



# Étude 2017 sur les Français et la consommation responsable

---

Mis à jour le 10 décembre 2019

Enregistrer dans mes ressources

Greenflex a dévoilé les résultats de la nouvelle édition de son étude annuelle « Les Français et la consommation responsable : tous acteurs ! ». Réalisée en partenariat avec l'ADEME, **l'enquête, qui vise à mieux comprendre les attentes et la sensibilité des Français en matière de consommation responsable**, révèle que cette pratique continue de progresser sans pour autant prendre le pas sur la volonté de consommer tout court.

**71,5 % des Français** sont désormais concernés par la **consommation responsable** (contre 60,5 % en 2016). Parmi les premiers leviers de cette pratique, la consommation de **produits locaux et de saison**, perçus comme une sorte de label intuitif du produit responsable.

La **santé** apparaît quant à elle comme moteur : les consommateurs achèteraient des produits respectueux de l'environnement, et/ou à base d'ingrédients sains et naturels en premier lieu parce qu'ils sont meilleurs pour la santé.

L'étude, qui s'attache également à **mieux comprendre les points de blocage**, révèle que les Français ne veulent pas endosser l'effort du « développement durable » seuls et attendent que **chaque acteur de la société** (état, associations, distributeurs, industriels et marques) **porte et assume un rôle**.



**GreenFlex**

Les Français  
et la consommation  
responsable

## Tous acteurs !

Les Français recommencent à se projeter vers l'avenir  
La consommation responsable continue de progresser mais  
la volonté de consommer tout confort diminue  
Pour autant, les Français ne veulent pas endosser l'effort du « climat »  
Ils attendent que chaque acteur de la société porte sa part  
Voici les nouvelles tendances de 2017 en comparaison

## Les Français dans une nouvelle dynamique

Des Français davantage tournés  
vers l'avenir et les projets

  
**30%**  
Le bien-être  
des proches

  
**23%**

  
**17%**

  
**100%**

  
**70%**



## Les préoccupations majeures concernant le développement durable et la reconexion à l'environnement

### 1<sup>ères</sup> inquiétudes



**29%**

La pollution



**25%**

L'extinction des espèces animales et végétales

**+9,7 pts en 1 an!**



**69%**

des Français considèrent le bien-être animal dans leurs décisions d'achats

## Consommer responsable une vision plus claire

Perception de la consommation responsable  
consommer autrement, mais con

14%



Réduisent leur consommation  
en général

53%



Consomment autrement  
(produits éco-labellisés, certifiés  
éthiques, locaux, moins polluants)

Les contours du produit dur

**SANTÉ**  
Plus d'informations attendues sur les produits à risque

**LOCAL**  
Argument rassurant pour les consommateurs dans le choix des produits

Prêts à dépenser plus pour un produit durable ?

OUI!

Alimentation **65%**

Hygiène et beauté **52%**

<sup>(1)</sup> Prêts à payer plus cher (de 5 à 30 % supplémentaires) pour un produit "durable" de qualité

## Agir, oui... Mais pas tout seuls

Les Français attendent une action  
du développement durable embarquant

Les entreprises et les marques



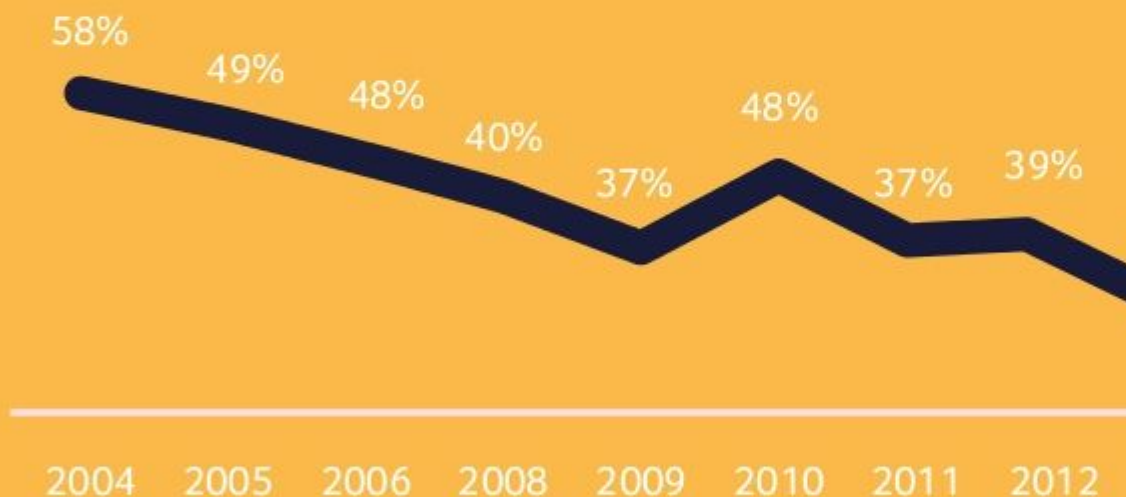
Les Etats



Une défiance accrue envers les

## et les entreprises malgré des attentes particulières

### Confiance envers les grandes entreprises



(2) Somme des « plutôt d'accord » et des « tout à fait d'accord »

## Comprendre les spécificités de chaque type de consommateurs pour "passer à l'action"

### Les néo-activistes (9%)

Des convictions fortes rythment leurs modes de vie et de consommation. Pour eux, tout est moyen d'agir.

47%

“Participent à des pétitions pour dénoncer des marques ou des entreprises”

### Les humains

Les éco-gestes plus équitables au cœur de leur consommation.

86%

“Aident les entreprises à améliorer leur image”



**Levier :** Les impliquer dans les projets (marques, associations, collectivités)

**Levier :** L  
à l

### Les green future (11%)

Plus dans la pensée que l'éco-geste, ils consomment autrement surtout selon les tendances.



48%

“Sont prêts à faire de gros efforts pour changer d'habitudes afin d'assurer l'avenir des générations futures”

**Levier :** Parler planète et santé, avec une approche long-terme (changement climatique, biodiversité)

### Les éco

Contraire  
ils consomment

45%

“Consomment responsable  
consomment ou ser

**Levier :** Expliquer  
dans le

### Les locavores (17%)

Motivés par la proximité, ils cherchent à recréer du lien et à faire soi-même.



49%

“Évitent régulièrement les intermédiaires dans leurs comportements de consommation”

**Levier :** Renforcer les dynamiques locales et le faire soi-même

### Les bio

Préoccupés par  
ils sécurisent  
grâce

84%

“Perçoivent  
envie  
des  
santé

**Levier :** Favoriser  
d'information  
et sur les

### Les éco-plaisir (11%)

Sensibles au devenir de la planète, ils ne changent malgré tout ni leur mode de consommation.



### Les r

Sceptique  
et préoccupé  
ils n'ari





...mes de consommation,  
ni leurs gestes au quotidien.

**57%** “Pensent que la mondialisation est une chance de progrès”

**Levier :** Leur fournir des outils d'aide à mieux faire (apps et objets connectés)

...tragi

**55%** “Per de d sont

**Levier :** Priv ludique sur les le pli

# #ConsoResponsable #

 **GreenFlex**  [www.greenflex.com](http://www.greenflex.com)  @GreenFlex  GreenFlex

\* Cette étude est réalisée sur un échantillon représentatif de la population française de 3800 individus âgés de 15 à 74 ans. Les données de cette étude ont été analysées par Médiaplus France. Les chiffres présentés dans ce document ont été arrondis à l'unité inférieure pour celles comprises entre 0,1 et 0,4.

## Télécharger l'étude intégrale sur le site de Greenflex

### Identification

Auteur :

GreenFlex

Date de publication :

Mai 2017

Taille du document :

1 p

Échelle géographique :

National

## Découvrez d'autres contenus similaires

Le 07.12.2016

**Présentation de l'étude "Choix par défaut, choix sans défaut : vers une généralisation de la consommation responsable ?"**

**CPETI : alimentation et consommation respo...**

**Production & consommation responsables**

**Etude "circuits alimentaires coopérat...**

**Achetons responsable en Hauts-de-France**

**Candidatez aux Trophées de l'Économie Resp...**

**Jardiniers solidaires avec ou sans terre p...**

**Les Saprophytes de Fives sensibilisent à l...**

**Infographie consommation d'énergie en...**

**Étude "Modélisation et évaluation des...**

**Fiche de synthèse sur la consommation d'én...**

**Fiche de synthèse "Consommation d'éne...**