

Extrait du CDURABLE.info l'essentiel du développement durable

<http://cdurable.info/Les-chiffres-de-la-consommation-responsable,2464.html>

3ème édition

# Les chiffres de la consommation responsable 2009

- Finance - Contribution Economique -



Date de mise en ligne : jeudi 1er avril 2010

---

Copyright © CDURABLE.info l'essentiel du développement durable - Tous  
droits réservés

---

**La consommation durable poursuit son irrésistible ascension, au mépris de la crise. C'est ce que conclut la troisième édition du rapport "Les chiffres de la consommation responsable 2009", piloté par Elisabeth Laville, fondatrice du cabinet Utopies. Elisabeth Laville cite notamment une étude du cabinet Deloitte qui précise que le nouveau consommateur est progressivement apparu en 2008 et 2009, "priviliégiant les produits "utiles" par rapport aux produits "futiles", préférant les produits durables, achetant de façon plus réfléchie et moins compulsive, comparant rationnellement les prix, jugeant la qualité des innovations sur leur contenu réel" - des comportements de consommation, plus rationnels et réfléchis, issus de la crise mais qui sont désormais installés. Et de conclure : "la crise a été un facteur d'apprentissage pour les consommateurs", ce qu'annonçait une enquête Ethicity en 2009, affirmant que pour 46% des Français, consommer de manière responsable consistait d'abord à consommer moins de produits superflus, tandis que pour une très large majorité (90% des Français), la crise représentait surtout une occasion de revoir nos modes de vie et de consommation.**

Cette troisième édition poursuit les ambitions des années précédentes : rendre visible la progression de la consommation responsable, mettre en évidence le dynamisme des offres et des marchés plus responsables, et comprendre comment cette tendance est affectée par la conjoncture économique actuelle. Au-delà des intentions d'achat affichées par les consommateurs, le rapport mesure les « résultats concrets », c'est-à-dire les chiffres effectifs de ventes des produits et services faisant l'objet d'un cahier des charges environnemental et social. Il donne un aperçu global des progrès sur différents marchés : l'alimentation (produits bio, équitables...) à la maison (électroménagers éco-efficaces, bois certifié, prêts « verts », détergents...) en passant par les transports (vente de voitures propres, transports en commun, etc.), le textile, les produits cosmétiques... Cette année encore, malgré la crise, de nombreux marchés connaissent une croissance à deux voire trois chiffres, en particulier, sur les marchés de l'alimentaire (bio, équitable), des énergies renouvelables et des produits de consommation quotidienne (détergents, cosmétiques, vêtements) boostés par la mise sur le marché de produits nombreux et accessibles. Encouragés par la morosité ambiante, certains modes de consommation plus responsables, qui étaient pressentis fin 2007, se sont confirmés depuis - comme par exemple l'achat de produits d'occasion ou encore de nouveaux modes de consommation de mobilité (auto-partage, vélo-partage).

 [Téléchargez le rapport au format PDF en cliquant ici.](#)