

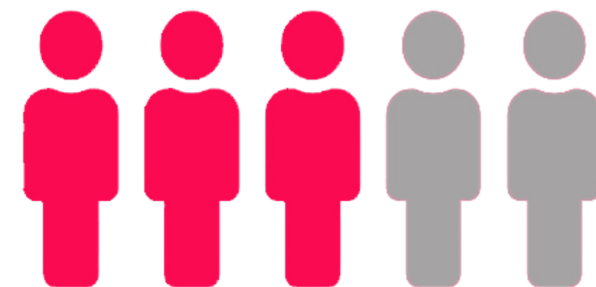


LES FRANÇAIS & LES COMPORTEMENTS D'ACHAT RESPONSABLES

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH | 20.06.24

“opinionway”

LES CHIFFRES
CONSOMMATEURS
DU MOIS



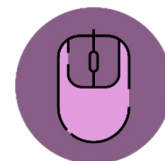


LA METHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

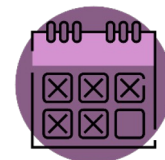


Echantillon de **1 060 personnes, représentatif** de la population française âgée de 18 ans et plus.

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.



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



Les interviews ont été réalisées **les 12 et 13 juin 2024**.

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**

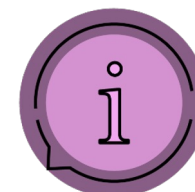


Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

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

« Sondage OpinionWay pour La Retail Tech »

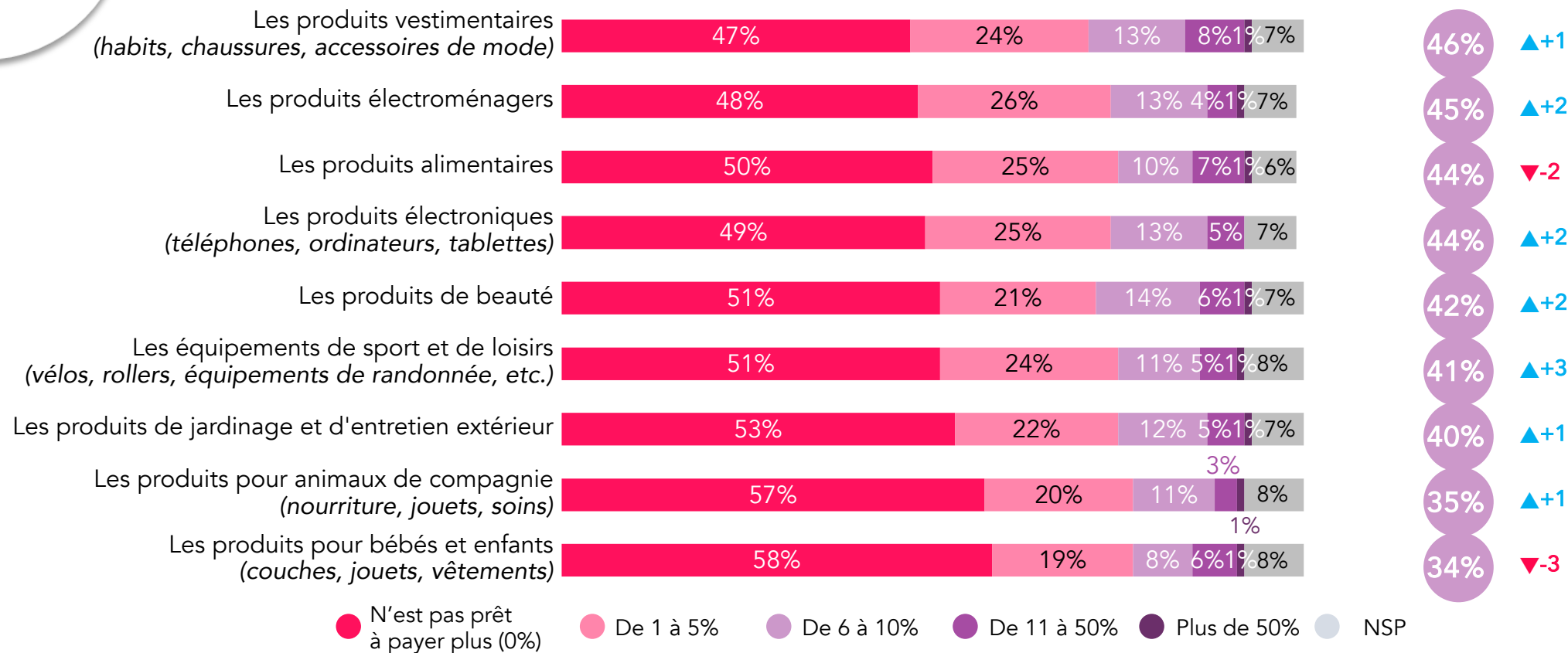
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.





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

▼ / ▲ Evolutions par rapport à septembre 2023



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 responsables ? Question posée à l'ensemble des Français, 1060 répondants / Question ouverte numérique, réponses spontanées





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

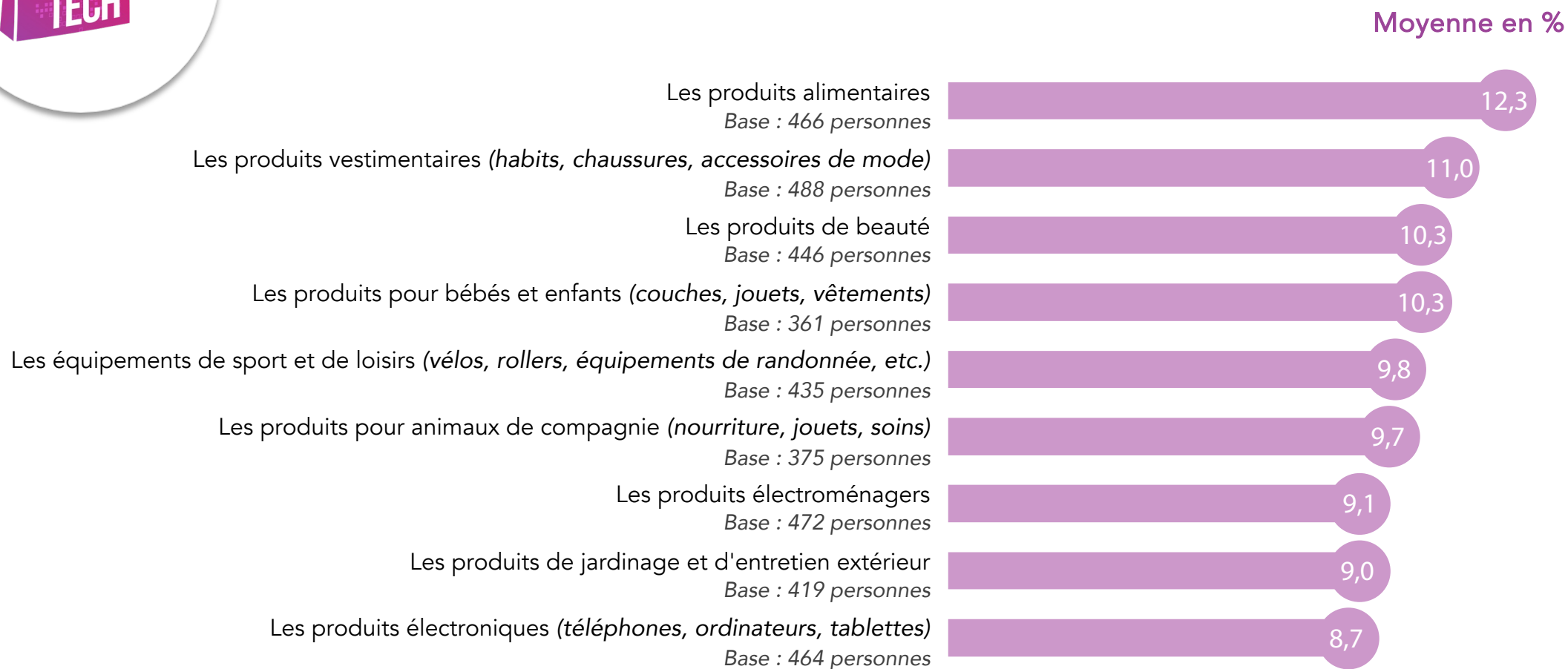
	% Prêt à payer plus	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les produits vestimentaires (habits, chaussures, accessoires de mode)	46%	48%	44%	56%	55%	43%	44%	42%	48%	46%	44%
Les produits électroménagers	45%	46%	43%	51%	53%	41%	43%	41%	49%	43%	42%
Les produits alimentaires	44%	43%	45%	51%	52%	42%	43%	39%	47%	41%	43%
Les produits électroniques (téléphones, ordinateurs, tablettes)	44%	46%	42%	54%	49%	41%	42%	41%	46%	43%	43%
Les produits de beauté	42%	39%	44%	56%	47%	43%	39%	35%	44%	44%	40%
Les équipements de sport et de loisirs (vélos, rollers, équipements de randonnée, etc.)	41%	43%	39%	51%	50%	42%	38%	34%	46%	42%	37%
Les produits de jardinage et d'entretien extérieur	40%	43%	36%	36%	44%	40%	39%	38%	42%	37%	39%
Les produits pour animaux de compagnie (nourriture, jouets, soins)	35%	35%	35%	45%	43%	35%	34%	29%	39%	36%	32%
Les produits pour bébés et enfants (couches, jouets, vêtements)	34%	33%	35%	45%	44%	36%	32%	25%	39%	34%	30%

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 responsables ? Question posée à l'ensemble des Français, 1060 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 responsables ? 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

	Moyenne	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 : 466 personnes</i>	12,3	12,3	12,3	15,6	8,7	15,9	11,8	10,3	14,4	9,3	12,8
Les produits vestimentaires <i>Base : 488 personnes</i>	11,0	10,4	11,5	16,9	10,1	13,5	9,1	8,1	12,1	11,0	10,2
Les produits de beauté <i>Base : 446 personnes</i>	10,3	10,5	10,2	10,5	8,9	12,2	10,5	9,0	10,8	8,9	10,9
Les produits pour bébés et enfants <i>Base : 361 personnes</i>	10,3	10,3	10,3	13,3	6,9	12,8	9,1	9,6	11,5	9,4	10,0
Les équipements de sport et de loisirs <i>Base : 435 personnes</i>	9,8	10,2	9,4	13,4	8,3	12,5	7,7	8,1	9,8	10,8	9,1
Les produits pour animaux de compagnie <i>Base : 375 personnes</i>	9,7	9,8	9,5	13,9	7,2	13,6	8,2	6,5	10,9	10,2	8,3
Les produits électroménagers <i>Base : 472 personnes</i>	9,1	8,4	9,7	9,0	10,6	12,0	7,8	6,4	10,3	9,1	8,0
Les produits de jardinage et d'entretien extérieur <i>Base : 419 personnes</i>	9,0	8,9	9,2	10,6	8,8	12,0	7,5	7,1	10,4	7,9	8,6
Les produits électroniques <i>Base : 464 personnes</i>	8,7	8,5	8,9	9,7	7,6	11,8	7,7	7,1	10,1	7,6	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 responsables ? Question posée à uniquement à ceux qui seraient prêts à payer plus / Question ouverte numérique, réponses spontanées

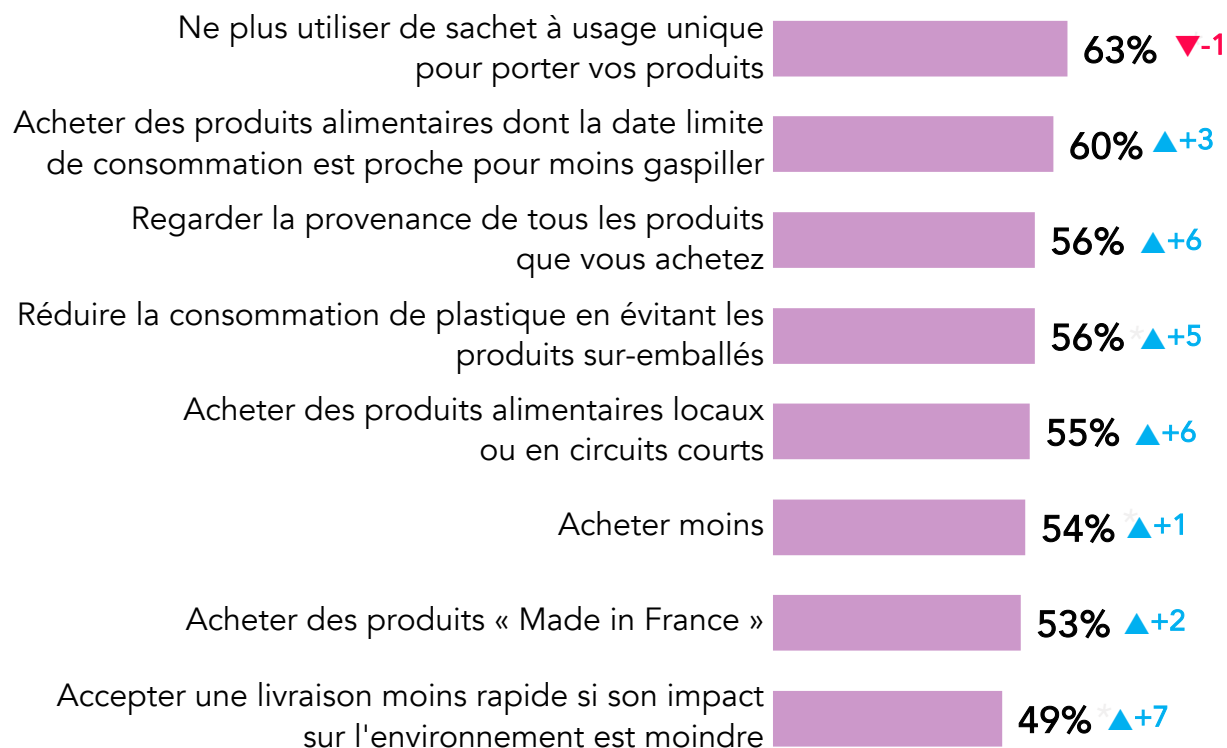




LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

% Systématiquement ou souvent

▼ / ▲ Evolutions par rapport à septembre 2023



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, 1060 répondants

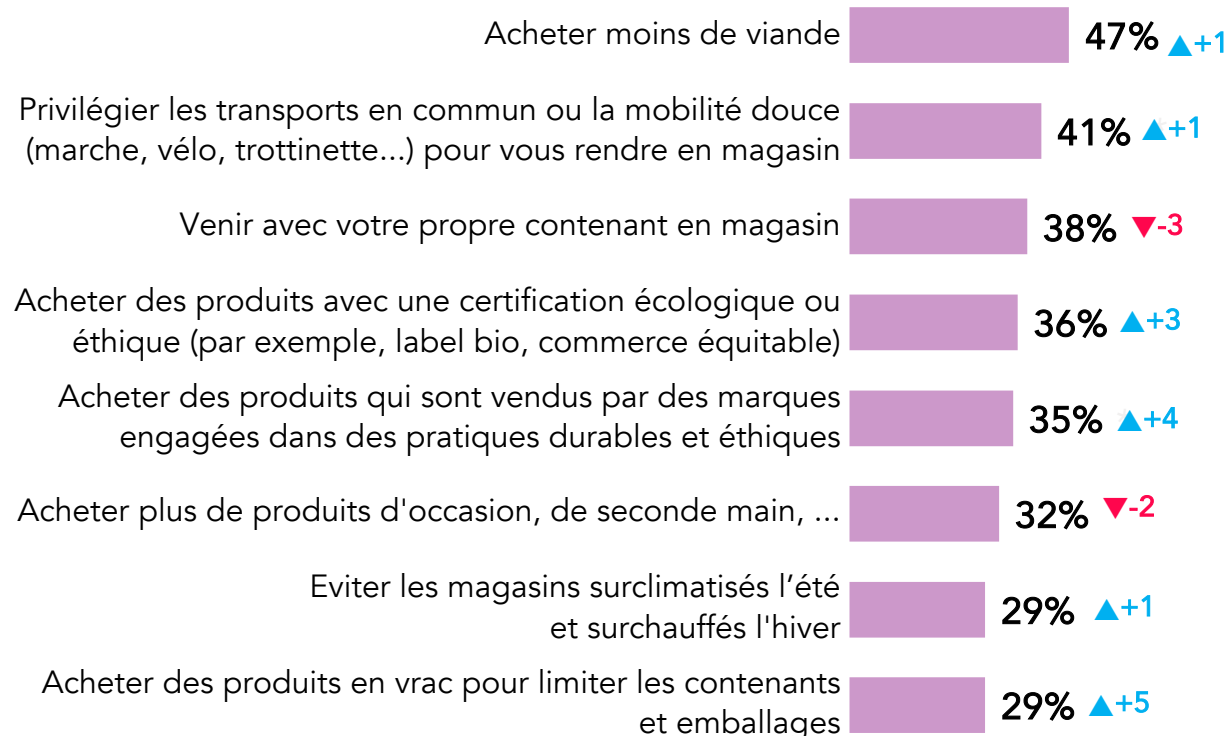




LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

% Systématiquement ou souvent

▼ / ▲ Evolutions par rapport à septembre 2023



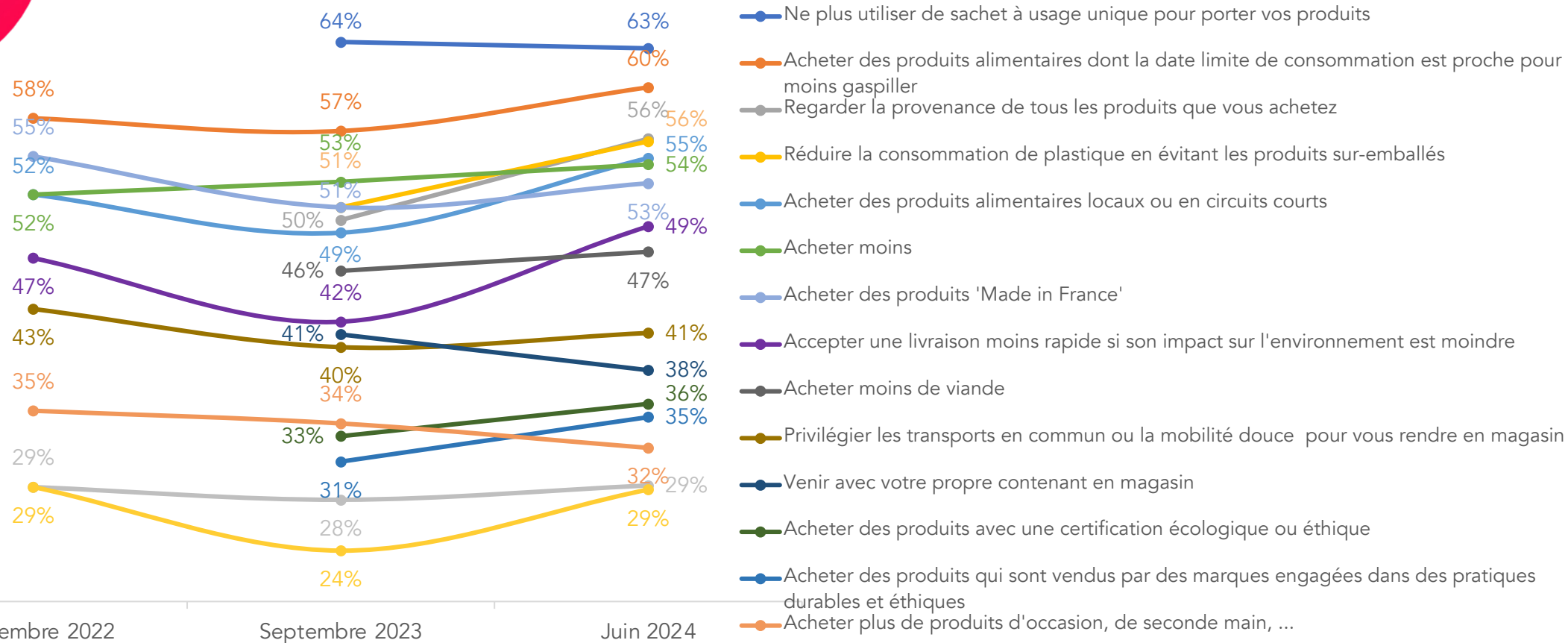
QUESTION 2. A titre personnel, quels sont les efforts que vous faites déjà ou seriez prêt à faire lorsque vous achetez des produits en magasin ou sur internet (alimentaire, mode, cadeaux, jouets, beauté, ...) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 1060 répondants





LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

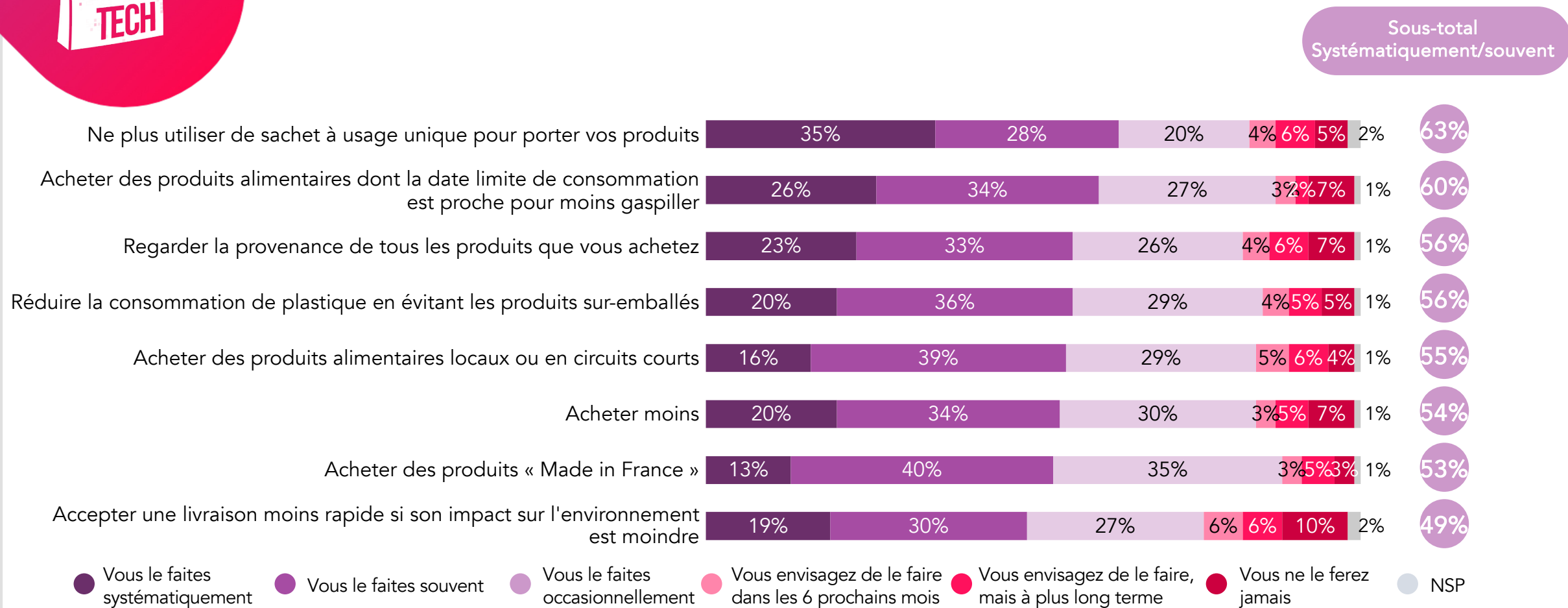
% Systématiquement ou souvent



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, 1060 répondants



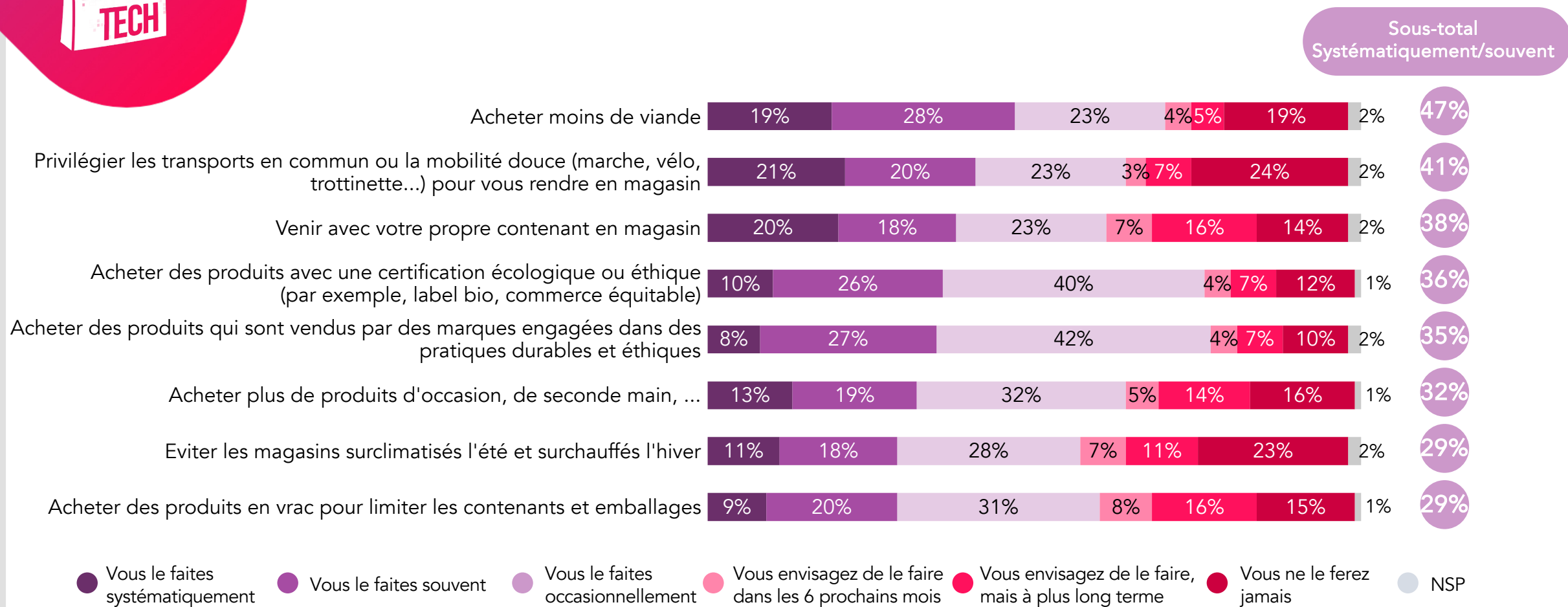
LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE (1/2)



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, 1060 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, 1060 répondants



LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

	% 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	63%	57%	70%	48%	59%	63%	73%	64%	65%	62%	64%
Acheter des produits alimentaires dont la date limite de consommation est proche pour moins gaspiller	60%	55%	66%	53%	60%	62%	68%	55%	63%	64%	56%
Regarder la provenance de tous les produits que vous achetez	56%	56%	57%	34%	49%	53%	60%	69%	63%	43%	62%
Réduire la consommation de plastique en évitant les produits sur-emballés	56%	57%	55%	50%	52%	55%	59%	58%	61%	54%	55%
Acheter des produits alimentaires locaux ou en circuits courts	55%	55%	54%	40%	48%	48%	58%	68%	57%	46%	59%
Acheter moins	54%	49%	59%	36%	56%	54%	60%	55%	52%	56%	55%
Acheter des produits "Made in France"	53%	54%	52%	36%	44%	47%	55%	68%	51%	44%	60%
Accepter une livraison moins rapide si son impact sur l'environnement est moindre	49%	45%	54%	47%	49%	52%	48%	50%	56%	44%	49%

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, 1060 répondants





LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

	% 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
Acheter moins de viande	47%	39%	56%	45%	49%	46%	50%	48%	49%	45%	48%
Privilégier les transports en commun ou la mobilité douce pour vous rendre en magasin	41%	40%	41%	52%	43%	37%	45%	36%	50%	36%	38%
Venir avec votre propre contenant en magasin	38%	37%	40%	30%	36%	41%	41%	37%	45%	31%	39%
Acheter des produits avec une certification écologique ou éthique	36%	32%	38%	32%	38%	38%	34%	35%	41%	30%	34%
Acheter des produits qui sont vendus par des marques engagées dans des pratiques durables et éthiques	35%	33%	36%	41%	42%	35%	31%	31%	40%	32%	33%
Acheter plus de produits d'occasion, de seconde main...	32%	25%	38%	35%	52%	32%	37%	15%	38%	38%	24%
Eviter les magasins surclimatisés l'été et surchauffés l'hiver	29%	25%	33%	22%	35%	29%	30%	28%	31%	29%	29%
Acheter des produits en vrac pour limiter les contenants et emballages	29%	26%	31%	34%	37%	30%	25%	25%	33%	28%	27%

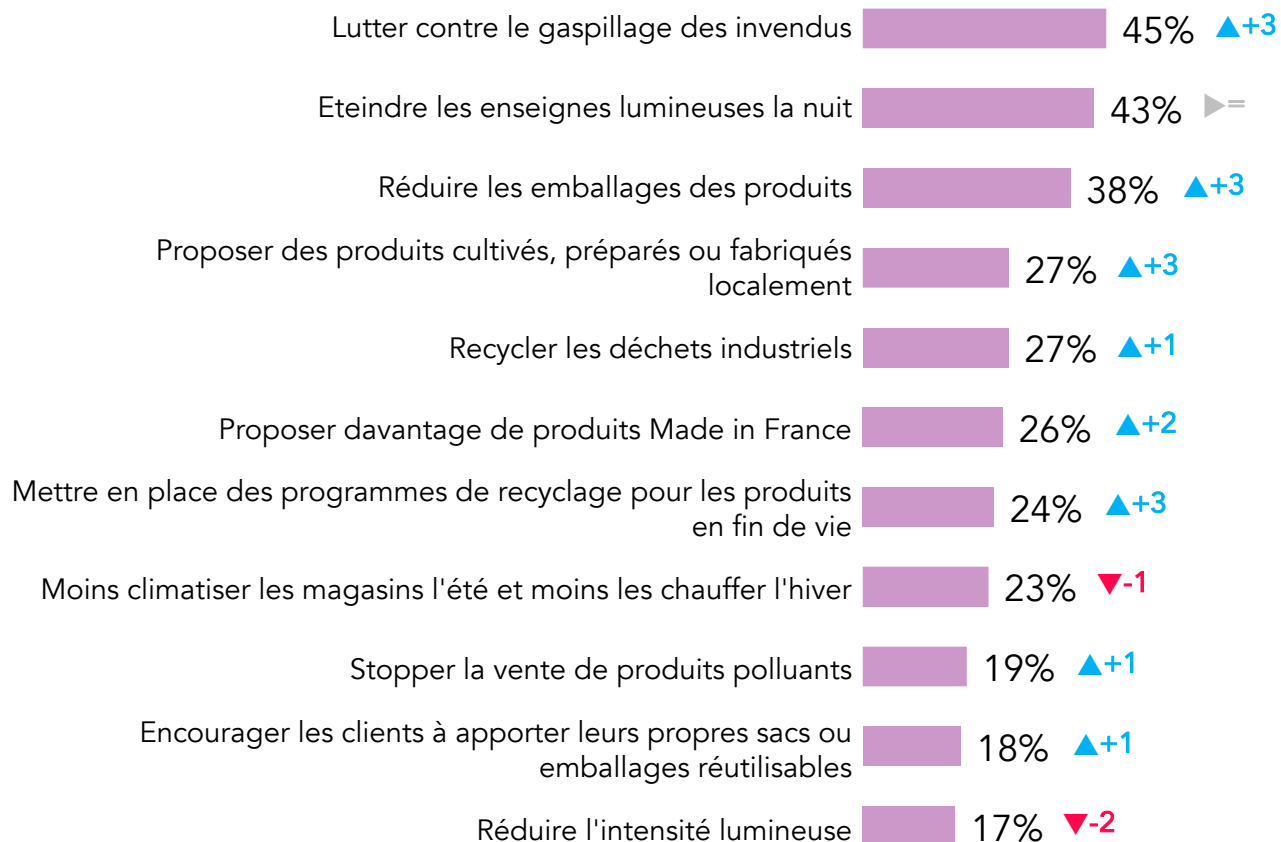
QUESTION 2. A titre personnel, quels sont les efforts que vous faites déjà ou seriez prêt à faire lorsque vous achetez des produits en magasin ou sur internet (alimentaire, mode, cadeaux, jouets, beauté, ...) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 1060 répondants





LES EFFORTS DES MAGASINS DANS LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

▼ / ▲ Evolutions par rapport à septembre 2023

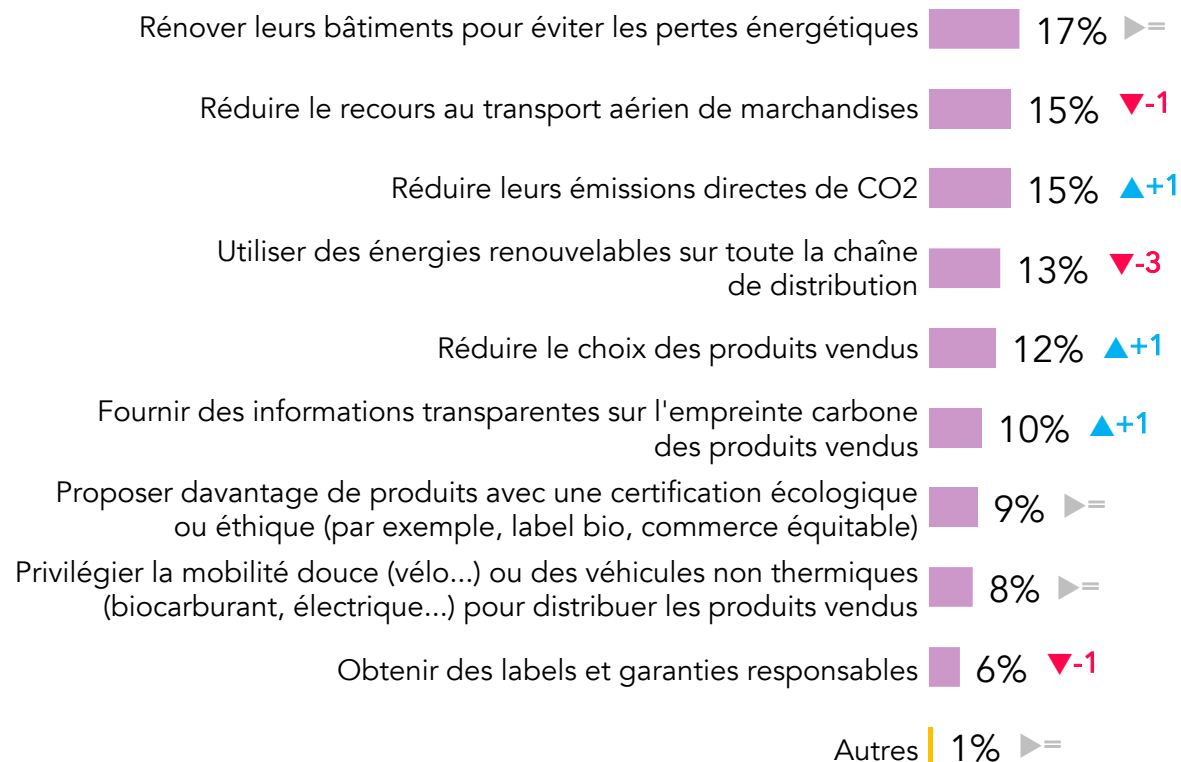


QUESTION 3. Selon vous, quels sont les principaux efforts que devraient faire les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 1060 répondants / Jusqu'à 5 réponses possibles - Total supérieur à 100%





LES EFFORTS DES MAGASINS DANS LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

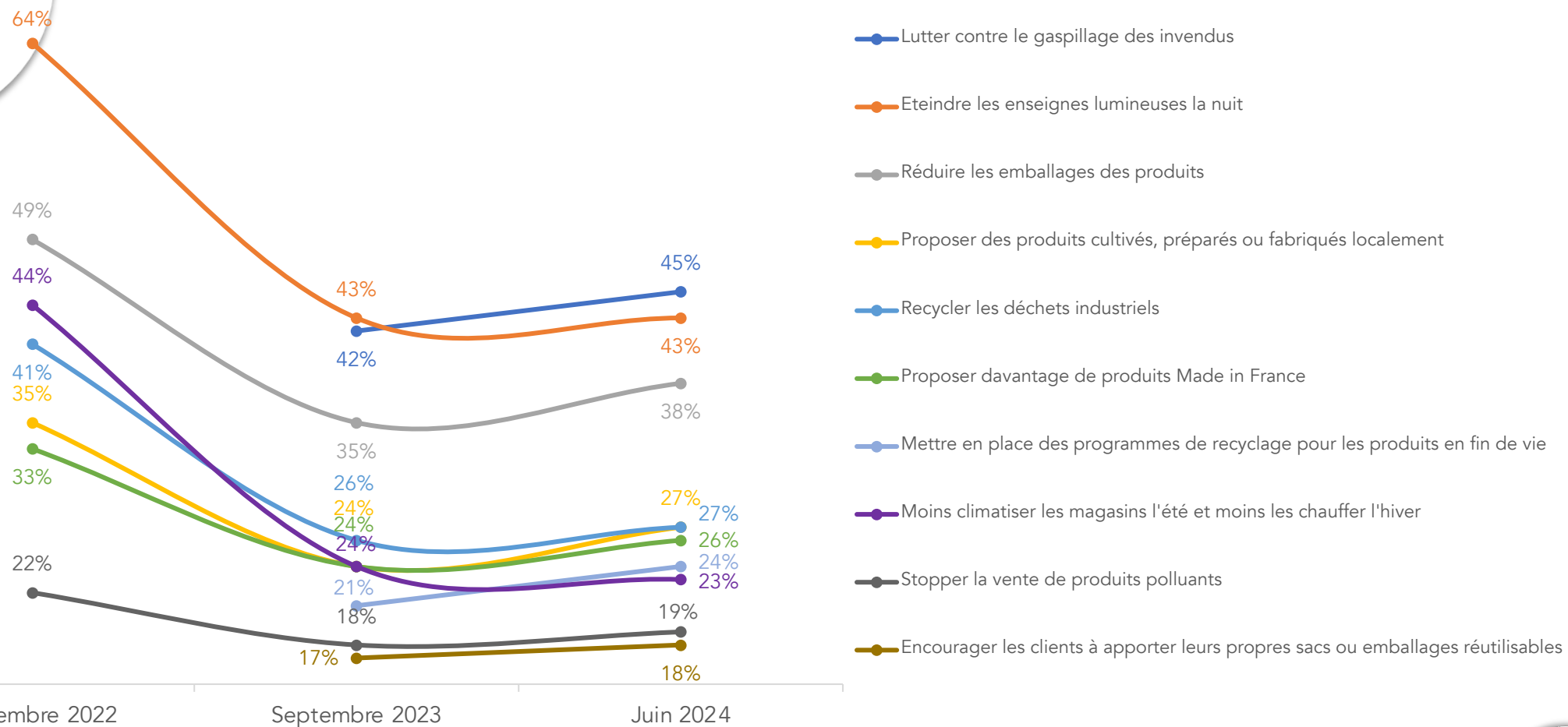


QUESTION 3. Selon vous, quels sont les principaux efforts que devraient faire les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 1060 répondants / Jusqu'à 5 réponses possibles - Total supérieur à 100%





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

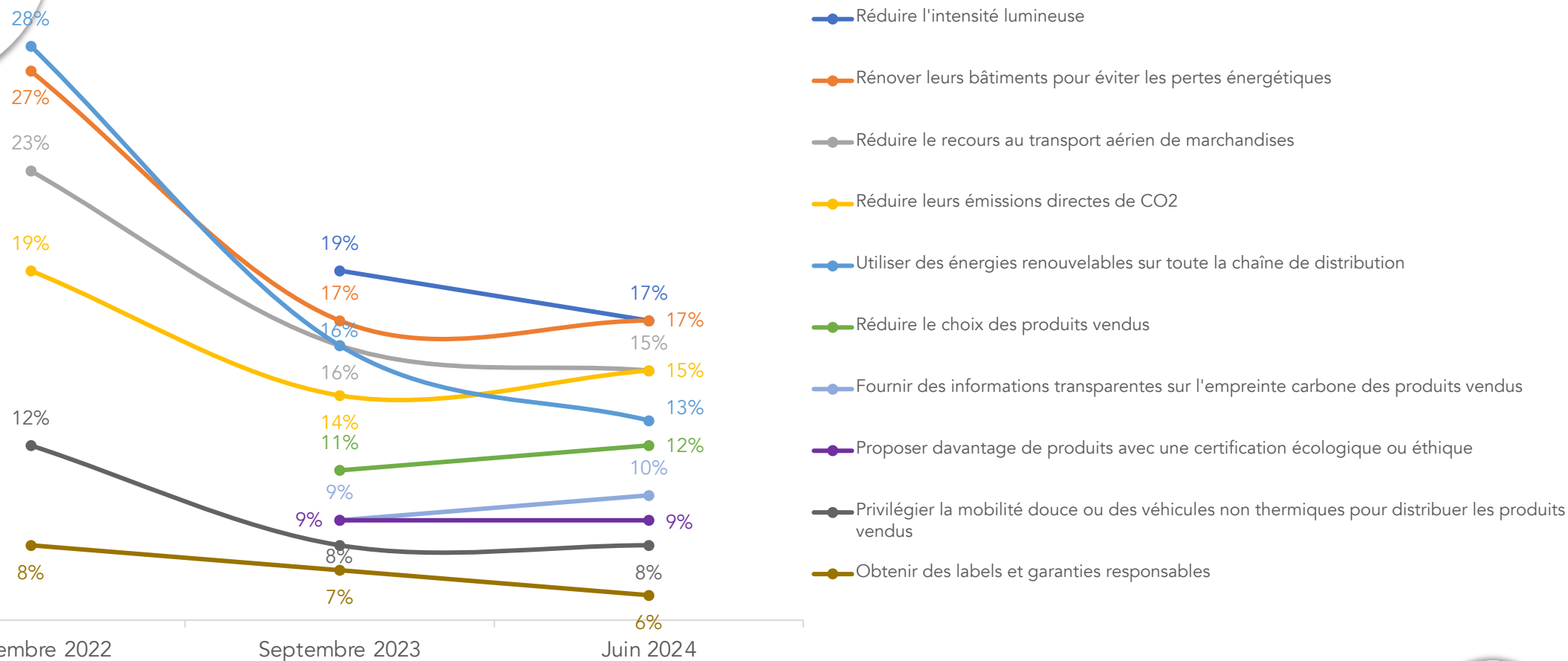


QUESTION 3. Selon vous, quels sont les principaux efforts que devraient faire les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) afin de lutter contre le dérèglement climatique ? Question posée à l'ensemble des Français, 1060 répondants / Jusqu'à 5 réponses possibles - Total supérieur à 100%





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



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, 1060 répondants / Jusqu'à 5 réponses possibles - Total supérieur à 100%





LES EFFORTS DES MAGASINS DANS LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

	% 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	45%	42%	48%	39%	37%	46%	50%	46%	43%	47%	45%
Eteindre les enseignes lumineuses la nuit	43%	41%	44%	35%	39%	43%	45%	45%	37%	44%	46%
Réduire les emballages des produits	38%	37%	39%	25%	41%	38%	34%	46%	37%	38%	39%
Proposer des produits cultivés, préparés ou fabriqués localement	27%	27%	27%	29%	21%	21%	30%	32%	27%	23%	30%
Recycler les déchets industriels	27%	31%	23%	15%	28%	26%	29%	30%	28%	27%	26%
Proposer davantage de produits Made in France	26%	27%	25%	19%	15%	23%	27%	35%	26%	20%	30%
Mettre en place des programmes de recyclage pour les produits en fin de vie	24%	23%	25%	19%	19%	23%	26%	28%	26%	22%	24%
Moins climatiser les magasins l'été et moins les chauffer l'hiver	23%	19%	27%	19%	19%	22%	26%	25%	24%	19%	25%
Stopper la vente de produits polluants	19%	22%	17%	18%	20%	18%	21%	18%	22%	17%	18%
Encourager les clients à apporter leurs propres sacs ou emballages réutilisables	18%	15%	21%	18%	16%	18%	19%	18%	20%	14%	19%
Réduire l'intensité lumineuse	17%	15%	19%	8%	16%	18%	17%	20%	14%	19%	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, 1060 répondants / Jusqu'à 5 réponses possibles - Total supérieur à 100%





LES EFFORTS DES MAGASINS DANS LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Rénover leurs bâtiments pour éviter les pertes énergétiques	17%	18%	15%	11%	17%	17%	18%	17%	20%	16%	15%
Réduire le recours au transport aérien de marchandises	15%	16%	14%	9%	15%	11%	19%	18%	17%	12%	16%
Réduire leurs émissions directes de CO2	15%	15%	15%	24%	18%	16%	15%	9%	14%	19%	12%
Utiliser des énergies renouvelables sur toute la chaîne de distribution	13%	14%	12%	12%	15%	14%	14%	11%	12%	14%	14%
Réduire le choix des produits vendus	12%	11%	13%	19%	11%	14%	11%	10%	10%	14%	13%
Fournir des informations transparentes sur l'empreinte carbone des produits vendus	10%	10%	9%	19%	9%	7%	9%	9%	8%	9%	11%
Proposer davantage de produits avec une certification écologique ou éthique	9%	9%	9%	11%	12%	5%	8%	11%	10%	7%	10%
Privilégier la mobilité douce (vélo...) ou des véhicules non thermiques (biocarburant, électrique...) pour distribuer les produits vendus	8%	10%	7%	8%	9%	9%	8%	7%	11%	7%	7%
Obtenir des labels et garanties responsables	6%	4%	7%	8%	6%	2%	7%	6%	5%	8%	5%
Autres	1%	1%	-	1%	1%	1%	1%	-	1%	1%	1%

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, 1060 répondants / Jusqu'à 5 réponses possibles - Total supérieur à 100%





CONTACTS PRESSE



La Retail Tech
Mike Hadjadj
Co-initiateur

94, rue Marius Auphan
92300 Levallois-Perret

+33 6 27 30 52 08
mike@iloveretail.fr
www.laretailtech.com

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

OpinionWay

Frédéric Micheau
DGA

15, place de la République
75003 Paris

+33 1 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com
www.opinion-way.com

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





À TRÈS VITE !

laretailtech.com

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH

20.06.24