellement, seriez-vous prêt ou non à réaliser chacun des efforts suivants pour avoir une consommation plus respectueuse de l'environnement ?



1019  
personnes

	% OUI	CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Accepter d'avoir moins d'emballage lors de vos livraisons	<b>91%</b>	91%	89%	91%	91%	92%
Recycler vos appareils électroniques	<b>89%</b>	91%	88%	87%	89%	88%
Faire réparer vos appareils électroniques plutôt que d'en acheter de nouveaux	<b>86%</b>	88%	86%	79%	88%	85%
Acheter des produits alimentaires avec une date limite de consommation (DLC) courte pour moins gaspiller	<b>85%</b>	87%	82%	88%	86%	80%
Accepter une livraison moins rapide si son impact sur l'environnement est moindre	<b>85%</b>	87%	84%	85%	86%	84%
Consommer moins pour préserver la planète	<b>80%</b>	80%	78%	80%	80%	80%
Privilégier la mobilité douce (marche, vélo, trottinette...) pour vous rendre en magasin	<b>68%</b>	49%	63%	69%	76%	78%
Boycotter les grandes opérations commerciales (Black Friday, Cyber Monday, Saint-Valentin, ...)	<b>67%</b>	64%	60%	65%	69%	78%
Payer un peu plus cher pour des produits plus respectueux de l'environnement	<b>59%</b>	59%	50%	58%	60%	67%
Privilégier les transports en commun pour vous rendre en magasin	<b>54%</b>	35%	45%	46%	67%	72%

# Les efforts pour avoir une consommation plus respectueuse de l'environnement



1019  
personnes

Q. Vous personnellement, seriez-vous prêt ou non à réaliser chacun des efforts suivants pour avoir une consommation plus respectueuse de l'environnement ?

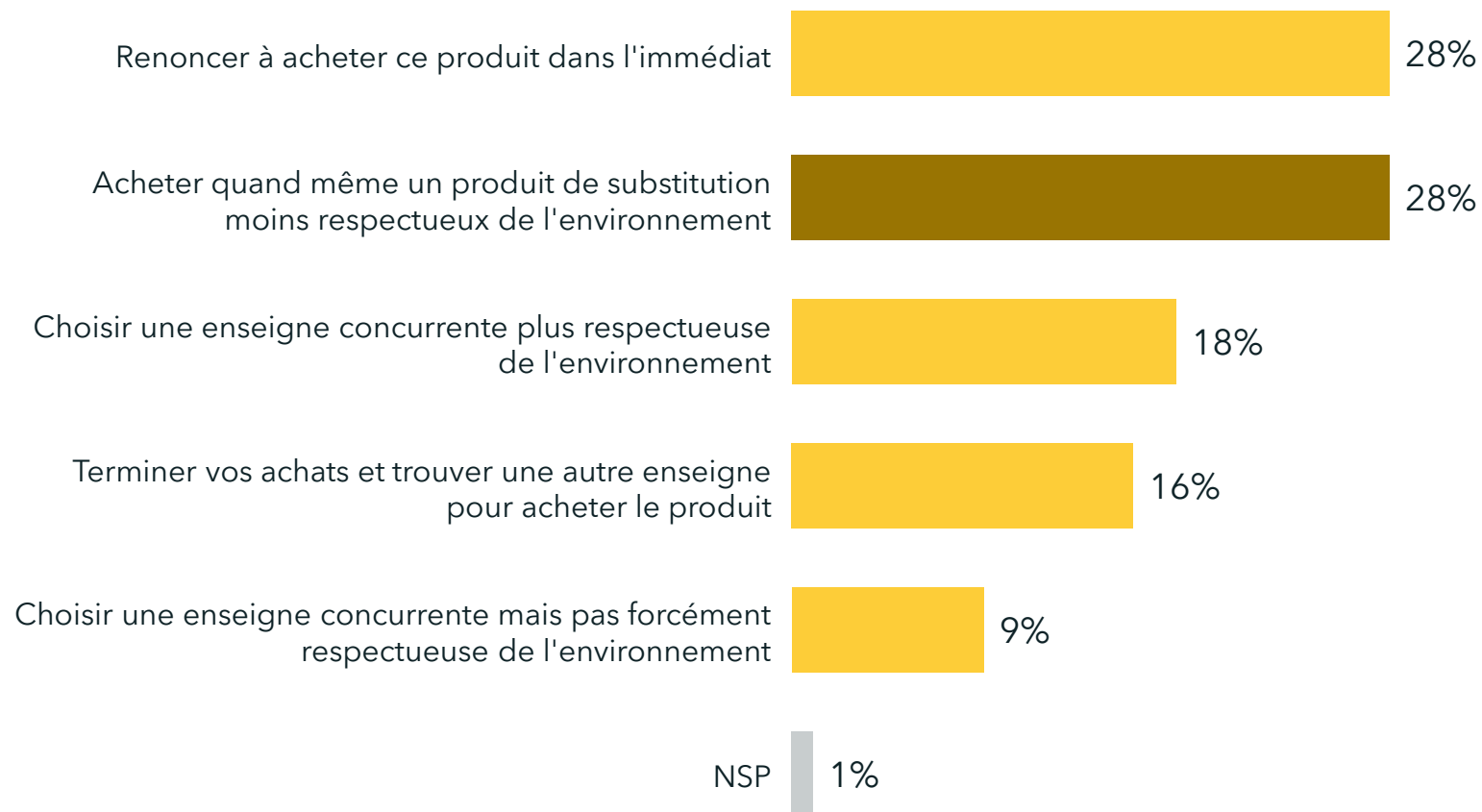
	% OUI	REVENU MENSUEL DU FOYER					SE CONSIDERE COMME UN CONSOMMATEUR RESPONSABLE	
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	OUI	NON
Accepter d'avoir moins d'emballage lors de vos livraisons	<b>91%</b>	89%	88%	92%	94%	93%	95%	77%
Recycler vos appareils électroniques	<b>89%</b>	81%	83%	91%	97%	93%	94%	72%
Faire réparer vos appareils électroniques plutôt que d'en acheter de nouveaux	<b>86%</b>	88%	83%	85%	90%	90%	91%	69%
Acheter des produits alimentaires avec une date limite de consommation (DLC) courte pour moins gaspiller	<b>85%</b>	88%	85%	86%	84%	78%	89%	71%
Accepter une livraison moins rapide si son impact sur l'environnement est moindre	<b>85%</b>	82%	83%	86%	90%	87%	91%	66%
Consommer moins pour préserver la planète	<b>80%</b>	78%	77%	82%	81%	82%	85%	61%
Privilégier la mobilité douce (marche, vélo, trottinette...) pour vous rendre en magasin	<b>68%</b>	75%	72%	65%	63%	73%	75%	43%
Boycotter les grandes opérations commerciales (Black Friday, Cyber Monday, Saint-Valentin, ...)	<b>67%</b>	73%	68%	67%	70%	61%	73%	49%
Payer un peu plus cher pour des produits plus respectueux de l'environnement	<b>59%</b>	61%	48%	59%	67%	74%	66%	36%
Privilégier les transports en commun pour vous rendre en magasin	<b>54%</b>	71%	62%	52%	45%	57%	60%	35%

# Les comportements face à l'absence de produits respectueux de l'environnement

Q. Dans un magasin, face à l'absence d'un produit respectueux de l'environnement (local, bio, anti-gaspi, seconde vie, eco-responsable ...), vous préférez généralement ... ?



1019  
personnes



# Les comportements face à l'absence de produits respectueux de l'environnement

Q. Dans un magasin, face à l'absence d'un produit respectueux de l'environnement (local, bio, anti-gaspi, seconde vie, eco-responsable ...), vous préférez généralement ... ?



1019  
personnes

	% OUI	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Renoncer à acheter ce produit dans l'immédiat	<b>28%</b>	28%	29%	22%	23%	27%	31%	33%	29%	25%	30%
Acheter quand même un produit de substitution moins respectueux de l'environnement	<b>28%</b>	28%	27%	26%	25%	28%	30%	26%	26%	28%	28%
Choisir une enseigne concurrente plus respectueuse de l'environnement	<b>18%</b>	18%	17%	23%	22%	16%	18%	14%	21%	16%	16%
Terminer vos achats et trouver une autre enseigne pour acheter le produit	<b>16%</b>	14%	19%	12%	15%	18%	13%	20%	15%	15%	19%
Choisir une enseigne concurrente mais pas forcément respectueuse de l'environnement	<b>9%</b>	11%	7%	16%	15%	10%	7%	5%	9%	15%	6%

# Les comportements face à l'absence de produits respectueux de l'environnement

Q. Dans un magasin, face à l'absence d'un produit respectueux de l'environnement (local, bio, anti-gaspi, seconde vie, eco-responsable ...), vous préférez généralement ... ?



1019  
personnes

	% OUI	CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Renoncer à acheter ce produit dans l'immédiat	<b>28%</b>	24%	31%	30%	28%	29%
Acheter quand même un produit de substitution moins respectueux de l'environnement	<b>28%</b>	32%	33%	27%	25%	21%
Choisir une enseigne concurrente plus respectueuse de l'environnement	<b>18%</b>	16%	14%	19%	18%	22%
Terminer vos achats et trouver une autre enseigne pour acheter le produit	<b>16%</b>	15%	14%	17%	18%	16%
Choisir une enseigne concurrente mais pas forcément respectueuse de l'environnement	<b>9%</b>	12%	7%	7%	10%	10%

# Les comportements face à l'absence de produits respectueux de l'environnement

Q. Dans un magasin, face à l'absence d'un produit respectueux de l'environnement (local, bio, anti-gaspi, seconde vie, eco-responsable ...), vous préférez généralement ... ?



1019  
personnes

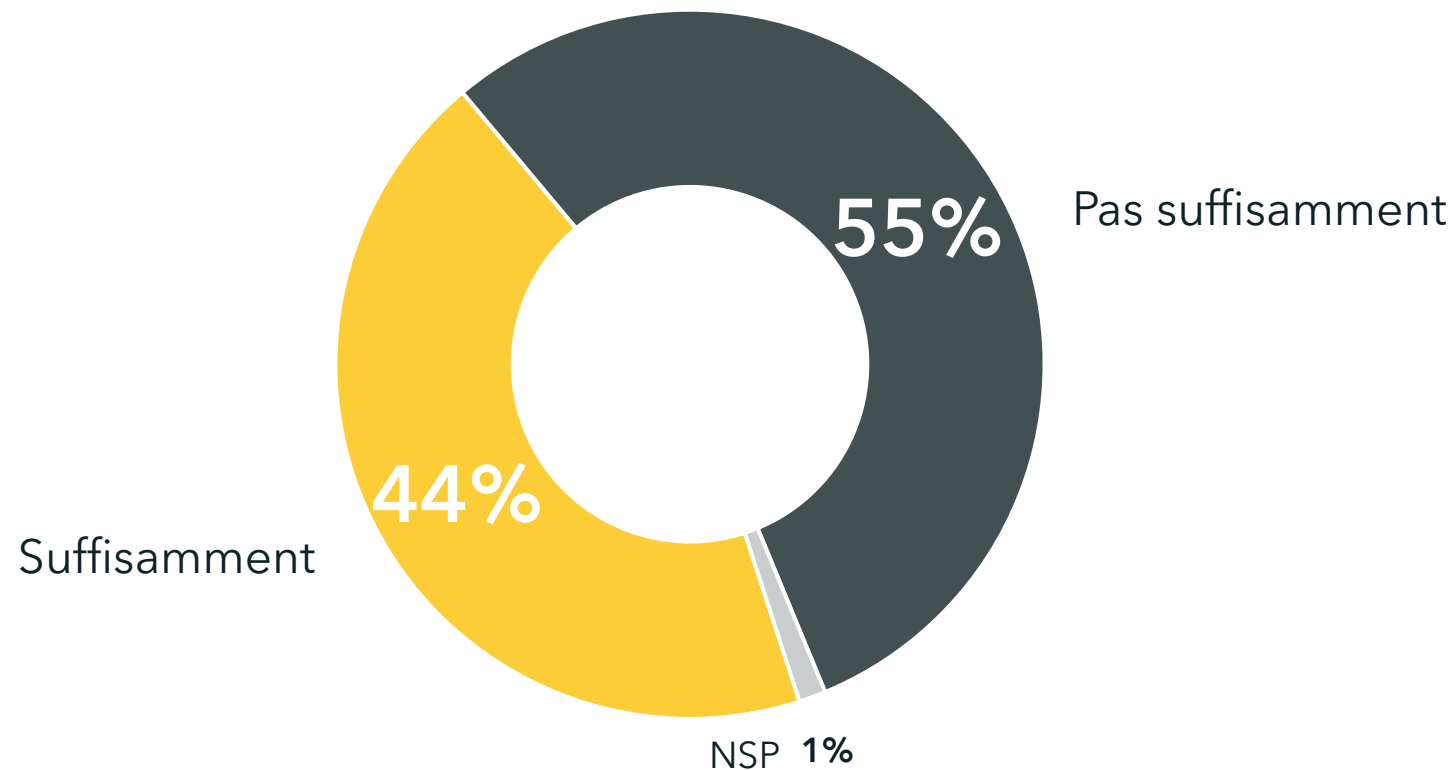
	% OUI	REVENU MENSUEL DU FOYER					SE CONSIDERE COMME UN CONSOMMATEUR RESPONSABLE	
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	OUI	NON
Renoncer à acheter ce produit dans l'immédiat	<b>28%</b>	37%	21%	28%	33%	28%	31%	19%
Acheter quand même un produit de substitution moins respectueux de l'environnement	<b>28%</b>	16%	32%	31%	22%	24%	19%	54%
Choisir une enseigne concurrente plus respectueuse de l'environnement	<b>18%</b>	23%	18%	18%	14%	20%	20%	8%
Terminer vos achats et trouver une autre enseigne pour acheter le produit	<b>16%</b>	17%	17%	12%	22%	16%	17%	13%
Choisir une enseigne concurrente mais pas forcément respectueuse de l'environnement	<b>9%</b>	7%	12%	9%	9%	9%	11%	4%

# La perception d'une offre suffisante de produits respectueux de l'environnement

Q. D'une manière générale, estimez-vous que les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) proposent suffisamment ou pas suffisamment de produits respectueux de l'environnement (offre locale, bio, anti-gaspi, seconde vie, eco-responsable...)?



1019  
personnes



# La perception d'une offre suffisante de produits respectueux de l'environnement



1019  
personnes

Q. D'une manière générale, estimez-vous que les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) proposent suffisamment ou pas suffisamment de produits respectueux de l'environnement (offre locale, bio, anti-gaspi, seconde vie, eco-responsable...)?

	% 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
Suffisamment	<b>44%</b>	46%	42%	47%	47%	47%	41%	40%	44%	49%	41%
Pas suffisamment	<b>55%</b>	52%	57%	52%	52%	51%	58%	58%	55%	50%	58%

	% TOTAL	CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Suffisamment	<b>44%</b>	43%	43%	48%	44%	42%
Pas suffisamment	<b>55%</b>	57%	56%	51%	54%	55%

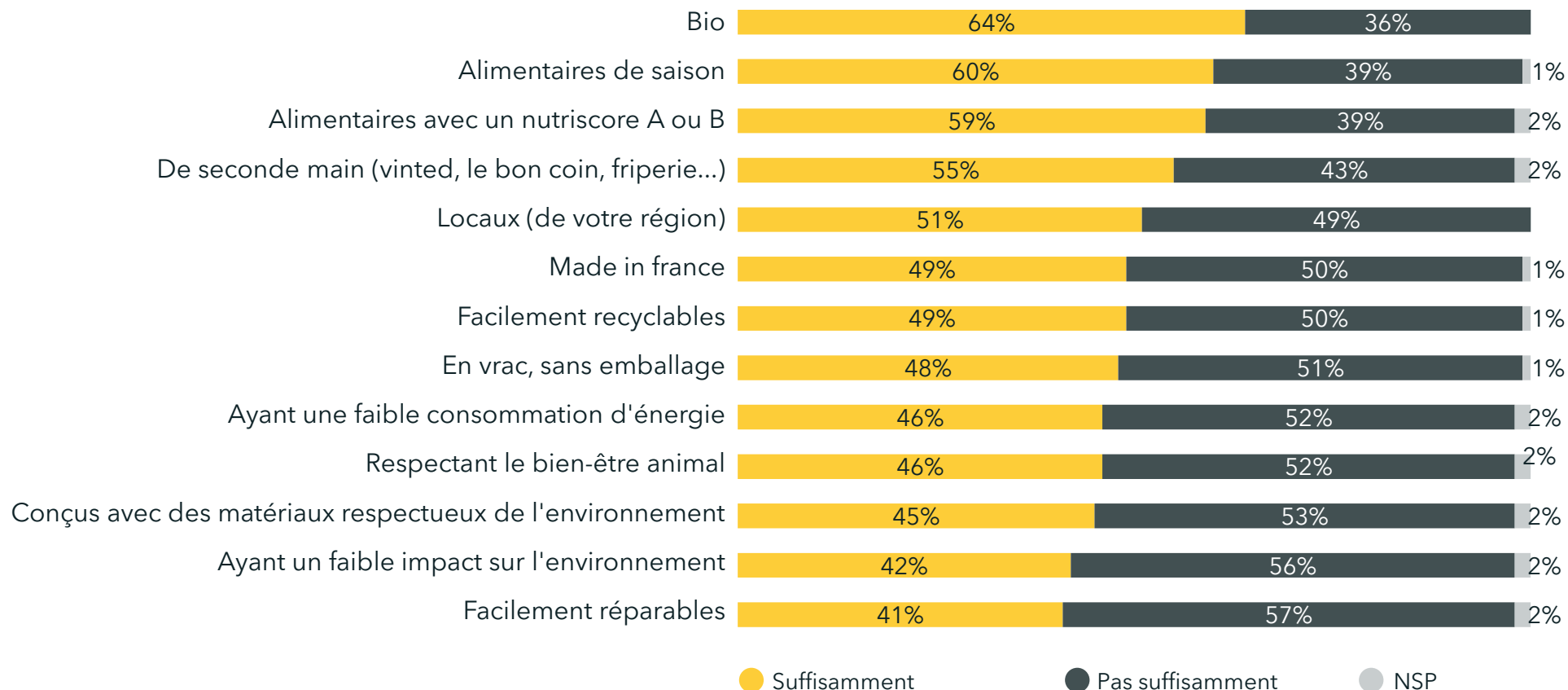
	% TOTAL	REVENU MENSUEL DU FOYER					SE CONSIDERE COMME UN CONSOMMATEUR RESPONSABLE	
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	OUI	NON
Suffisamment	<b>44%</b>	40%	45%	47%	39%	47%	44%	42%
Pas suffisamment	<b>55%</b>	60%	53%	52%	61%	51%	55%	56%

# La perception d'une offre suffisante selon le type de magasin

Q. D'une manière générale, estimez-vous que les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) proposent suffisamment ou pas suffisamment de produits respectueux de l'environnement (offre locale, bio, anti-gaspi, seconde vie, eco-responsable...)?



1019  
personnes



# La perception d'une offre suffisante selon le type de magasin

Q. D'une manière générale, estimez-vous que les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) proposent suffisamment ou pas suffisamment de produits respectueux de l'environnement (offre locale, bio, anti-gaspi, seconde vie, eco-responsable...)?



1019  
personnes

	% SUFFISAMMENT	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Bio	<b>64%</b>	63%	64%	66%	59%	65%	64%	64%	63%	64%	64%
Alimentaires de saison	<b>60%</b>	60%	59%	65%	58%	63%	59%	56%	59%	64%	57%
Alimentaires avec un nutriscore A ou B	<b>59%</b>	63%	55%	67%	60%	63%	54%	56%	59%	65%	56%
De seconde main (Vinted, Le bon coin, friperie...)	<b>55%</b>	55%	56%	47%	60%	57%	56%	55%	55%	62%	51%
Locaux (de votre région)	<b>51%</b>	50%	52%	60%	52%	51%	51%	47%	51%	56%	48%
Made in France	<b>49%</b>	51%	47%	61%	52%	56%	44%	41%	48%	55%	46%
Facilement recyclables	<b>49%</b>	51%	47%	58%	54%	53%	47%	40%	49%	58%	42%
En vrac, sans emballage	<b>48%</b>	50%	46%	52%	45%	49%	47%	48%	45%	53%	47%
Ayant une faible consommation d'énergie	<b>46%</b>	47%	46%	52%	52%	50%	43%	41%	47%	53%	42%
Respectant le bien-être animal	<b>46%</b>	50%	43%	53%	48%	51%	44%	41%	49%	51%	42%
Conçus avec des matériaux respectueux de l'environnement	<b>45%</b>	47%	44%	49%	53%	47%	43%	40%	46%	54%	39%
Ayant un faible impact sur l'environnement	<b>42%</b>	44%	40%	50%	41%	46%	39%	40%	40%	47%	41%
Facilement réparables	<b>41%</b>	42%	40%	49%	44%	45%	39%	35%	40%	49%	37%

# La perception d'une offre suffisante selon le type de magasin

Q. D'une manière générale, estimez-vous que les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) proposent suffisamment ou pas suffisamment de produits respectueux de l'environnement (offre locale, bio, anti-gaspi, seconde vie, eco-responsable...)?



1019  
personnes

## CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION

	% SUFFISAMMENT	Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Bio	<b>64%</b>	61%	66%	68%	66%	57%
Alimentaires de saison	<b>60%</b>	54%	60%	66%	61%	59%
Alimentaires avec un nutriscore A ou B	<b>59%</b>	57%	58%	62%	58%	63%
De seconde main (Vinted, Le bon coin, friperie...)	<b>55%</b>	51%	54%	58%	59%	53%
Locaux (de votre région)	<b>51%</b>	49%	49%	53%	54%	48%
Made in france	<b>49%</b>	45%	47%	52%	50%	51%
Facilement recyclables	<b>49%</b>	50%	53%	49%	48%	44%
En vrac, sans emballage	<b>48%</b>	42%	47%	49%	54%	45%
Ayant une faible consommation d'énergie	<b>46%</b>	48%	45%	49%	45%	47%
Respectant le bien-être animal	<b>46%</b>	43%	45%	46%	50%	48%
Conçus avec des matériaux respectueux de l'environnement	<b>45%</b>	45%	42%	47%	47%	44%
Ayant un faible impact sur l'environnement	<b>42%</b>	41%	41%	40%	46%	41%
Facilement réparables	<b>41%</b>	43%	40%	44%	40%	41%

# La perception d'une offre suffisante selon le type de magasin

Q. D'une manière générale, estimez-vous que les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) proposent suffisamment ou pas suffisamment de produits respectueux de l'environnement (offre locale, bio, anti-gaspi, seconde vie, eco-responsable...)?



1019  
personnes

	% SUFFISAMMENT	REVENU MENSUEL DU FOYER					SE CONSIDERE COMME UN CONSOMMATEUR RESPONSABLE	
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	OUI	NON
Bio	<b>64%</b>	54%	66%	63%	64%	68%	65%	61%
Alimentaires de saison	<b>60%</b>	47%	65%	62%	54%	65%	59%	60%
Alimentaires avec un nutriscore A ou B	<b>59%</b>	59%	62%	58%	58%	64%	60%	57%
De seconde main (Vinted, Le bon coin, friperie...)	<b>55%</b>	48%	52%	58%	56%	58%	55%	56%
Locaux (de votre région)	<b>51%</b>	53%	56%	51%	50%	45%	51%	50%
Made in France	<b>49%</b>	41%	53%	47%	47%	53%	49%	48%
Facilement recyclables	<b>49%</b>	36%	54%	47%	45%	55%	48%	50%
En vrac, sans emballage	<b>48%</b>	51%	50%	46%	49%	54%	49%	43%
Ayant une faible consommation d'énergie	<b>46%</b>	51%	50%	48%	43%	47%	46%	46%
Respectant le bien-être animal	<b>46%</b>	36%	46%	45%	51%	48%	48%	41%
Conçus avec des matériaux respectueux de l'environnement	<b>45%</b>	32%	49%	49%	40%	47%	44%	49%
Ayant un faible impact sur l'environnement	<b>42%</b>	42%	45%	44%	40%	44%	42%	43%
Facilement réparables	<b>41%</b>	42%	45%	42%	35%	49%	41%	42%

# Les efforts nécessaires pour lutter contre le dérèglement climatique

Q. 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 ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

**Sous-total Améliorer l'efficacité  
énergétique**

**66%**

**Sous-total Recycler les produits  
et déchets**

**40%**

**Sous-total Proposer davantage  
de produits locaux et nationaux**

**47%**

**Sous-total Adopter des solutions  
de transport plus écologiques**

**28%**

**Sous-total Diminuer les emballages**

**45%**

**Sous-total Proposer davantage de  
produits écologiques et éthiques**

**19%**

# Les efforts nécessaires pour lutter contre le dérèglement climatique

Q. 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 ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes



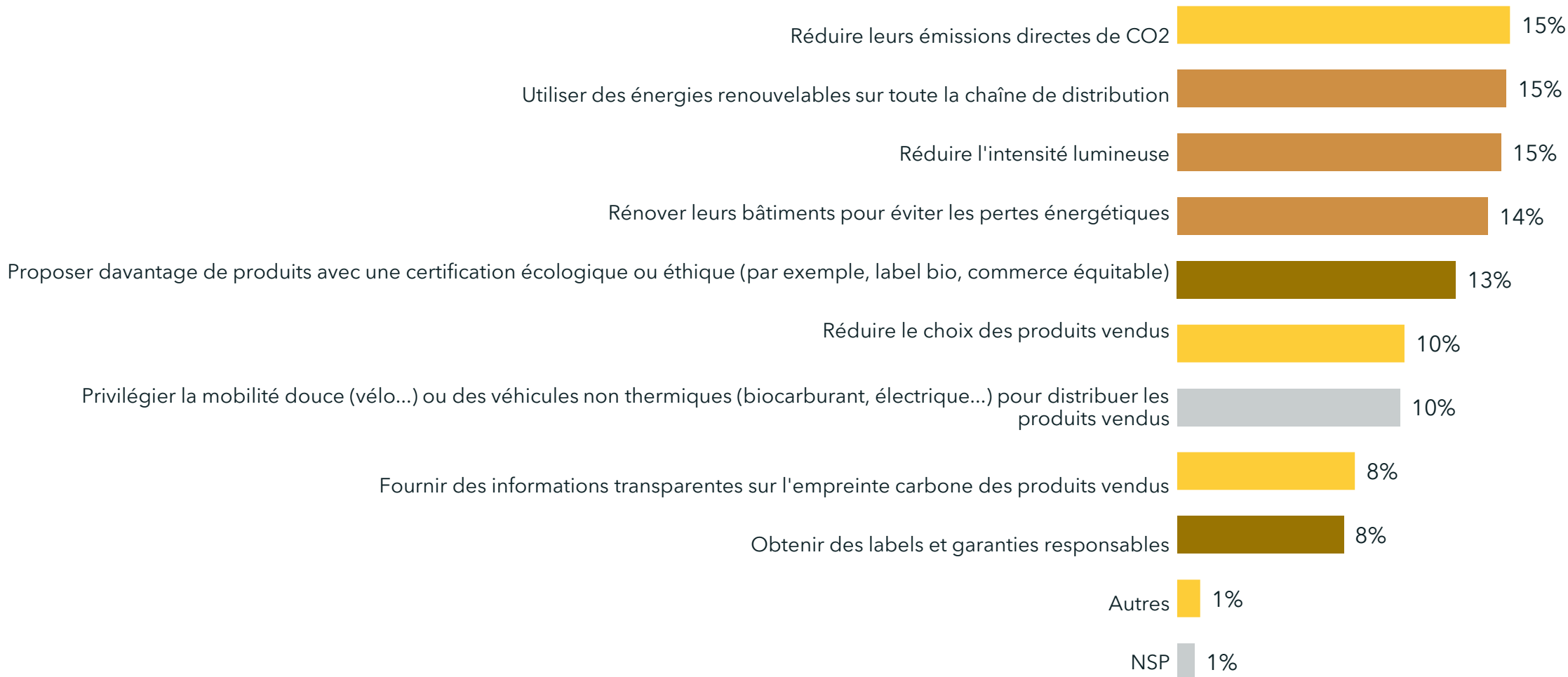
# Les efforts nécessaires pour lutter contre le dérèglement climatique

Q. 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 ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes



# Les efforts nécessaires pour lutter contre le dérèglement climatique

Q. 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 ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

	% 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
Sous-total Améliorer l'efficacité énergétique	<b>66%</b>	63%	68%	59%	64%	63%	72%	67%	67%	64%	67%
Sous-total Proposer davantage de produits locaux et nationaux	<b>47%</b>	47%	47%	51%	35%	40%	46%	59%	43%	43%	52%
Sous-total Diminuer les emballages	<b>45%</b>	43%	47%	39%	46%	40%	47%	50%	46%	42%	47%
Sous-total Recycler les produits et déchets	<b>40%</b>	39%	41%	32%	40%	40%	45%	39%	41%	42%	39%
Sous-total Adopter des solutions de transport plus écologiques	<b>28%</b>	28%	28%	31%	32%	28%	27%	24%	29%	25%	29%
Sous-total Proposer davantage de produits écologiques et éthiques	<b>19%</b>	21%	18%	24%	19%	16%	19%	21%	20%	17%	20%

# Les efforts nécessaires pour lutter contre le dérèglement climatique

Q. 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 ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

	% TOTAL	CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Sous-total Améliorer l'efficacité énergétique	<b>66%</b>	70%	64%	63%	62%	73%
Sous-total Proposer davantage de produits locaux et nationaux	<b>47%</b>	46%	46%	48%	48%	47%
Sous-total Diminuer les emballages	<b>45%</b>	49%	42%	44%	46%	44%
Sous-total Recycler les produits et déchets	<b>40%</b>	39%	40%	42%	39%	44%
Sous-total Adopter des solutions de transport plus écologiques	<b>28%</b>	21%	22%	31%	32%	33%
Sous-total Proposer davantage de produits écologiques et éthiques	<b>19%</b>	18%	21%	21%	19%	19%

# Les efforts nécessaires pour lutter contre le dérèglement climatique

Q. 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 ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

	% TOTAL	REVENU MENSUEL DU FOYER					SE CONSIDERE COMME UN CONSOMMATEUR RESPONSABLE	
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	OUI	NON
Sous-total Améliorer l'efficacité énergétique	<b>66%</b>	60%	61%	68%	71%	70%	67%	63%
Sous-total Proposer davantage de produits locaux et nationaux	<b>47%</b>	34%	42%	48%	56%	46%	50%	38%
Sous-total Diminuer les emballages	<b>45%</b>	39%	41%	46%	46%	51%	47%	41%
Sous-total Recycler les produits et déchets	<b>40%</b>	42%	42%	37%	41%	47%	41%	37%
Sous-total Adopter des solutions de transport plus écologiques	<b>28%</b>	32%	25%	28%	28%	28%	31%	18%
Sous-total Proposer davantage de produits écologiques et éthiques	<b>19%</b>	21%	15%	19%	22%	28%	22%	11%

# Les efforts nécessaires pour lutter contre le dérèglement climatique



1019  
personnes

Q. 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 ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% 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
Lutter contre le gaspillage des invendus	<b>41%</b>	36%	46%	38%	26%	43%	40%	48%	37%	36%	46%
Eteindre les enseignes lumineuses la nuit	<b>37%</b>	34%	39%	29%	29%	34%	43%	42%	35%	37%	39%
Réduire les emballages des produits	<b>34%</b>	34%	33%	29%	36%	31%	35%	36%	34%	32%	34%
Proposer des produits cultivés, préparés ou fabriqués localement	<b>29%</b>	28%	30%	31%	18%	24%	31%	39%	28%	25%	32%
Proposer davantage de produits Made in France	<b>29%</b>	30%	28%	23%	23%	27%	28%	38%	27%	25%	34%
Recycler les déchets industriels	<b>26%</b>	25%	26%	20%	28%	25%	27%	26%	25%	26%	27%
Mettre en place des programmes de recyclage pour les produits en fin de vie	<b>21%</b>	21%	21%	12%	20%	20%	26%	20%	23%	22%	18%
Réduire le recours au transport aérien de marchandises	<b>19%</b>	21%	18%	18%	20%	20%	20%	18%	20%	16%	21%
Stopper la vente de produits polluants	<b>19%</b>	20%	18%	16%	12%	13%	20%	27%	18%	12%	24%
Moins climatiser les magasins l'été et moins les chauffer l'hiver	<b>18%</b>	17%	18%	15%	18%	17%	17%	21%	16%	17%	19%
Encourager les clients à apporter leurs propres sacs ou emballages réutilisables	<b>17%</b>	14%	20%	15%	14%	15%	18%	20%	16%	15%	19%
Réduire leurs émissions directes de CO2	<b>15%</b>	16%	15%	17%	14%	12%	20%	14%	17%	16%	14%
Utiliser des énergies renouvelables sur toute la chaîne de distribution	<b>15%</b>	14%	16%	11%	19%	15%	17%	13%	13%	19%	14%
Réduire l'intensité lumineuse	<b>15%</b>	12%	17%	16%	15%	15%	17%	13%	16%	13%	16%
Rénover leurs bâtiments pour éviter les pertes énergétiques	<b>14%</b>	15%	14%	12%	11%	14%	16%	17%	14%	14%	15%
Proposer davantage de produits avec une certification écologique ou éthique	<b>13%</b>	14%	12%	15%	14%	9%	13%	15%	14%	10%	14%
Réduire le choix des produits vendus	<b>10%</b>	8%	13%	19%	10%	13%	7%	8%	11%	11%	10%
Privilégier la mobilité douce ou des véhicules non thermiques pour distribuer les produits vendus	<b>10%</b>	9%	11%	15%	17%	10%	8%	8%	11%	10%	10%
Fournir des informations transparentes sur l'empreinte carbone des produits vendus	<b>8%</b>	9%	7%	13%	9%	8%	7%	7%	9%	10%	7%
Obtenir des labels et garanties responsables	<b>8%</b>	9%	6%	9%	6%	8%	9%	7%	8%	9%	7%
Autres	<b>1%</b>	2%	-	-	-	2%	1%	2%	2%	-	1%

# Les efforts nécessaires pour lutter contre le dérèglement climatique

Q. 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 ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

## CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION

	% TOTAL	Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Lutter contre le gaspillage des invendus	<b>41%</b>	47%	39%	43%	37%	39%
Eteindre les enseignes lumineuses la nuit	<b>37%</b>	46%	38%	35%	31%	37%
Réduire les emballages des produits	<b>34%</b>	40%	32%	31%	34%	29%
Proposer des produits cultivés, préparés ou fabriqués localement	<b>29%</b>	26%	35%	26%	29%	30%
Proposer davantage de produits Made in France	<b>29%</b>	30%	26%	31%	30%	29%
Recycler les déchets industriels	<b>26%</b>	24%	24%	28%	26%	27%
Mettre en place des programmes de recyclage pour les produits en fin de vie	<b>21%</b>	20%	23%	20%	19%	22%
Réduire le recours au transport aérien de marchandises	<b>19%</b>	17%	15%	22%	22%	20%
Stopper la vente de produits polluants	<b>19%</b>	12%	18%	22%	22%	20%
Moins climatiser les magasins l'été et moins les chauffer l'hiver	<b>18%</b>	20%	20%	14%	14%	22%
Encourager les clients à apporter leurs propres sacs ou emballages réutilisables	<b>17%</b>	16%	15%	18%	17%	20%
Réduire leurs émissions directes de CO2	<b>15%</b>	15%	15%	14%	16%	17%
Utiliser des énergies renouvelables sur toute la chaîne de distribution	<b>15%</b>	15%	12%	17%	14%	20%
Réduire l'intensité lumineuse	<b>15%</b>	13%	16%	17%	15%	14%
Rénover leurs bâtiments pour éviter les pertes énergétiques	<b>14%</b>	13%	14%	19%	13%	16%
Proposer davantage de produits avec une certification écologique ou éthique	<b>13%</b>	12%	14%	14%	12%	15%
Réduire le choix des produits vendus	<b>10%</b>	13%	12%	5%	9%	12%
Privilégier la mobilité douce ou des véhicules non thermiques pour distribuer les produits vendus	<b>10%</b>	6%	10%	11%	11%	14%
Fournir des informations transparentes sur l'empreinte carbone des produits vendus	<b>8%</b>	7%	8%	10%	7%	11%
Obtenir des labels et garanties responsables	<b>8%</b>	6%	10%	7%	8%	6%
Autres	<b>1%</b>	-	2%	1%	2%	-

# Les efforts nécessaires pour lutter contre le dérèglement climatique



Q. 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 ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%

SE CONSIDERE COMME 1019  
UN CONSOMMATEUR personnes  
RESPONSABLE

## REVENU MENSUEL DU FOYER

### % TOTAL

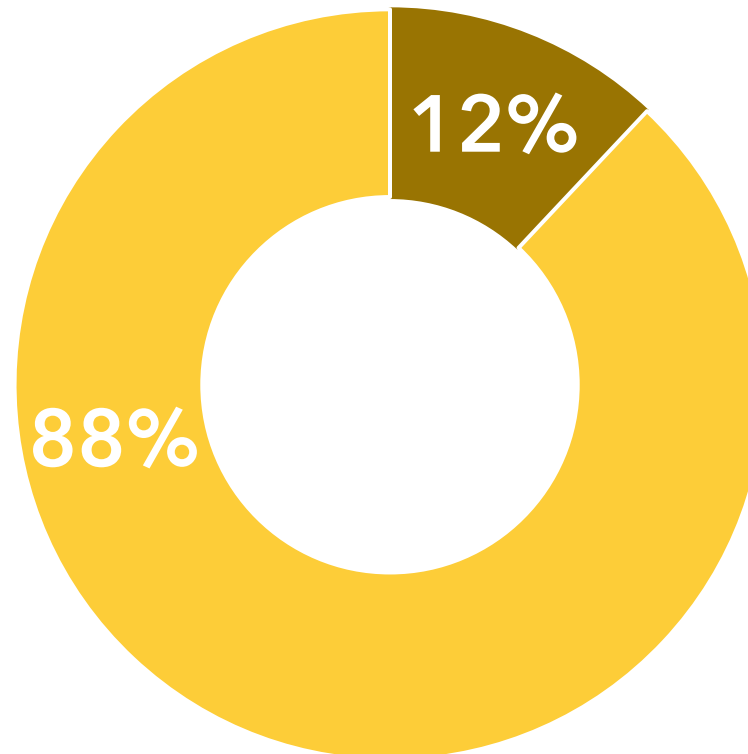
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	OUI	NON
Lutter contre le gaspillage des invendus	<b>41%</b>	26%	38%	43%	47%	35%	42%	39%
Eteindre les enseignes lumineuses la nuit	<b>37%</b>	32%	34%	40%	42%	33%	37%	36%
Réduire les emballages des produits	<b>34%</b>	25%	26%	36%	35%	42%	35%	30%
Proposer des produits cultivés, préparés ou fabriqués localement	<b>29%</b>	16%	29%	29%	37%	27%	31%	23%
Proposer davantage de produits Made in France	<b>29%</b>	24%	22%	31%	38%	27%	31%	22%
Recycler les déchets industriels	<b>26%</b>	31%	28%	25%	24%	27%	27%	23%
Mettre en place des programmes de recyclage pour les produits en fin de vie	<b>21%</b>	18%	22%	18%	22%	26%	21%	20%
Réduire le recours au transport aérien de marchandises	<b>19%</b>	13%	17%	18%	23%	20%	21%	13%
Stopper la vente de produits polluants	<b>19%</b>	16%	16%	16%	25%	21%	19%	16%
Moins climatiser les magasins l'été et moins les chauffer l'hiver	<b>18%</b>	17%	15%	17%	23%	19%	19%	15%
Encourager les clients à apporter leurs propres sacs ou emballages réutilisables	<b>17%</b>	14%	20%	16%	17%	14%	17%	17%
Réduire leurs émissions directes de CO2	<b>15%</b>	21%	12%	18%	13%	16%	16%	13%
Utiliser des énergies renouvelables sur toute la chaîne de distribution	<b>15%</b>	14%	15%	17%	15%	11%	15%	17%
Réduire l'intensité lumineuse	<b>15%</b>	21%	17%	16%	9%	18%	15%	15%
Rénover leurs bâtiments pour éviter les pertes énergétiques	<b>14%</b>	12%	14%	12%	14%	25%	14%	14%
Proposer davantage de produits avec une certification écologique ou éthique	<b>13%</b>	8%	11%	13%	14%	21%	15%	7%
Réduire le choix des produits vendus	<b>10%</b>	8%	8%	12%	8%	15%	11%	9%
Privilégier la mobilité douce ou des véhicules non thermiques pour distribuer les produits vendus	<b>10%</b>	19%	10%	12%	6%	10%	11%	7%
Fournir des informations transparentes sur l'empreinte carbone des produits vendus	<b>8%</b>	10%	7%	10%	4%	13%	8%	8%
Obtenir des labels et garanties responsables	<b>8%</b>	13%	4%	8%	10%	9%	9%	4%
Autres	<b>1%</b>	-	1%	1%	-	3%	1%	2%

# Les préférences d'achats des Français - *produits alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits alimentaires... ?



1019  
personnes



Acheter vos fruits et légumes dans un magasin spécialisé bio mais qui jette son surplus

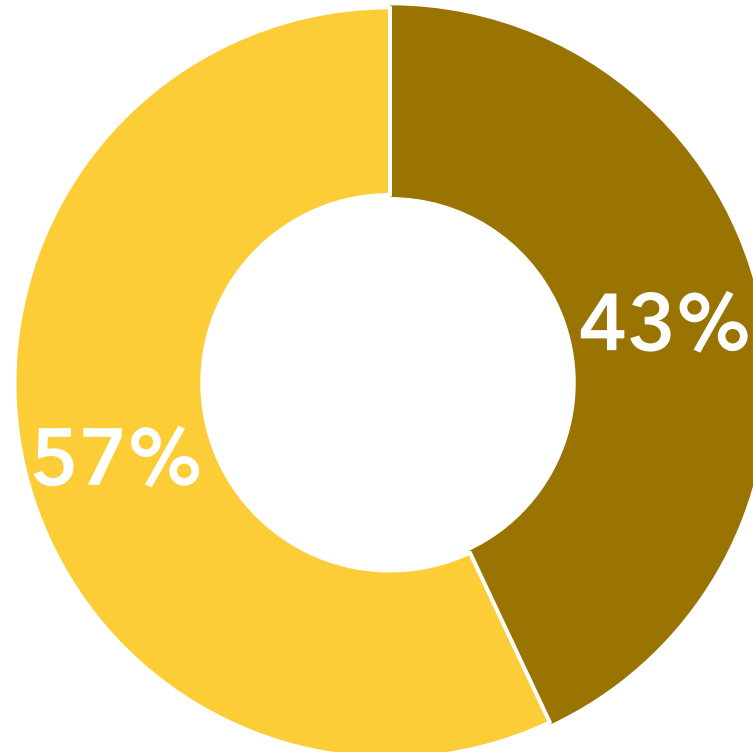
Acheter vos fruits et légumes dans un magasin non spécialisé bio mais qui gère ses stocks pour éviter le gaspillage

# Les préférences d'achats des Français - *produits alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits alimentaires... ?

  
1019  
personnes

Acheter des produits alimentaires  
produits localement mais issus d'un  
élevage intensif



Acheter des produits alimentaires  
biologiques  
mais importés de l'étranger

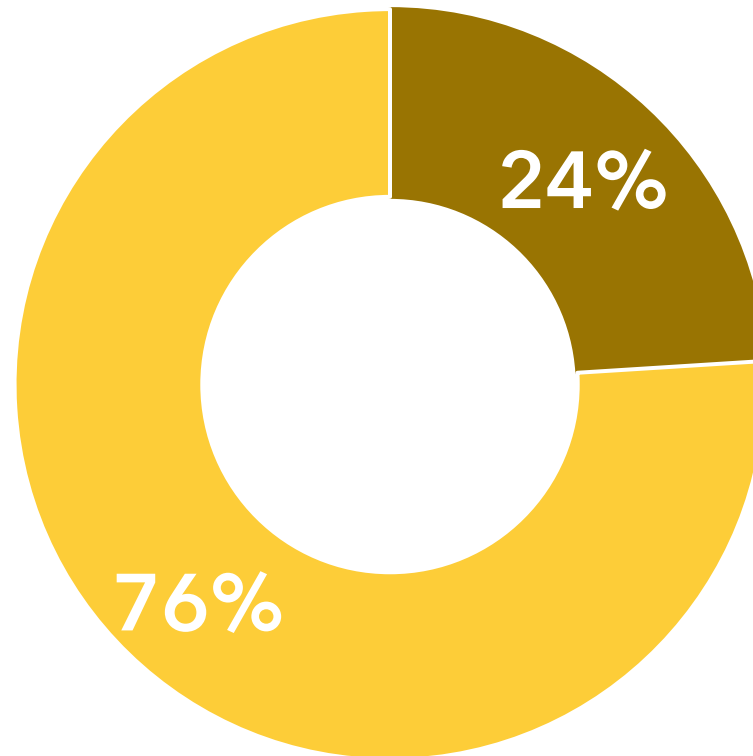
# Les préférences d'achats des Français - *produits alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits alimentaires... ?



1019  
personnes


Acheter des produits alimentaires non bio mais vendus en vrac pour éviter les emballages

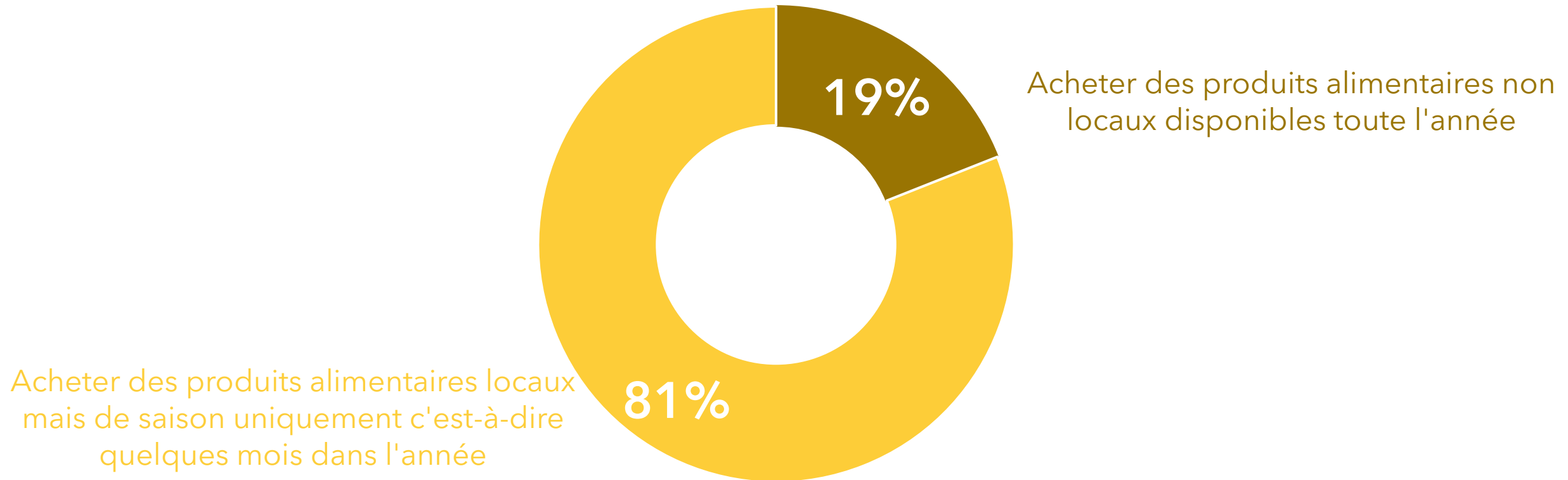


Acheter des produits bio emballés dans du plastique

# Les préférences d'achats des Français - *produits alimentaires*


Q. Vous personnellement, de laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits alimentaires... ?

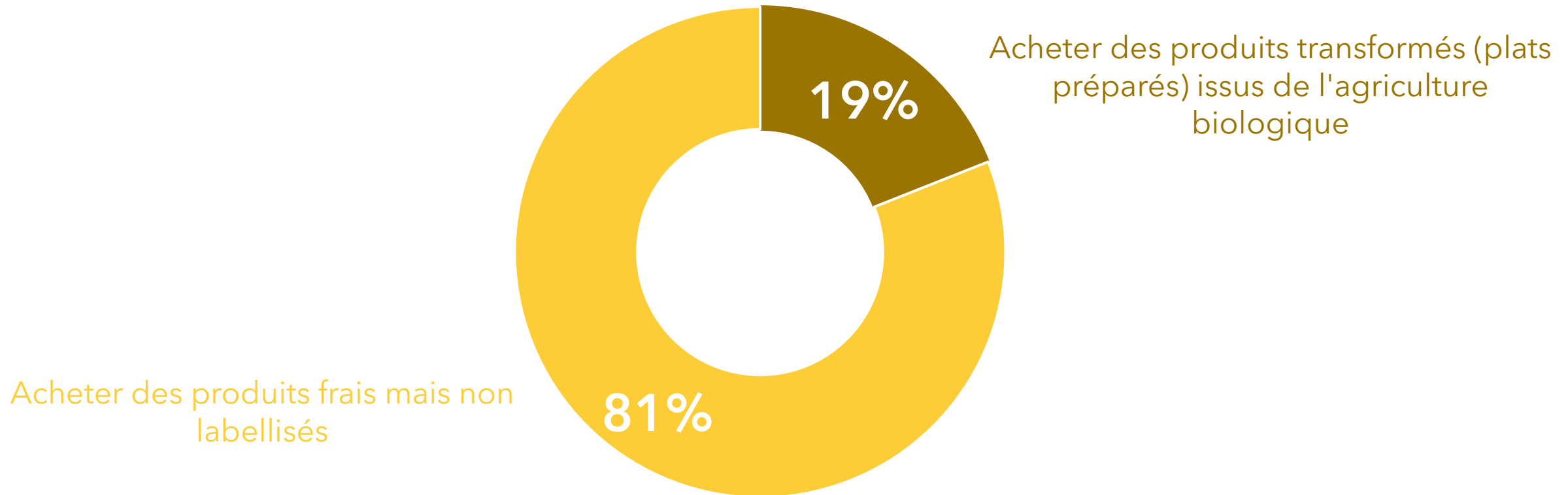
  
1019  
personnes



# Les préférences d'achats des Français - *produits alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits alimentaires... ?

  
1019  
personnes



# Les préférences d'achats des Français - *produits alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits alimentaires... ?



1019  
personnes

	% 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
Acheter vos fruits et légumes dans un magasin non spécialisé bio mais qui gère ses stocks pour éviter le gaspillage	<b>88%</b>	87%	88%	84%	81%	84%	91%	94%	84%	86%	91%
Acheter vos fruits et légumes dans un magasin spécialisé bio mais qui jette son surplus	<b>12%</b>	13%	12%	16%	19%	16%	9%	6%	16%	14%	9%
Acheter des produits alimentaires produits localement mais issus d'un élevage intensif	<b>57%</b>	57%	57%	44%	54%	65%	48%	66%	53%	59%	59%
Acheter des produits alimentaires biologiques mais importés de l'étranger	<b>43%</b>	43%	43%	56%	46%	35%	52%	34%	47%	41%	41%
Acheter des produits alimentaires non bio mais vendus en vrac pour éviter les emballages	<b>76%</b>	74%	79%	64%	77%	75%	82%	79%	75%	79%	76%
Acheter des produits bio emballés dans du plastique	<b>24%</b>	26%	21%	36%	23%	25%	18%	21%	25%	21%	24%
Acheter des produits alimentaires locaux mais de saison uniquement c'est-à-dire quelques mois dans l'année	<b>81%</b>	83%	80%	71%	74%	76%	84%	92%	85%	74%	84%
Acheter des produits alimentaires non locaux disponibles toute l'année	<b>19%</b>	17%	20%	29%	26%	24%	16%	8%	15%	26%	16%
Acheter des produits frais mais non labellisés	<b>81%</b>	78%	84%	70%	79%	77%	85%	88%	78%	80%	85%
Acheter des produits transformés (plats préparés) issus de l'agriculture biologique	<b>19%</b>	22%	16%	30%	21%	23%	15%	12%	22%	20%	15%

# Les préférences d'achats des Français - *produits alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits alimentaires... ?



1019  
personnes

	% TOTAL	CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Acheter vos fruits et légumes dans un magasin non spécialisé bio mais qui gère ses stocks pour éviter le gaspillage	<b>88%</b>	87%	90%	88%	89%	84%
Acheter vos fruits et légumes dans un magasin spécialisé bio mais qui jette son surplus	<b>12%</b>	13%	10%	12%	11%	16%
Acheter des produits alimentaires produits localement mais issus d'un élevage intensif	<b>57%</b>	61%	59%	47%	63%	48%
Acheter des produits alimentaires biologiques mais importés de l'étranger	<b>43%</b>	39%	41%	53%	37%	52%
Acheter des produits alimentaires non bio mais vendus en vrac pour éviter les emballages	<b>76%</b>	78%	87%	74%	76%	67%
Acheter des produits bio emballés dans du plastique	<b>24%</b>	22%	13%	26%	24%	33%
Acheter des produits alimentaires locaux mais de saison uniquement c'est-à-dire quelques mois dans l'année	<b>81%</b>	77%	85%	83%	85%	75%
Acheter des produits alimentaires non locaux disponibles toute l'année	<b>19%</b>	23%	15%	17%	15%	25%
Acheter des produits frais mais non labellisés	<b>81%</b>	82%	83%	83%	82%	77%
Acheter des produits transformés (plats préparés) issus de l'agriculture biologique	<b>19%</b>	18%	17%	17%	18%	23%

# Les préférences d'achats des Français - *produits alimentaires*



1019  
personnes

Q. Vous personnellement, de laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits alimentaires... ?

	% TOTAL	REVENU MENSUEL DU FOYER					SE CONSIDERE COMME UN CONSOMMATEUR RESPONSABLE	
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	OUI	NON
Acheter vos fruits et légumes dans un magasin non spécialisé bio mais qui gère ses stocks pour éviter le gaspillage	<b>88%</b>	79%	89%	89%	91%	80%	87%	89%
Acheter vos fruits et légumes dans un magasin spécialisé bio mais qui jette son surplus	<b>12%</b>	21%	11%	11%	9%	20%	13%	11%
Acheter des produits alimentaires produits localement mais issus d'un élevage intensif	<b>57%</b>	42%	60%	57%	62%	58%	57%	57%
Acheter des produits alimentaires biologiques mais importés de l'étranger	<b>43%</b>	58%	40%	43%	38%	42%	43%	43%
Acheter des produits alimentaires non bio mais vendus en vrac pour éviter les emballages	<b>76%</b>	63%	83%	80%	76%	63%	78%	71%
Acheter des produits bio emballés dans du plastique	<b>24%</b>	37%	17%	20%	24%	37%	22%	29%
Acheter des produits alimentaires locaux mais de saison uniquement c'est-à-dire quelques mois dans l'année	<b>81%</b>	67%	71%	82%	91%	92%	85%	69%
Acheter des produits alimentaires non locaux disponibles toute l'année	<b>19%</b>	33%	29%	18%	9%	8%	15%	31%
Acheter des produits frais mais non labellisés	<b>81%</b>	73%	80%	81%	87%	83%	81%	82%
Acheter des produits transformés (plats préparés) issus de l'agriculture biologique	<b>19%</b>	27%	20%	19%	13%	17%	19%	18%

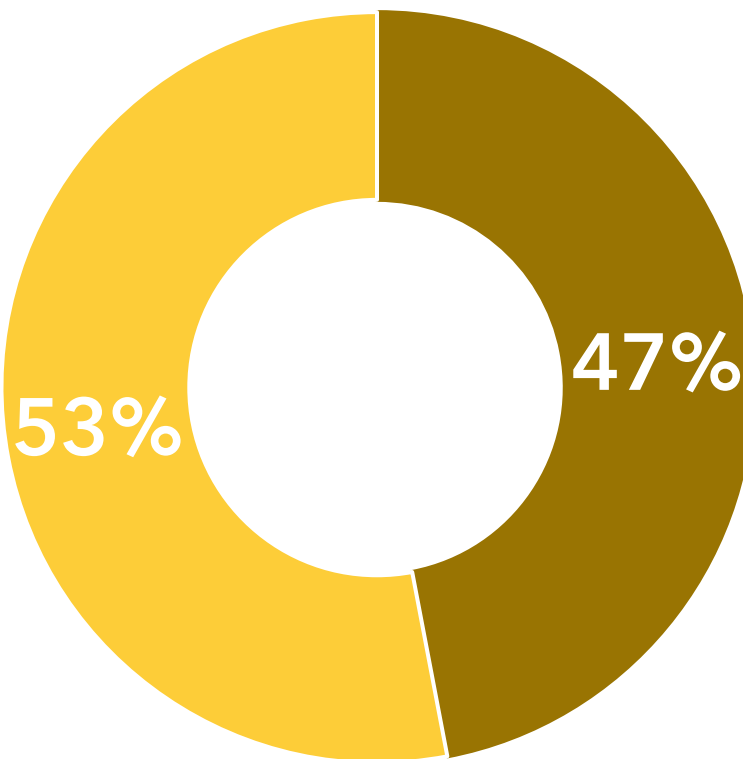
# Les préférences d'achats des Français - *produits non-alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits non alimentaires... ?



1019  
personnes

Acheter vos vêtements dans un magasin qui ne fabrique pas de vêtements spécialement respectueux de l'environnement mais qui les produit en France



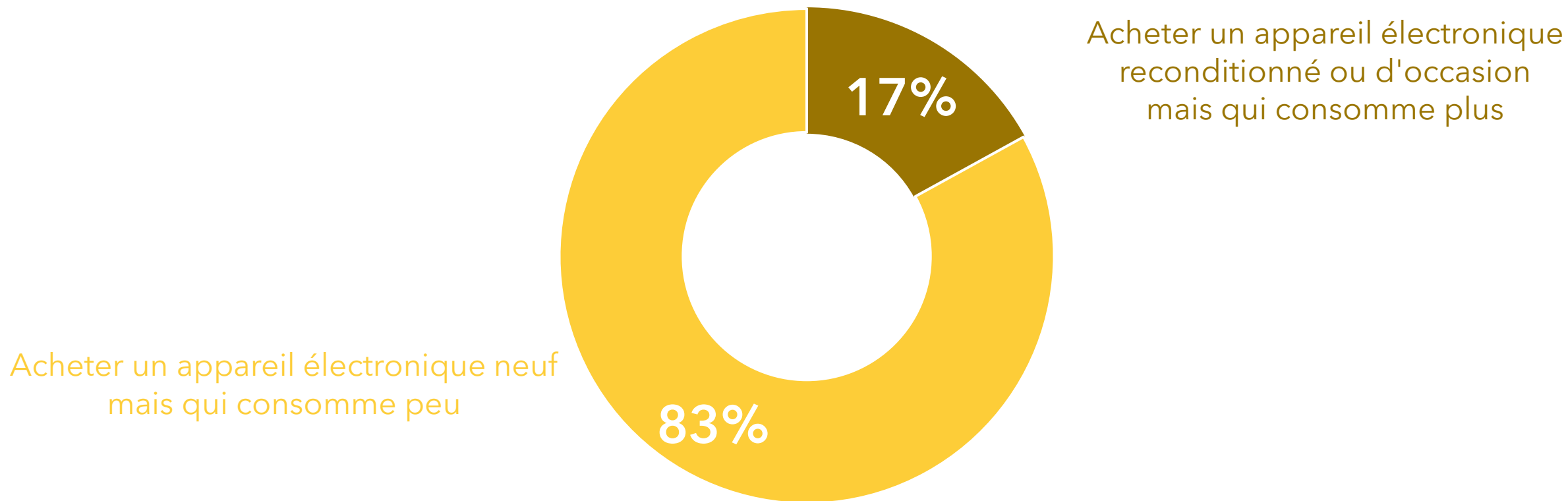
Acheter vos vêtements dans un magasin qui fabrique des vêtements respectueux de l'environnement mais qui les produit en dehors de l'Europe

# Les préférences d'achats des Français - *produits non-alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits non alimentaires... ?



1019  
personnes

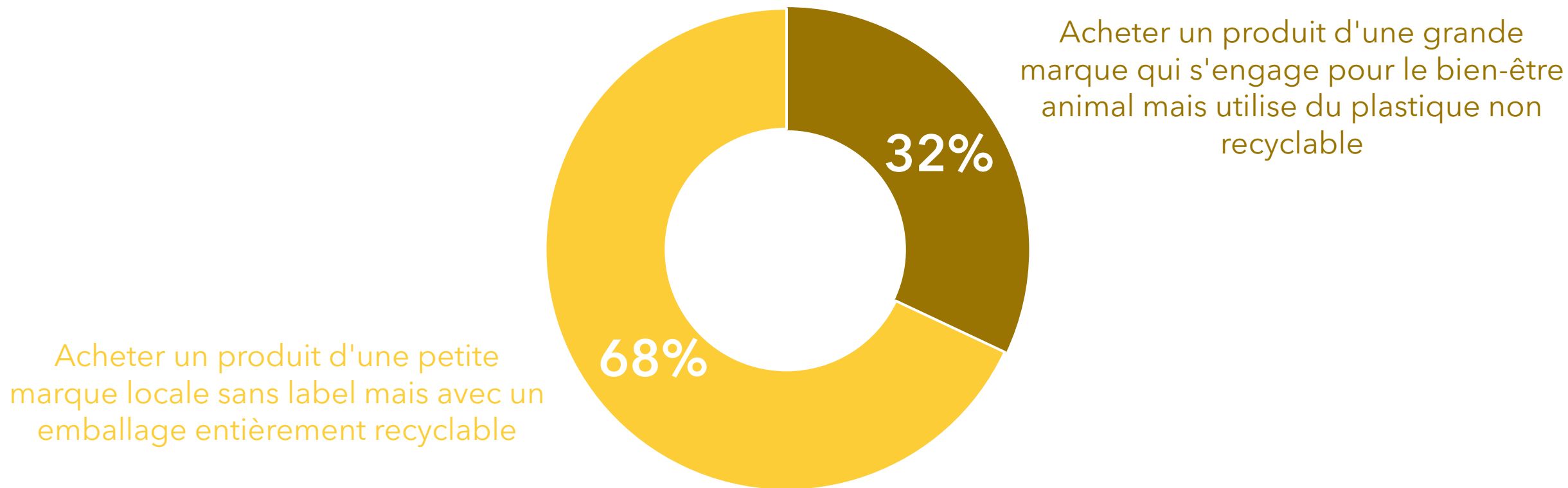


# Les préférences d'achats des Français - *produits non-alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits non alimentaires... ?



1019  
personnes

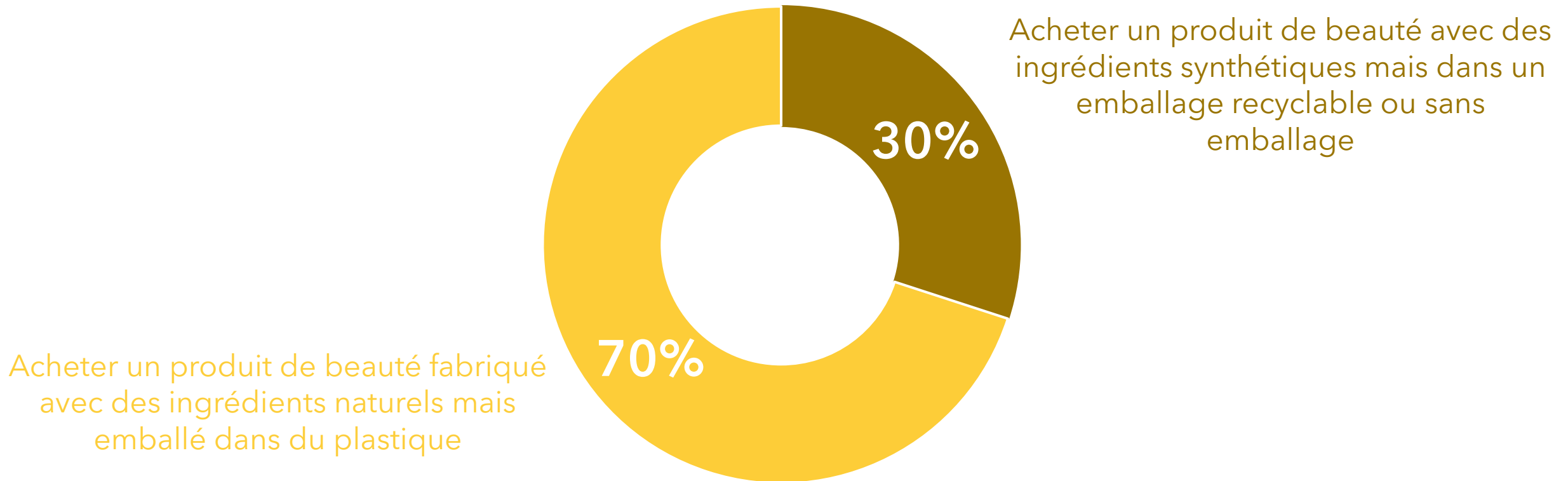


# Les préférences d'achats des Français - *produits non-alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits non alimentaires... ?



1019  
personnes



# Les préférences d'achats des Français - *produits non-alimentaires*



1019  
personnes

Q. Vous personnellement, de laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits non alimentaires... ?

	% 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
Acheter vos vêtements dans un magasin qui ne fabrique pas de vêtements spécialement respectueux de l'environnement mais qui les produit en France	<b>53%</b>	55%	52%	40%	48%	56%	53%	60%	56%	52%	52%
Acheter vos vêtements dans un magasin qui fabrique des vêtements respectueux de l'environnement mais qui les produits en dehors de l'Europe	<b>47%</b>	45%	48%	60%	52%	44%	47%	40%	44%	48%	48%
Acheter un appareil électronique neuf mais qui consomme peu	<b>83%</b>	82%	85%	72%	72%	81%	86%	94%	78%	82%	88%
Acheter un appareil électronique reconditionné ou d'occasion mais qui consomme plus	<b>17%</b>	18%	15%	28%	28%	19%	14%	6%	22%	18%	12%
Acheter un produit d'une petite marque locale sans label mais avec un emballage entièrement recyclable	<b>68%</b>	72%	65%	67%	58%	57%	71%	83%	67%	60%	74%
Acheter un produit d'une grande marque qui s'engage pour le bien-être animal mais utilise du plastique non recyclable	<b>32%</b>	28%	35%	33%	42%	43%	29%	17%	33%	40%	26%
Acheter un produit de beauté fabriqué avec des ingrédients naturels mais emballé dans du plastique	<b>70%</b>	66%	74%	68%	60%	75%	73%	70%	74%	58%	75%
Acheter un produit de beauté avec des ingrédients synthétiques mais dans un emballage recyclable ou sans emballage	<b>30%</b>	34%	26%	32%	40%	25%	27%	30%	26%	42%	25%

# Les préférences d'achats des Français - *produits non-alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits non alimentaires... ?



1019  
personnes

	% TOTAL	CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Acheter vos vêtements dans un magasin qui ne fabrique pas de vêtements spécialement respectueux de l'environnement mais qui les produit en France	<b>53%</b>	58%	56%	51%	52%	48%
Acheter vos vêtements dans un magasin qui fabrique des vêtements respectueux de l'environnement mais qui les produits en dehors de l'Europe	<b>47%</b>	42%	44%	49%	48%	52%
Acheter un appareil électronique neuf mais qui consomme peu	<b>83%</b>	84%	83%	89%	81%	82%
Acheter un appareil électronique reconditionné ou d'occasion mais qui consomme plus	<b>17%</b>	16%	17%	11%	19%	18%
Acheter un produit d'une petite marque locale sans label mais avec un emballage entièrement recyclable	<b>68%</b>	61%	69%	67%	71%	71%
Acheter un produit d'une grande marque qui s'engage pour le bien-être animal mais utilise du plastique non recyclable	<b>32%</b>	39%	31%	33%	29%	29%
Acheter un produit de beauté fabriqué avec des ingrédients naturels mais emballé dans du plastique	<b>70%</b>	74%	76%	72%	64%	68%
Acheter un produit de beauté avec des ingrédients synthétiques mais dans un emballage recyclable ou sans emballage	<b>30%</b>	26%	24%	28%	36%	32%

# Les préférences d'achats des Français - *produits non-alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits non alimentaires... ?



1019  
personnes

	% TOTAL	REVENU MENSUEL DU FOYER					SE CONSIDERE COMME UN CONSOMMATEUR RESPONSABLE	
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	OUI	NON
Acheter vos vêtements dans un magasin qui ne fabrique pas de vêtements spécialement respectueux de l'environnement mais qui les produit en France	<b>53%</b>	38%	48%	56%	57%	62%	54%	52%
Acheter vos vêtements dans un magasin qui fabrique des vêtements respectueux de l'environnement mais qui les produits en dehors de l'Europe	<b>47%</b>	62%	52%	44%	43%	38%	46%	48%
Acheter un appareil électronique neuf mais qui consomme peu	<b>83%</b>	67%	79%	84%	88%	90%	83%	83%
Acheter un appareil électronique reconditionné ou d'occasion mais qui consomme plus	<b>17%</b>	33%	21%	16%	12%	10%	17%	17%
Acheter un produit d'une petite marque locale sans label mais avec un emballage entièrement recyclable	<b>68%</b>	64%	65%	71%	73%	67%	71%	59%
Acheter un produit d'une grande marque qui s'engage pour le bien-être animal mais utilise du plastique non recyclable	<b>32%</b>	36%	35%	29%	27%	33%	29%	41%
Acheter un produit de beauté fabriqué avec des ingrédients naturels mais emballé dans du plastique	<b>70%</b>	66%	65%	72%	73%	70%	70%	69%
Acheter un produit de beauté avec des ingrédients synthétiques mais dans un emballage recyclable ou sans emballage	<b>30%</b>	34%	35%	28%	27%	30%	30%	31%

# Le supplément envisageable pour des produits plus respectueux de l'environnement



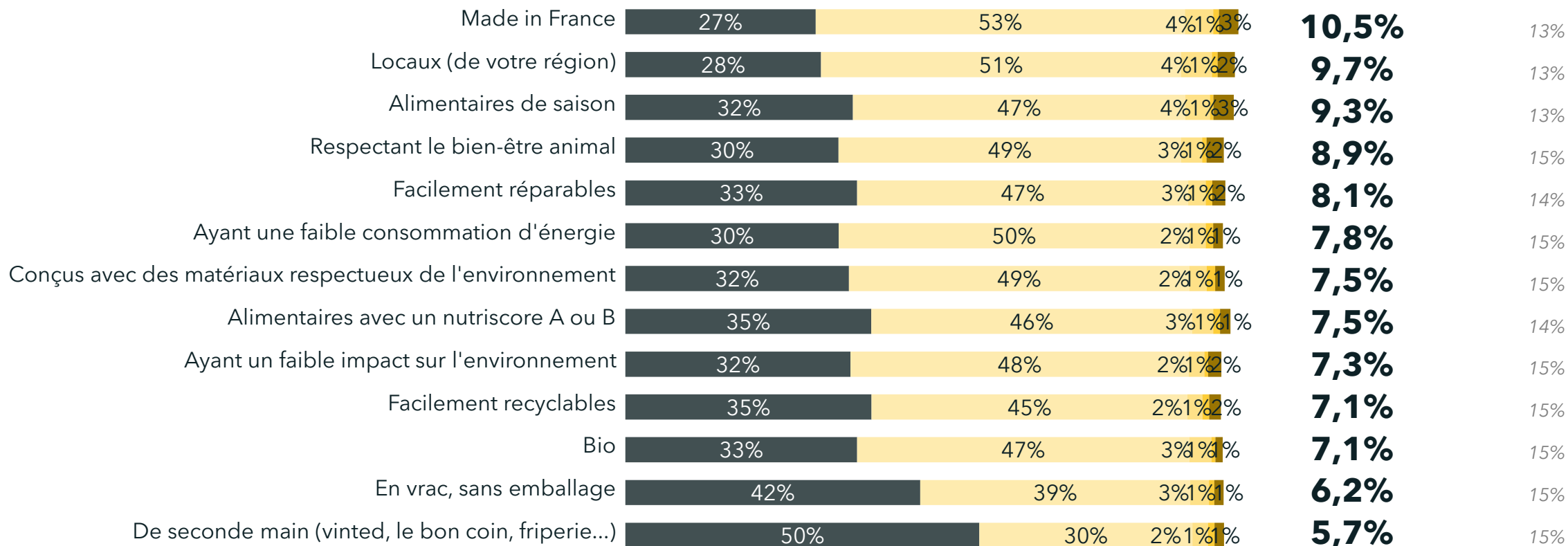
1019 personnes

Q. 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 ?

Question ouverte numérique - Réponses spontanées

Moyenne

NSP



# Le supplément envisageable pour des produits plus respectueux de l'environnement



1019  
personnes

Q. 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 ?

Question ouverte numérique - Réponses spontanées

	MOYENNE (en %)	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Made in france	<b>10,5</b>	9,5	11,5	12,2	10,2	10,3	12,2	8,7	11,1	10,6	10,1
Locaux (de votre région)	<b>9,7</b>	8,5	10,8	11,6	8,8	8,1	11,6	9,0	10,0	9,2	9,8
Alimentaires de saison	<b>9,3</b>	7,5	11,0	11,5	8,1	8,1	10,4	9,3	9,1	8,4	10,1
Respectant le bien-être animal	<b>8,9</b>	6,9	10,8	11,7	9,3	7,7	12,0	5,9	9,2	8,9	8,7
Facilement réparables	<b>8,1</b>	6,9	9,3	12,5	7,9	6,4	10,7	5,8	8,8	8,4	7,5
Ayant une faible consommation d'énergie	<b>7,8</b>	6,1	9,4	9,7	7,9	6,6	10,3	6,0	8,1	8,1	7,5
Conçus avec des matériaux respectueux de l'environnement	<b>7,5</b>	6,1	8,9	12,7	6,4	6,4	9,7	5,2	8,1	7,2	7,3
Alimentaires avec un nutriscore A ou B	<b>7,5</b>	5,5	9,3	9,2	7,6	6,7	9,1	6,1	7,9	7,7	7,1
Ayant un faible impact sur l'environnement	<b>7,3</b>	6,1	8,4	12,2	7,1	6,6	9,3	4,4	7,9	7,4	6,7
Facilement recyclables	<b>7,1</b>	5,6	8,5	9,4	6,5	5,8	9,6	5,5	7,5	7,1	6,9
Bio	<b>7,1</b>	6,3	8,0	10,8	7,2	6,6	8,2	5,3	8,4	7,6	6,0
En vrac, sans emballage	<b>6,2</b>	4,9	7,5	8,6	7,0	5,7	7,1	4,6	5,7	7,0	6,1
De seconde main (vinted, le bon coin, friperie...)	<b>5,7</b>	3,7	7,5	9,3	6,4	6,0	6,6	2,9	6,7	5,1	5,3

# Le supplément envisageable pour des produits plus respectueux de l'environnement



1019  
personnes

Q. 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 ?

Question ouverte numérique - Réponses spontanées

	MOYENNE (en %)	CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
		Commune rurale	Ville de 2000 à 19 999 habitants	Ville de 20 000 à 99 999 habitants	Ville de plus de 100 000 habitants	Agglomération parisienne
Made in france	<b>10,5</b>	11,5	10,1	9,9	9,8	11,5
Locaux (de votre région)	<b>9,7</b>	11,9	9,8	10,1	8,1	9,1
Alimentaires de saison	<b>9,3</b>	11,2	9,3	10,3	9,1	6,4
Respectant le bien-être animal	<b>8,9</b>	10,6	9,1	9,9	8,0	7,6
Facilement réparables	<b>8,1</b>	9,7	8,7	9,0	6,8	7,4
Ayant une faible consommation d'énergie	<b>7,8</b>	9,6	7,4	7,7	7,2	7,4
Conçus avec des matériaux respectueux de l'environnement	<b>7,5</b>	9,1	7,1	7,4	6,4	8,2
Alimentaires avec un nutriscore A ou B	<b>7,5</b>	8,2	7,5	7,1	7,1	7,4
Ayant un faible impact sur l'environnement	<b>7,3</b>	9,1	7,1	6,6	6,2	7,6
Facilement recyclables	<b>7,1</b>	8,0	8,0	8,3	6,1	5,9
Bio	<b>7,1</b>	8,2	6,6	5,7	6,8	8,2
En vrac, sans emballage	<b>6,2</b>	6,6	7,0	6,1	6,1	5,1
De seconde main (vinted, le bon coin, friperie...)	<b>5,7</b>	6,9	4,7	5,3	5,6	5,7

# Le supplément envisageable pour des produits plus respectueux de l'environnement



1019  
personnes

Q. 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 ?

Question ouverte numérique - Réponses spontanées

	MOYENNE (en %)	REVENU MENSUEL DU FOYER					SE CONSIDERE COMME UN CONSOMMATEUR RESPONSABLE	
		Moins de 1000 euros	1 000 à 1 999 euros	2 000 à 3 499 euros	3500 à 4999€	5000€ ou plus	OUI	NON
Made in france	<b>10,5</b>	9,6	10,6	9,7	10,1	11,4	10,9	9,1
Locaux (de votre région)	<b>9,7</b>	10,0	9,7	9,1	9,5	8,4	10,3	7,6
Alimentaires de saison	<b>9,3</b>	9,1	10,6	8,9	7,8	7,2	9,9	7,4
Respectant le bien-être animal	<b>8,9</b>	11,9	8,6	9,0	7,8	7,9	9,3	7,7
Facilement réparables	<b>8,1</b>	11,9	7,3	8,6	6,6	6,2	8,5	7,0
Ayant une faible consommation d'énergie	<b>7,8</b>	8,3	8,0	7,8	7,2	5,4	8,3	6,3
Conçus avec des matériaux respectueux de l'environnement	<b>7,5</b>	12,6	6,5	7,4	6,8	6,9	8,1	5,8
Alimentaires avec un nutriscore A ou B	<b>7,5</b>	8,5	6,8	7,2	7,4	6,2	8,3	4,9
Ayant un faible impact sur l'environnement	<b>7,3</b>	9,8	6,7	7,5	6,5	5,0	7,8	5,6
Facilement recyclables	<b>7,1</b>	7,0	6,4	7,7	6,3	5,0	7,4	6,5
Bio	<b>7,1</b>	6,6	6,7	7,1	5,9	7,7	7,7	5,3
En vrac, sans emballage	<b>6,2</b>	6,6	7,3	6,5	4,1	3,9	6,5	5,4
De seconde main (vinted, le bon coin, friperie...)	<b>5,7</b>	6,6	6,7	5,7	4,7	2,5	6,1	4,4

# Contacts études



**iloveretail.fr**

Mike Hadjadj

Fondateur

94, rue Marius AUFAN  
92300 Levallois-Perret

+33 6 27 30 52 08

[mike@iloveretail.fr](mailto:mike@iloveretail.fr)

[www.iloveretail.fr](http://www.iloveretail.fr)

[@MikeHadjadj](https://www.instagram.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](mailto:fmicheau@opinion-way.com)

[www.opinion-way.com](http://www.opinion-way.com)

[@FMicheau](https://www.instagram.com/FMicheau)



Merci de votre  
attention

V