



# 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.

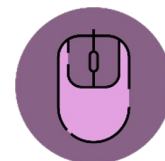
L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



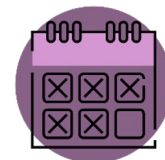
OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



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).

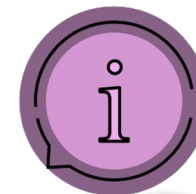


Les interviews ont été réalisées **du 20 au 21 septembre 2023**.

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

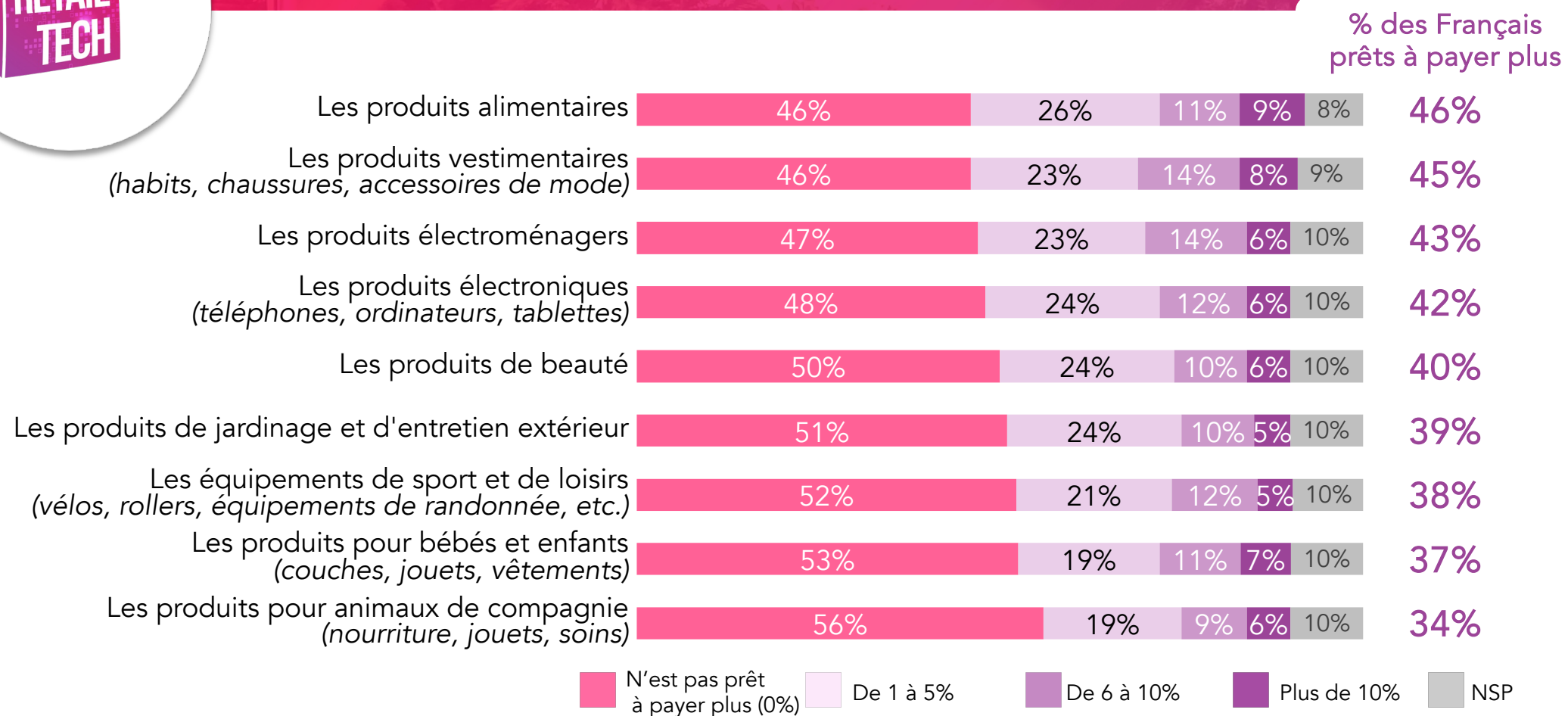
*Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :*

**« 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	<b>46%</b>	45%	46%	60%	43%	45%	43%	45%	54%	42%	43%
Les produits vestimentaires (habits, chaussures, accessoires de mode)	<b>45%</b>	46%	43%	54%	43%	45%	40%	45%	51%	40%	43%
Les produits électroménagers	<b>43%</b>	45%	42%	49%	38%	44%	39%	47%	48%	37%	44%
Les produits électroniques (téléphones, ordinateurs, tablettes)	<b>42%</b>	43%	41%	55%	36%	42%	38%	44%	46%	38%	42%
Les produits de beauté	<b>40%</b>	39%	42%	53%	37%	40%	34%	43%	45%	35%	40%
Les produits de jardinage et d'entretien extérieur	<b>39%</b>	40%	38%	47%	38%	40%	35%	40%	45%	33%	39%
Les équipements de sport et de loisirs (vélos, rollers, équipements de randonnée, etc.)	<b>38%</b>	40%	36%	50%	34%	40%	33%	39%	43%	33%	38%
Les produits pour bébés et enfants (couches, jouets, vêtements)	<b>37%</b>	37%	38%	50%	38%	40%	32%	35%	44%	34%	36%
Les produits pour animaux de compagnie (nourriture, jouets, soins)	<b>34%</b>	35%	34%	48%	34%	35%	30%	33%	41%	30%	33%

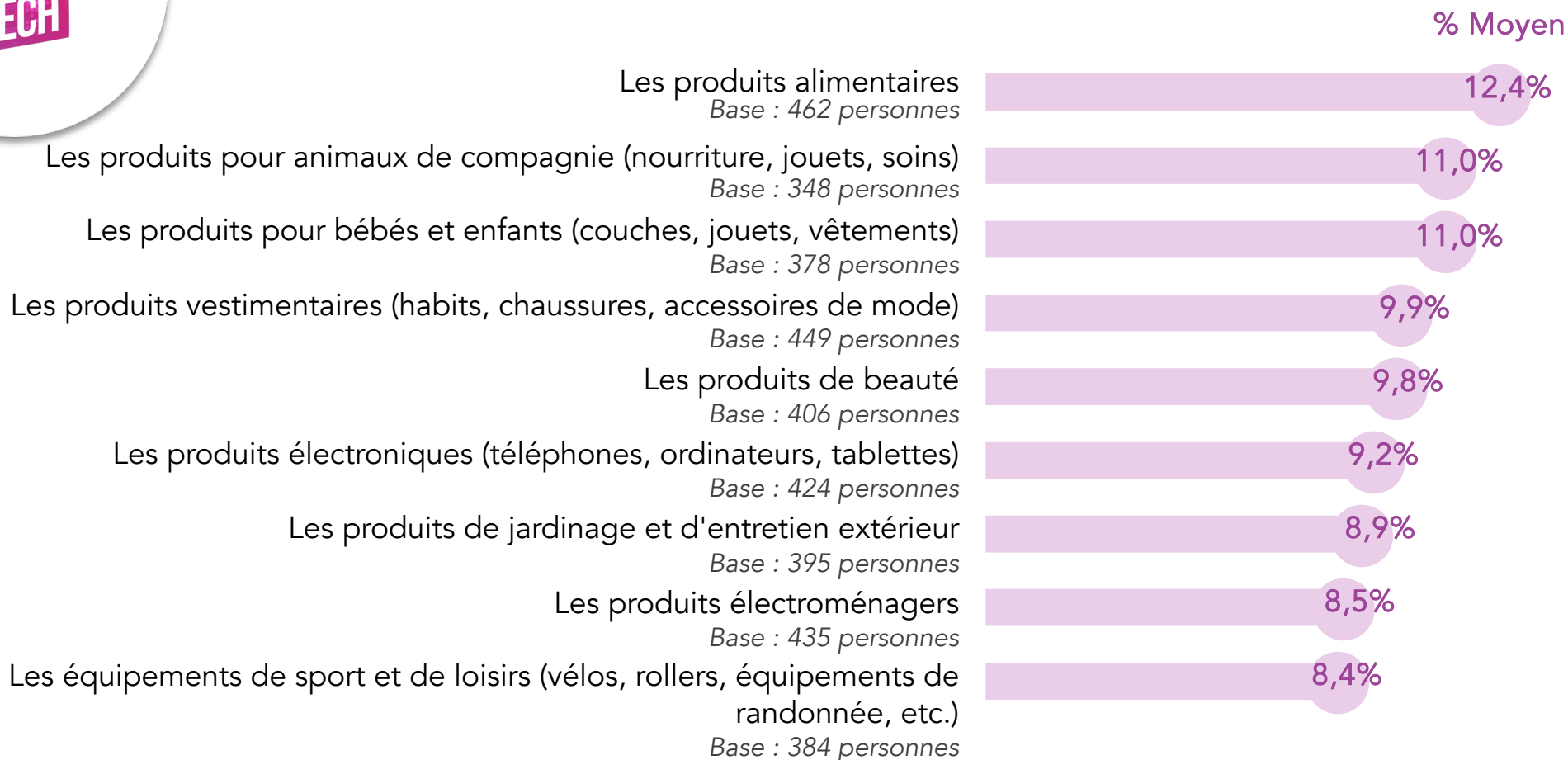
QUESTION 1. Pour chacun des types de produits suivants, quel pourcentage seriez-vous prêt à payer en plus pour avoir des produits plus respectueux de l'environnement et socialement responsable ? Question posée à l'ensemble des Français, 1009 répondants

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*

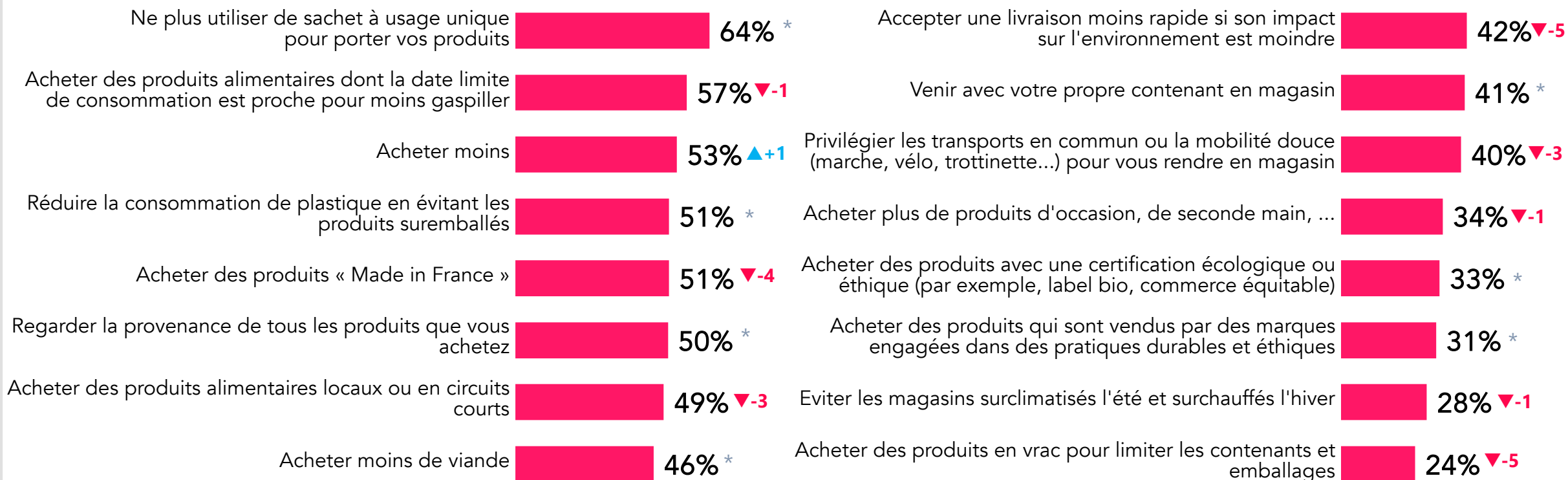




# LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

## % Systématiquement ou souvent

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

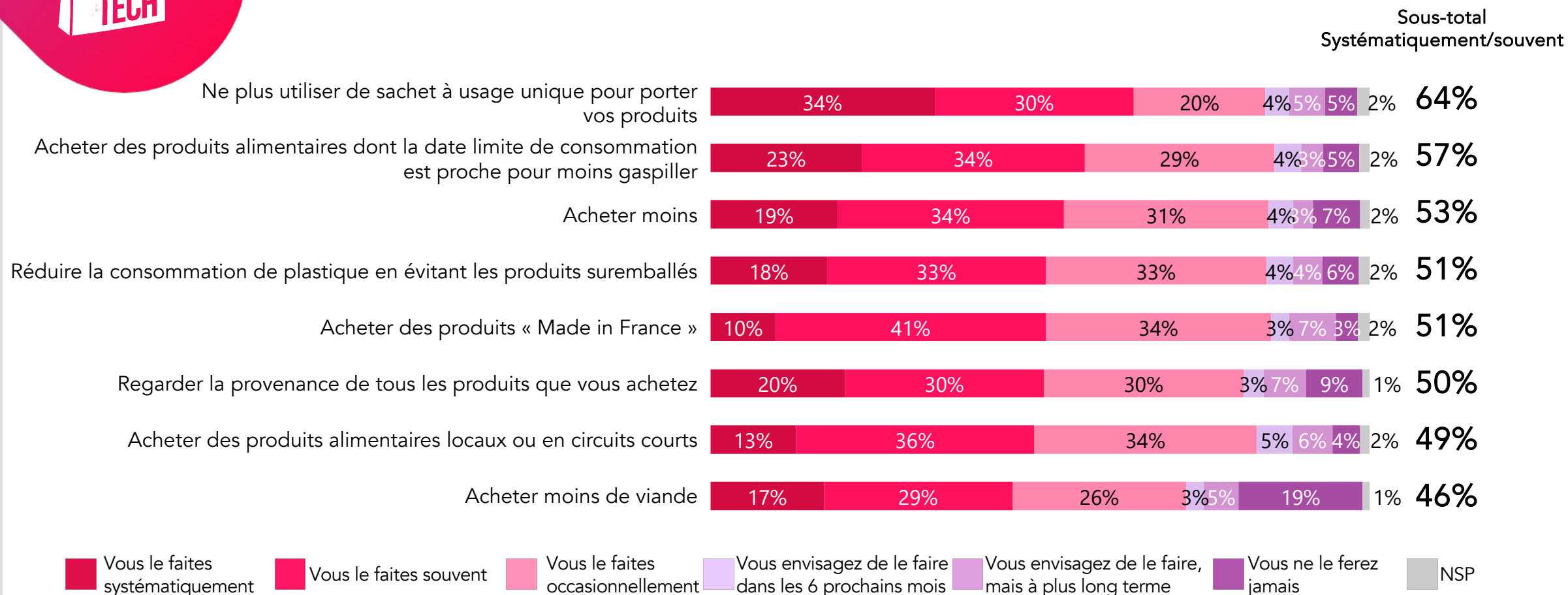


QUESTION 2. A titre personnel, quels sont les efforts que vous faites déjà ou seriez prêt à faire lorsque vous achetez des produits en magasin ou sur internet (alimentaire, mode, cadeaux, jouets, beauté, ...) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français,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





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



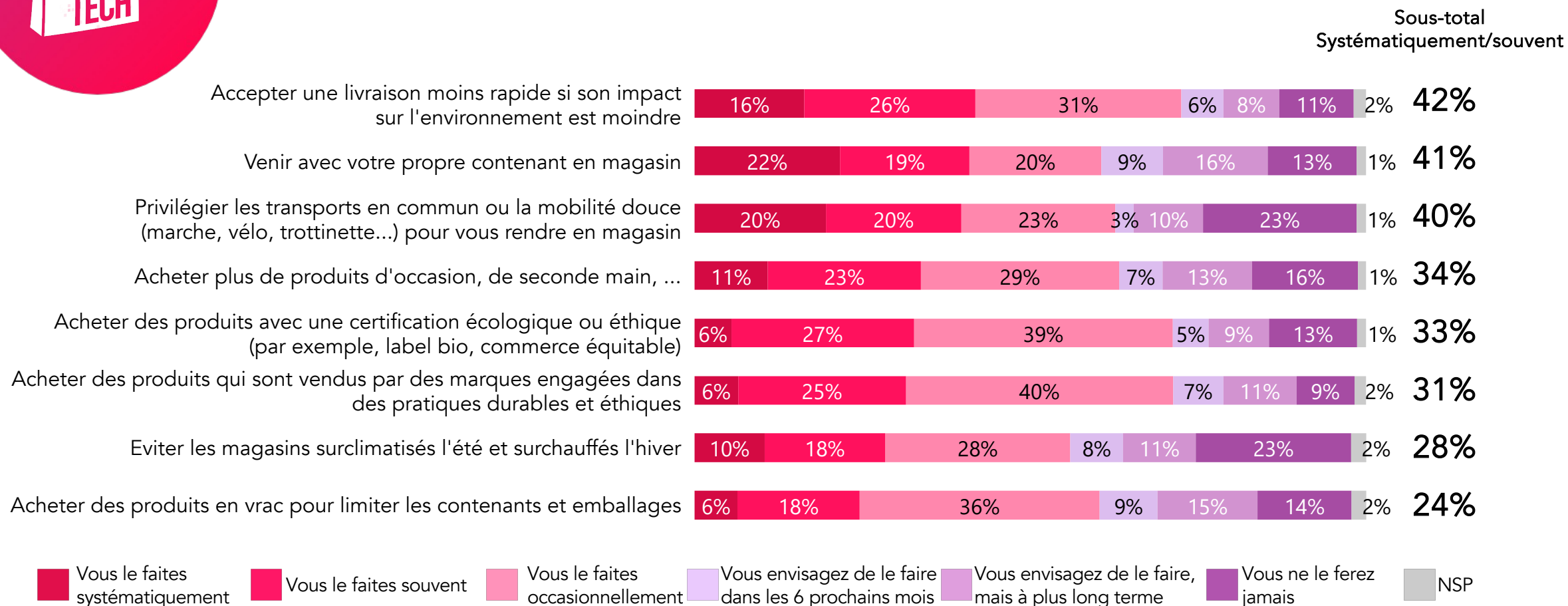
QUESTION 2. A titre personnel, quels sont les efforts que vous faites déjà ou seriez prêt à faire lorsque vous achetez des produits en magasin ou sur internet (alimentaire, mode, cadeaux, jouets, beauté, ...) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 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	<b>64%</b>	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	<b>57%</b>	53%	60%	50%	53%	60%	58%	57%	56%	54%	60%
Acheter moins	<b>53%</b>	48%	58%	47%	51%	54%	57%	53%	47%	58%	56%
Réduire la consommation de plastique en évitant les produits suremballés	<b>51%</b>	51%	51%	43%	48%	50%	49%	57%	54%	46%	53%
Acheter des produits « Made in France »	<b>51%</b>	54%	48%	41%	33%	49%	53%	64%	51%	45%	56%
Regarder la provenance de tous les produits que vous achetez	<b>50%</b>	50%	51%	45%	37%	48%	52%	63%	52%	42%	56%
Acheter des produits alimentaires locaux ou en circuits courts	<b>49%</b>	46%	52%	40%	38%	44%	54%	59%	49%	43%	55%
Acheter moins de viande	<b>46%</b>	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)

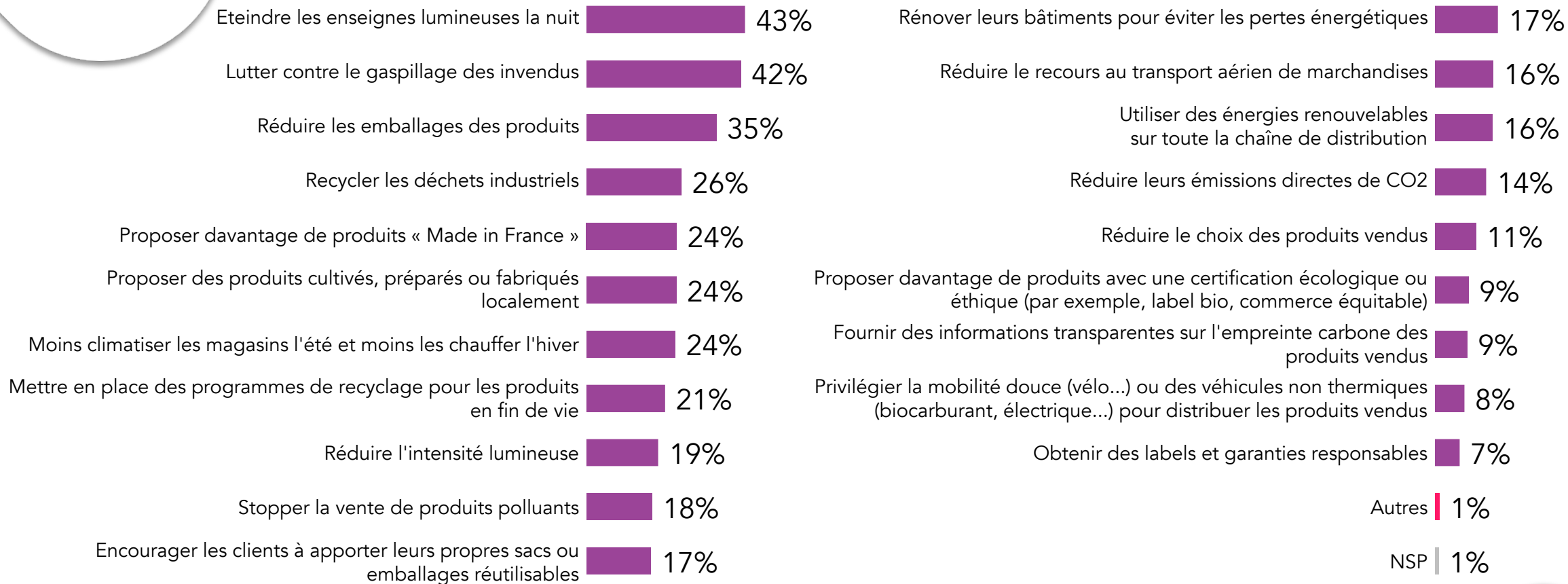
	% Systématiquement ou souvent	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Accepter une livraison moins rapide si son impact sur l'environnement est moindre	<b>42%</b>	39%	44%	35%	37%	43%	49%	40%	45%	36%	44%
Venir avec votre propre contenant en magasin	<b>41%</b>	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	<b>40%</b>	38%	42%	50%	43%	43%	39%	32%	39%	39%	40%
Acheter plus de produits d'occasion, de seconde main, ...	<b>34%</b>	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)	<b>33%</b>	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	<b>31%</b>	31%	32%	42%	32%	31%	32%	26%	32%	32%	31%
Eviter les magasins surclimatisés l'été et surchauffés l'hiver	<b>28%</b>	27%	29%	29%	32%	29%	29%	25%	27%	31%	29%
Acheter des produits en vrac pour limiter les contenants et emballages	<b>24%</b>	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	<b>43%</b>	43%	44%	42%	32%	42%	46%	49%	39%	40%	48%
Lutter contre le gaspillage des invendus	<b>42%</b>	36%	47%	37%	33%	46%	39%	48%	35%	40%	47%
Réduire les emballages des produits	<b>35%</b>	35%	36%	31%	25%	33%	37%	43%	36%	34%	37%
Recycler les déchets industriels	<b>26%</b>	26%	25%	30%	27%	23%	25%	27%	25%	24%	28%
Proposer davantage de produits « Made in France »	<b>24%</b>	24%	25%	17%	13%	25%	27%	31%	25%	20%	28%
Proposer des produits cultivés, préparés ou fabriqués localement	<b>24%</b>	25%	24%	12%	14%	18%	34%	31%	24%	21%	27%
Moins climatiser les magasins l'été et moins les chauffer l'hiver	<b>24%</b>	25%	23%	22%	19%	22%	24%	30%	22%	23%	27%
Mettre en place des programmes de recyclage pour les produits en fin de vie	<b>21%</b>	22%	21%	25%	17%	19%	26%	21%	20%	20%	23%
Réduire l'intensité lumineuse	<b>19%</b>	17%	21%	16%	17%	20%	22%	20%	15%	23%	20%
Stopper la vente de produits polluants	<b>18%</b>	17%	18%	18%	15%	17%	17%	21%	17%	15%	20%
Encourager les clients à apporter leurs propres sacs ou emballages réutilisables	<b>17%</b>	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	<b>17%</b>	18%	17%	25%	11%	15%	19%	18%	18%	17%	17%
Réduire le recours au transport aérien de marchandises	<b>16%</b>	14%	17%	15%	15%	14%	15%	19%	16%	11%	19%
Utiliser des énergies renouvelables sur toute la chaîne de distribution	<b>16%</b>	18%	14%	20%	12%	19%	17%	11%	19%	16%	13%
Réduire leurs émissions directes de CO2	<b>14%</b>	17%	11%	18%	15%	16%	11%	12%	14%	15%	13%
Réduire le choix des produits vendus	<b>11%</b>	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)	<b>9%</b>	9%	9%	5%	11%	12%	6%	10%	12%	8%	7%
Fournir des informations transparentes sur l'empreinte carbone des produits vendus	<b>9%</b>	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	<b>8%</b>	8%	8%	12%	10%	11%	5%	5%	11%	8%	6%
Obtenir des labels et garanties responsables	<b>7%</b>	7%	7%	5%	9%	7%	5%	7%	8%	8%	5%
Autres	<b>1%</b>	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](mailto:mike@iloveretail.fr)

[www.laretailtech.com](http://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](mailto:fmicheau@opinion-way.com)

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

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





**À TRÈS VITE !**

[laretailtech.com](http://laretailtech.com)

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH

28.09.2023