



# Production & consommation responsables

---

Mis à jour le 27 juillet 2020

La production et la consommation de biens et de services sont une des causes majeures de la dégradation de notre environnement et du changement climatique. Basés sur un schéma qui épuise nos ressources naturelles d'un côté et accumule massivement les déchets de l'autre, nos modes de production et de consommation ne sont pas viables.

L'**évolution des comportements** de consommation et de production constitue donc un **levier essentiel pour réduire notre empreinte carbone**, mais suppose de mettre sur le marché des produits, biens et services à l'impact environnemental moindre (maîtrise de l'énergie, éco-conception, réutilisation de matières...). **Réparer, réutiliser, mutualiser** les biens sont aussi des voies à suivre. Enfin, la **commande publique** représente un objectif à elle seule avec près de 15 % du PIB national et plus de 200 000 acheteurs en France.

**Des solutions : Consommer moins, par l'optimisation des achats en fonction de la satisfaction des besoins, et mieux, grâce à des modes de consommation et de production sobres en carbone.**

**Pour débiter, voici une première sélection de ressources pédagogiques sur la production & la consommation responsables.**

**faire évoluer les comportements vers des modes de vie plus durables**

**Changer les comportements, faire évoluer les pratiques sociales vers plus de durabilité**

# Étude sur les Français et la consommation responsable



**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!

Hygiène et beauté  
**52%**

Alimentation  
**65%**

<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



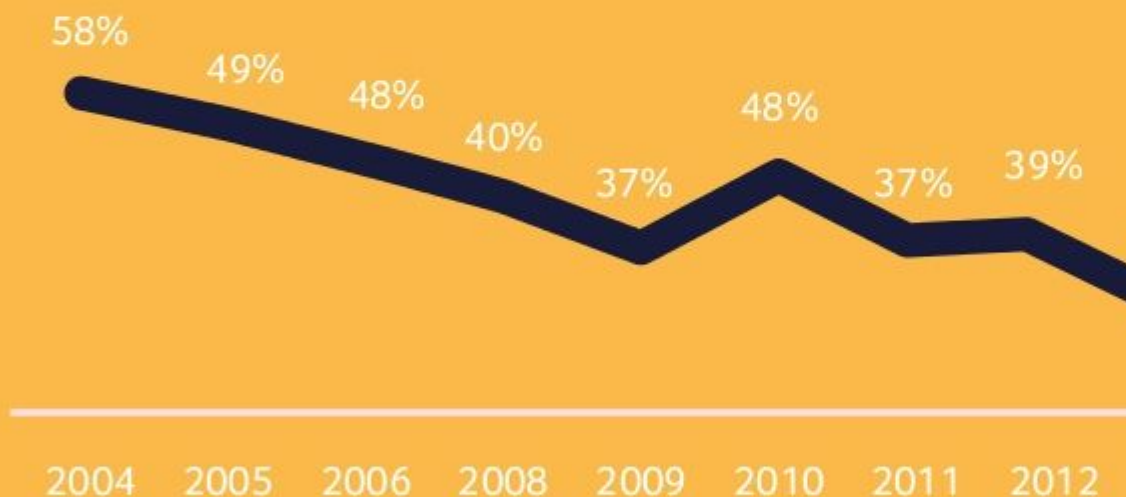
Les Etats



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%

“Aidant 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

Contrair  
ils consomme

45%

“Consi  
respor  
conso  
ou ser

**Levier :** Expli  
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 bic

Préoccupés pa  
ils sécurisent  
grâ

84%

“Per  
envi  
des  
sant

**Levier :** Favori  
d'information  
et sur les i

### Les éco-plaisir (11%)

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



### Les ri

Sceptique  
et préoccup  
ils n'ari



... modes 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)

... usage

**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.

## repenser notre modèle de Société

# Repenser le progrès et la production/consommation responsables

Durée: 03:48

Semardel, membre fondateur de l'Institut de l'économie circulaire, a souhaité partager ce film réalisé par la Fondation Ellen MacArthur. Cette vidéo présente un nouveau modèle de développement économique, écologique et social. N'est-il pas temps de revoir matériaux, modes de production et de distribution, afin d'éliminer la notion de déchet ?

## **Des ressources pour aller plus loin sur le sujet**

**Tour d'Horizon Climat-Énergie Hauts-d...**

**Vidéo Climatour "Roubaix, territoire...**

**Un numérique écologique, c'est possib...**

**Étude « La vie Happy - Changer les co...**

**Étude 2017 sur les Français et la con...**

**Éco-communication : site web dédié au...**

**Guide Le revers de mon look ADEME**

**Infographie: "La mode sans dessus-des...**

**Impacts environnementaux du numérique**

**Étude de l'Ademe "Bien vivre en zéro...**

**Manifestations éco-responsables**

**Infographie mieux manger, moins gaspi...**

**Le smartphone, une relation compliqué...**

**Vade-Mecum Climat**

**Imaginer le futur: Les fiches repères...**

**Dossier rev3 - Troisième Révolution I...**

**Dossier "Consommer autrement"**

**Dossier "RSE & achats responsables"**

**Fiches pratiques "écologie industriel..."**

**Recueil des démarches d'écologie indu...**

**Guide L'élu et les déchets**

**Rapport Alléger l'empreinte environne...**

**Site web "Zero Waste"**

**Site web "Que faire de mes déchets ?"**

**Publication : "Réduire les émissions..."**

**Webdocumentaire "Empreinte"**

**Les gestes éclairés pour l'énergie**