

De la pensée à l'action Développement Durable : les 8 façons de faire bouger les Français !

Ethicity

Λ

E

G

I

S

M

E

D

I

Λ

E

X

P

E

R

T



23 Novembre 2006

une étude réalisée avec le soutien de l'ADEME

Méthodologie de l'étude

- Utilisation de l'échantillon SIMM 2005 pour Access Panel (étude Média-Marché annuelle auprès de 10 332 individus - TNS Média Intelligence)
- Ré-interrogation d'un échantillon de 6000 individus âgés de 15 à 70 ans en auto administré par voie postale (retour 4550 individus), de manière à pouvoir exploiter en single source la totalité des informations déjà recueillies dans SIMM et plus particulièrement le volet Media et achats produits.
- Terrain **du 5 mars au 10 avril 2006**

Les variables qui ont permis de construire l'étude

Les variables actives

- ✓ Connaissance des composantes du Développement Durable
- ✓ La Responsabilité des entreprises / des collectivités / de l'individu
- ✓ Comportement et motivations d'achats vis-à-vis des produits respectueux de l'environnement et du commerce équitable
- ✓ Comportement quotidien à l'égard des composantes du Développement Durable
- ✓ Opinions sur les labels et les certifications

Indifférence
INDIVIDUALISME

Attente d'information et
intérêt/bénéfice personnel

Pas d'attente, ni de
recherche d'information et
intérêt/bénéfice personnel

THINK !

réflexion, besoin argumentaire

*Pas de demande d'info
supplémentaire*

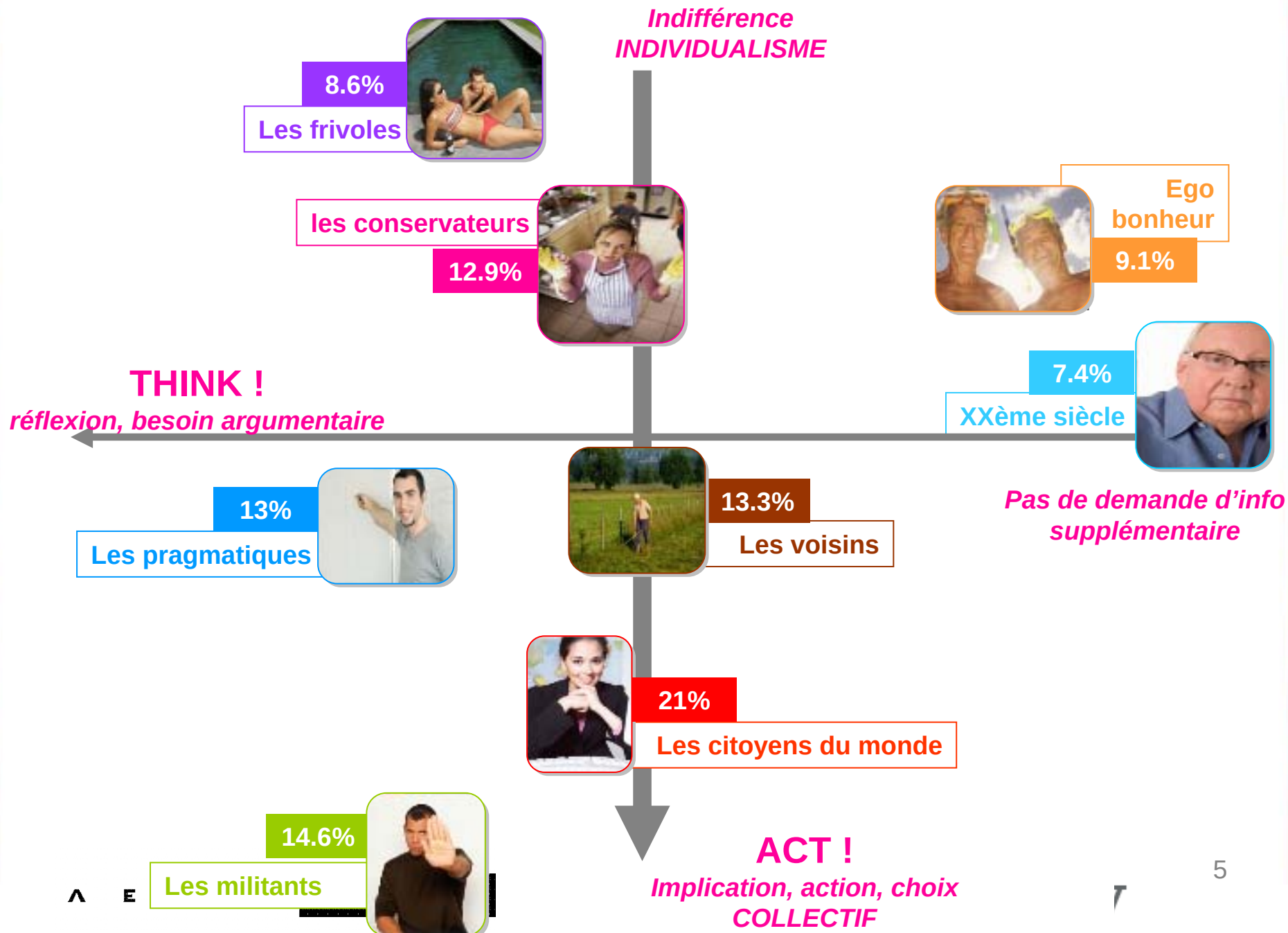
Recherche d'information
et intérêt/bénéfice collectif

Pas besoin d'information
et intérêt/bénéfice collectif

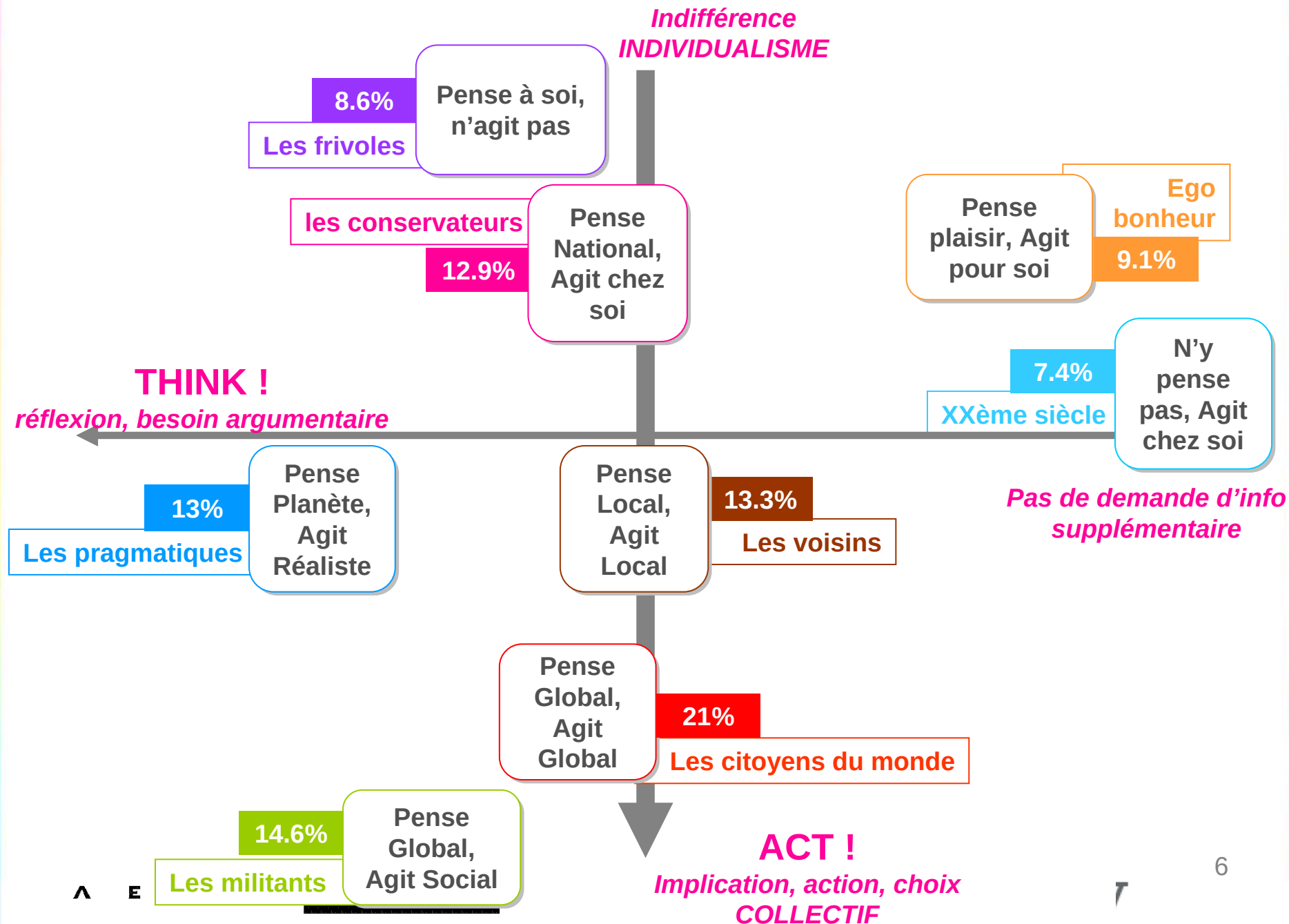
ACT !

Implication, action, choix
COLLECTIF

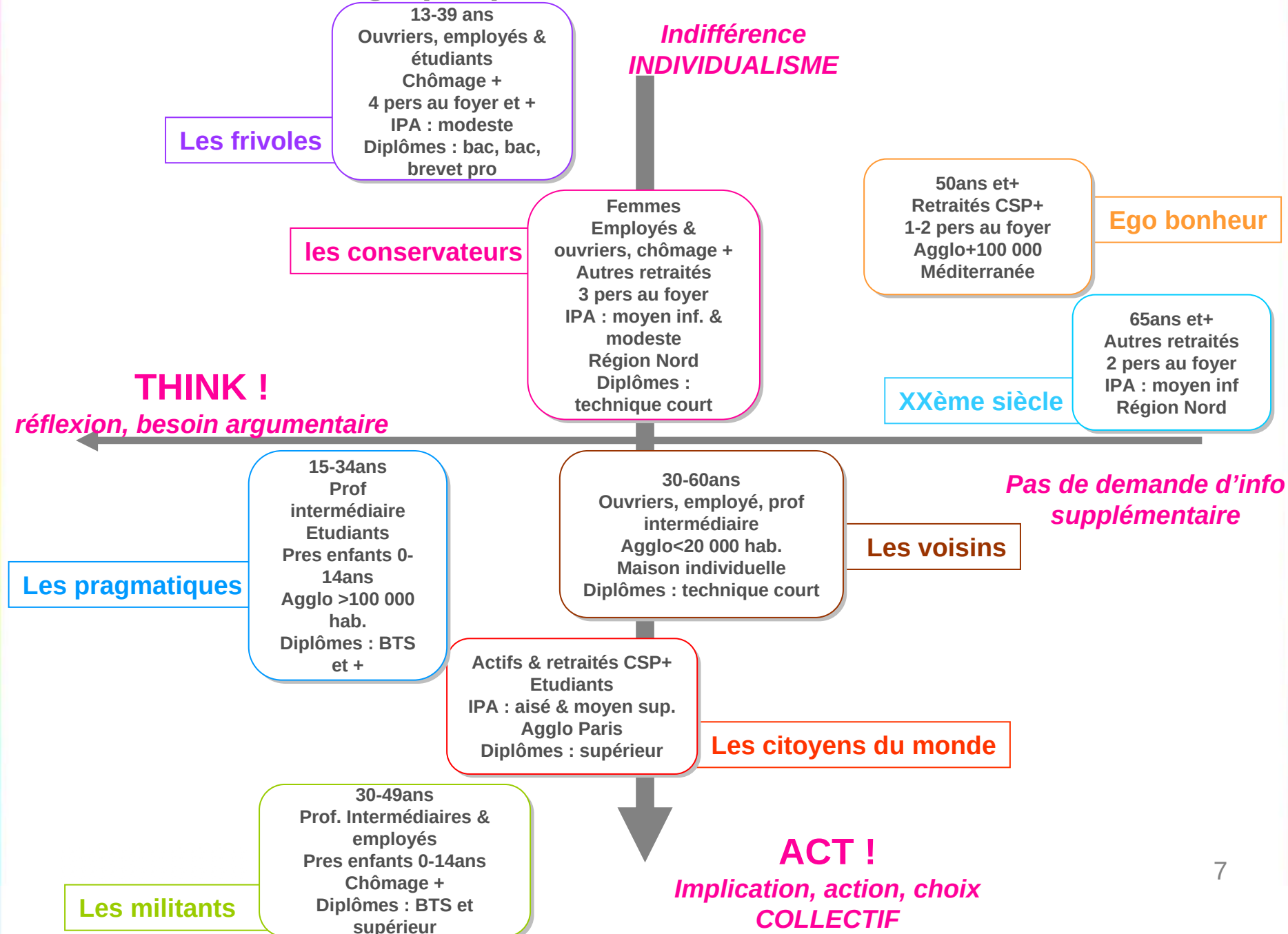
8 segments d'attitudes



Ce qu'ils en pensent, ce qu'ils font



Critères socio-démographiques



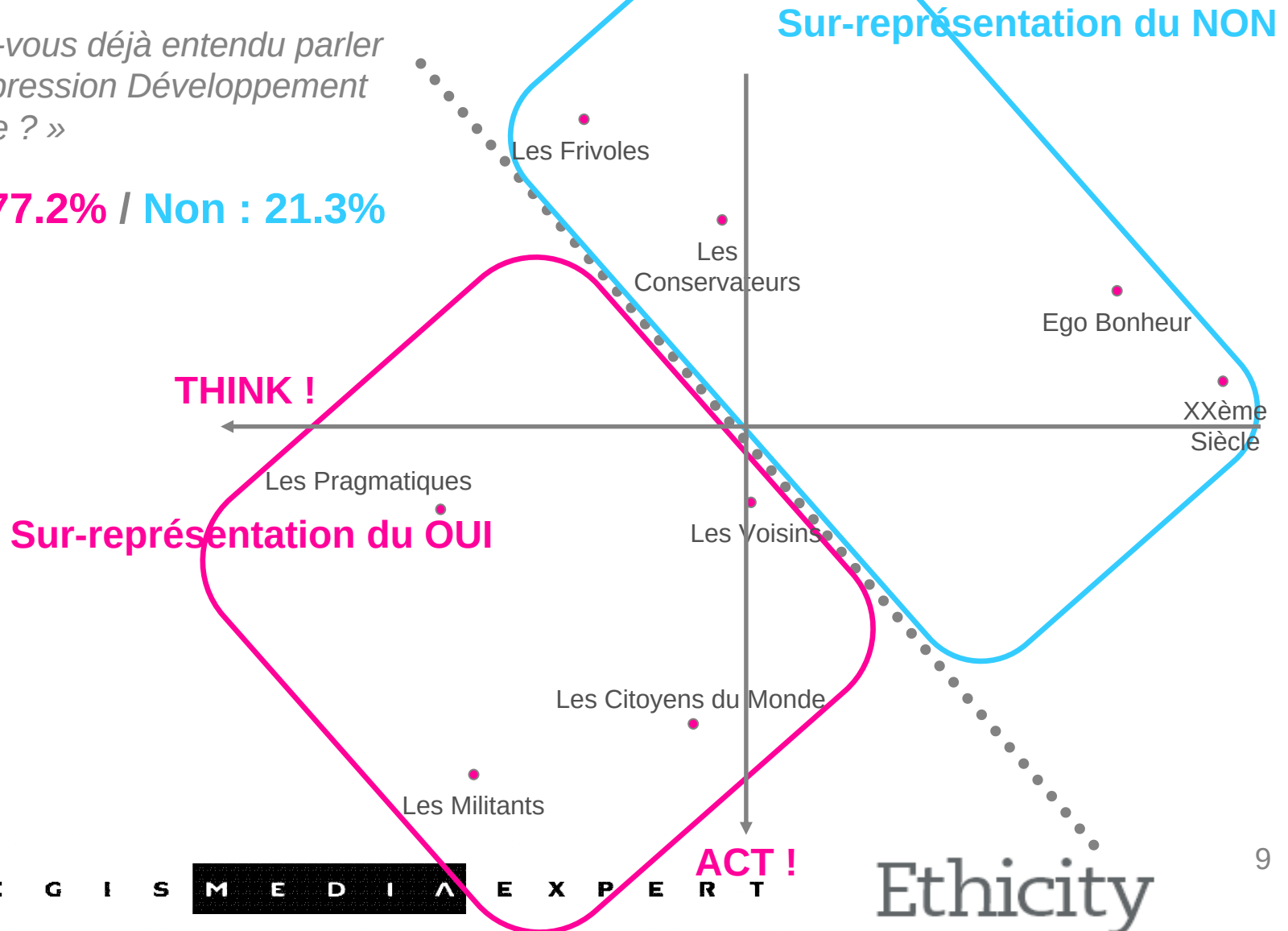
La connaissance du Développement Durable



Même si 77% des Français la connaissent, l'expression « Développement Durable » reste segmentante

« Avez-vous déjà entendu parler de l'expression Développement Durable ? »

Oui : 77.2% / Non : 21.3%

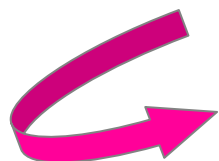


La Responsabilité de chacun

- Les politiques et les collectivités locales
- Les Entreprises
- Le Citoyen

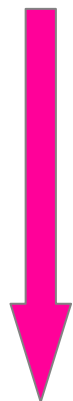


« les politiques et les collectivités locales prennent suffisamment en compte les enjeux environnementaux »

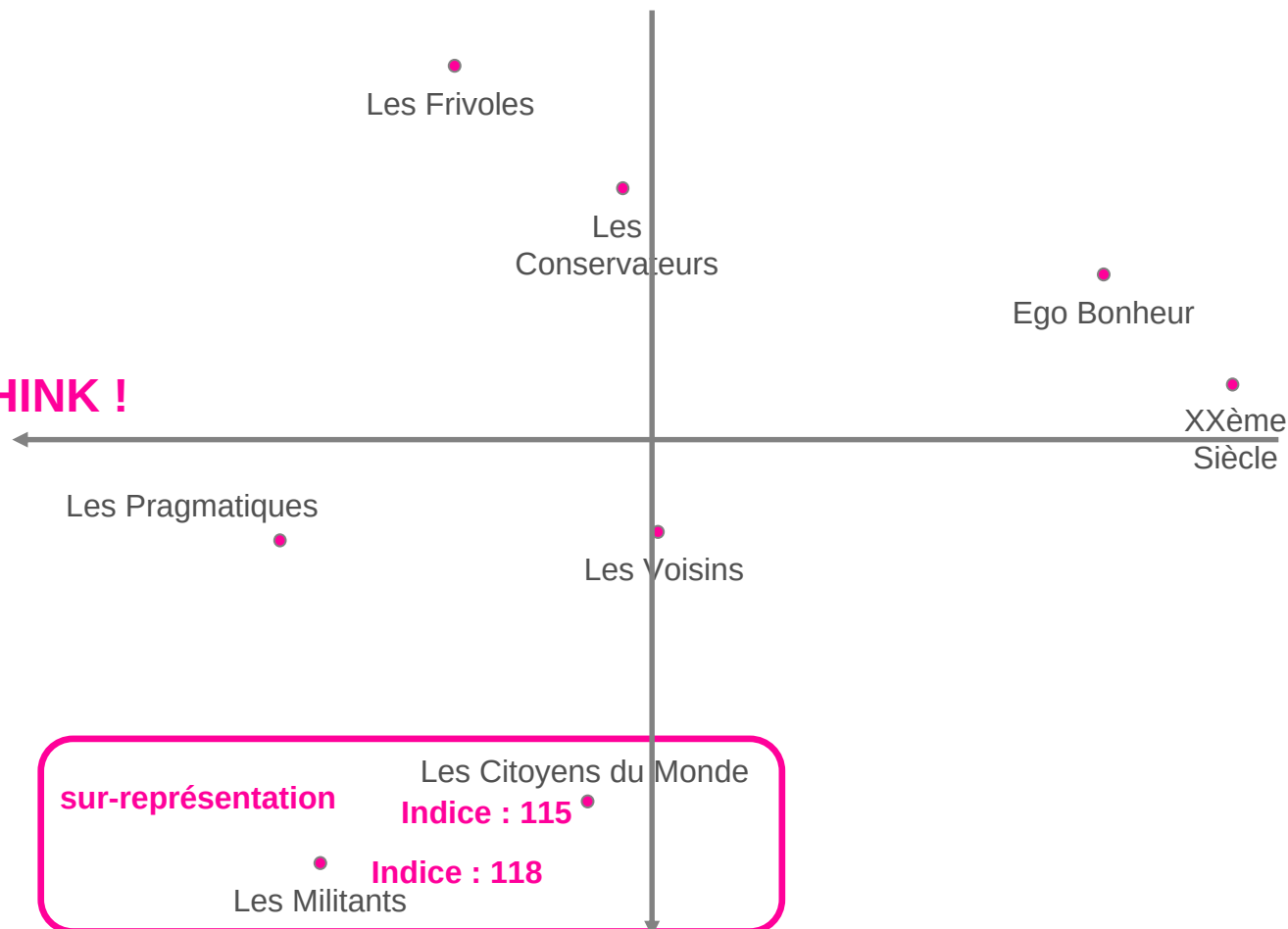


NON pour 78% des Français

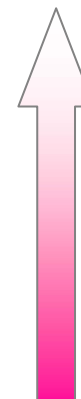
Responsabilité
collective et partagée



THINK !

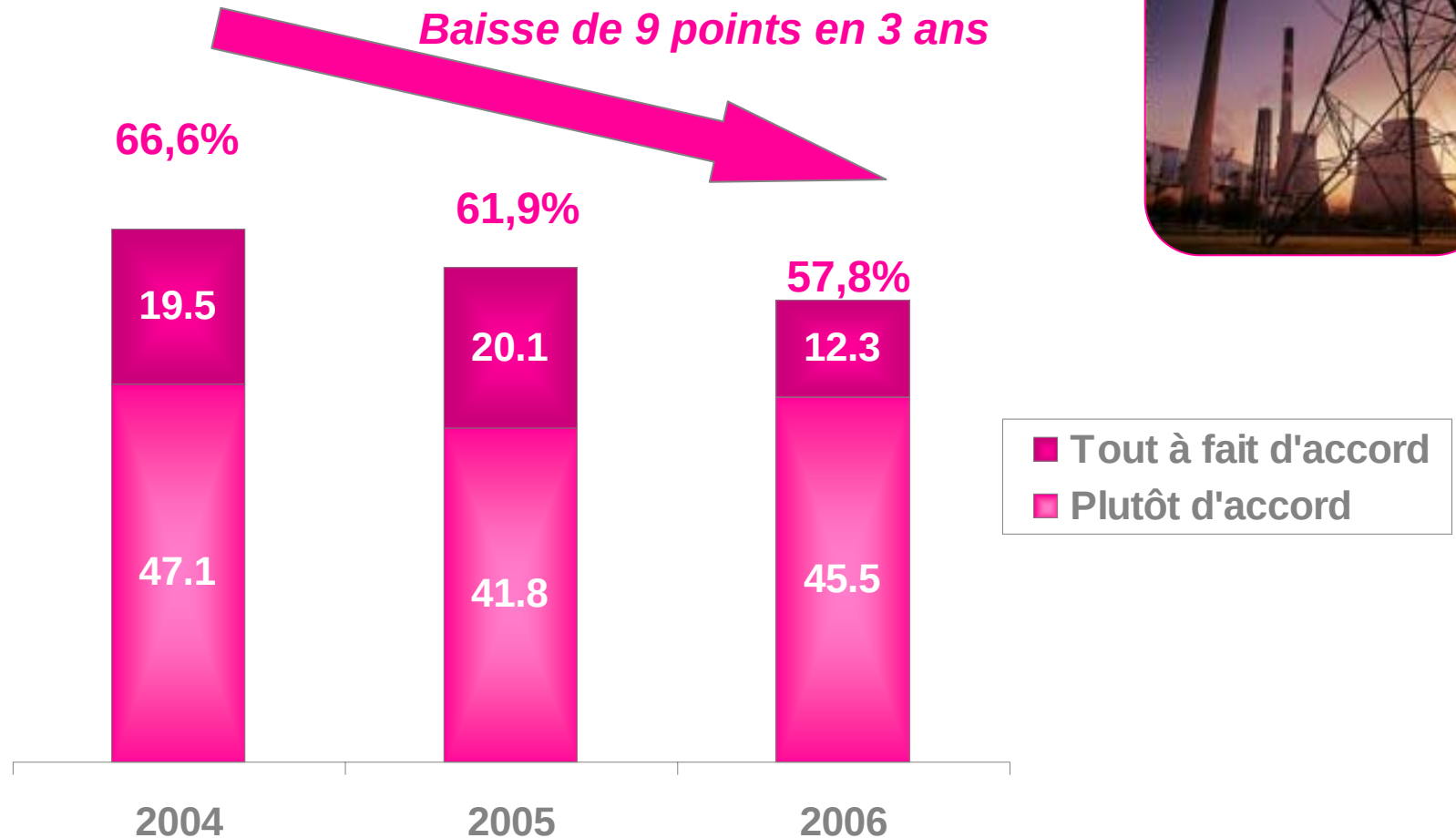


Actions suffisantes et
déléguées



ACT !

« Le respect de l'environnement et la qualité sociale de production sont compatibles avec la recherche du profit. »



Motivations des critères d'achat de produits “durables”



Les motivations d'achat de produits respectueux de l'environnement

« Les critères d'achat qui vous feraient acheter des **produits respectueux de l'environnement** » cités en 1^{er}



Meilleurs pour la santé : 32.9%

Les Frivoles

Les Conservateurs



Ego Bonheur

Bénéfice individuel

THINK !

Les Pragmatiques

Les Voisins

Meilleur goût : 7.2%



Garants de la Préservation de la Terre : 43.8%

Les Citoyens du Monde

Les Militants



Bénéfice collectif pour le futur

ACT !

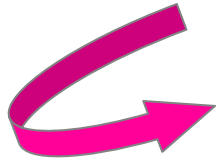
A E G I S M E D I A E X P E R T

Ethicity



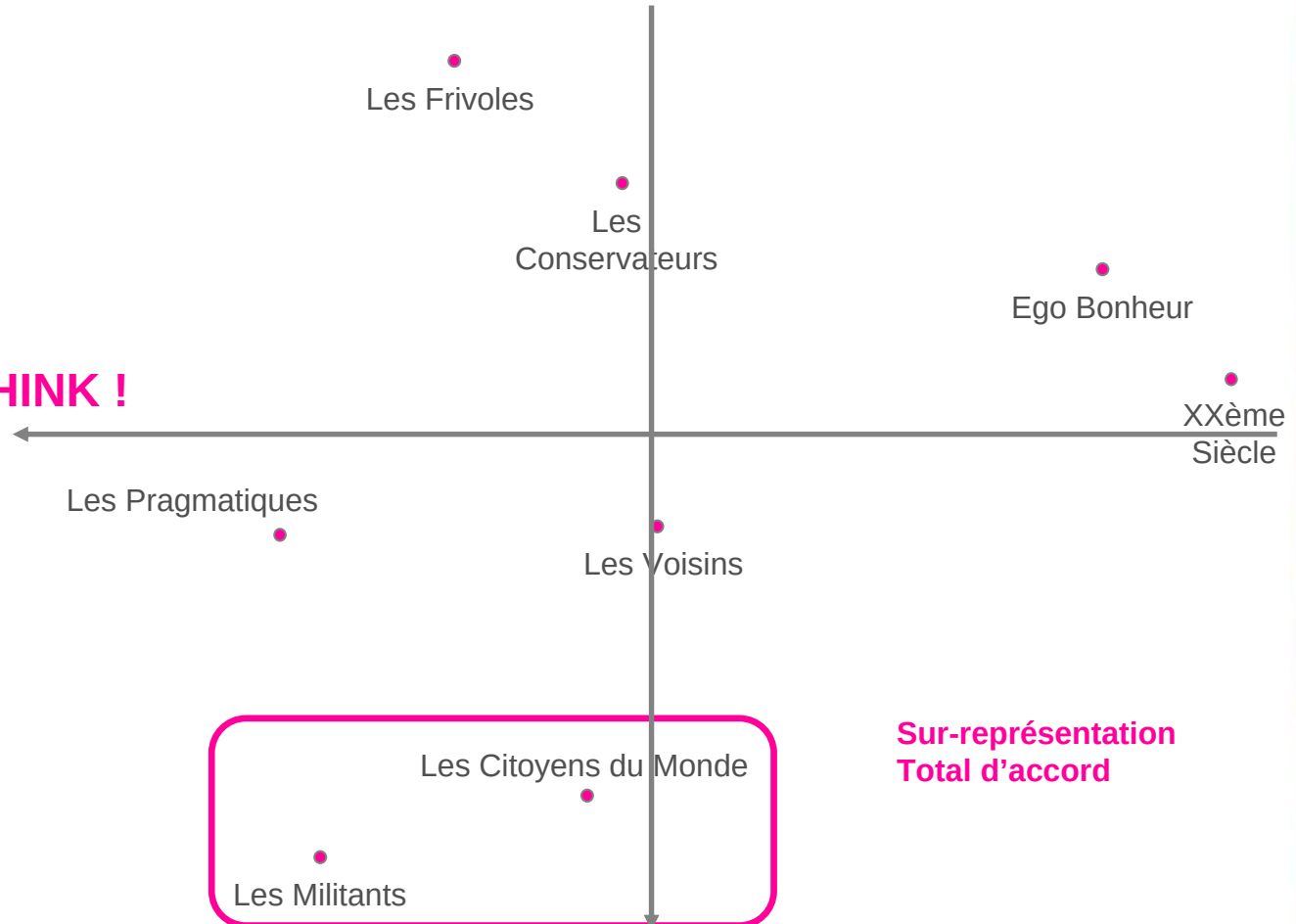
L'information

« Les conditions de production et de fabrication d'un produit sont des arguments que je trouverai convaincants dans une publicité »



81.9% sont d'accord (tout à fait + plutôt)

THINK !



ACT !

Mais pourtant à peine 25% des Français vont chercher l'information

« Je m'informe sur la politique sociale et environnementale d'une entreprise dont j'achète les produits » : OUI pour 24.7% des Français



THINK !

Ils veulent de l'info mais
ne vont pas la chercher



Les Pragmatiques

Les Voisins

Les Frivoles

Les
Conservateurs

Ego Bonheur

XXème
Siècle

Les Citoyens du Monde

Les Militants

ACT !

Les moyens d'information utilisés

Les étiquettes sur le produit : 9.1%

Les magazines : 6.5%

Internet : 4%

Communication sur le lieu de vente : 2.3%



THINK !



Les Pragmatiques

Les Frivoles

Les
Conservateurs

Ego Bonheur

XXème
Siècle

Les Voisins

Les Citoyens du Monde

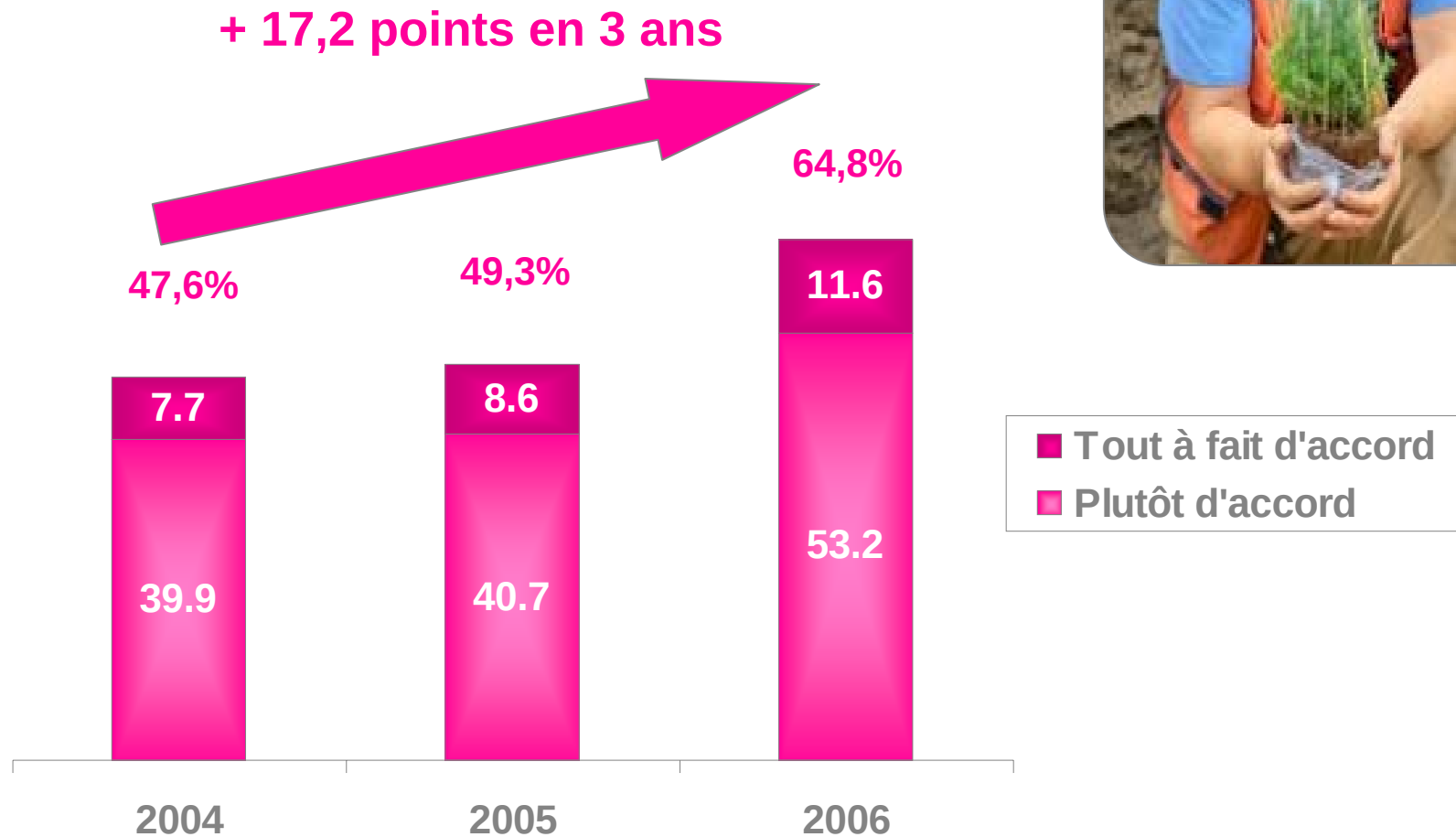
Les Militants

ACT !

Et concrètement... vos dépenses et vos achats ?



« Je privilégie les marques qui ont une véritable éthique »

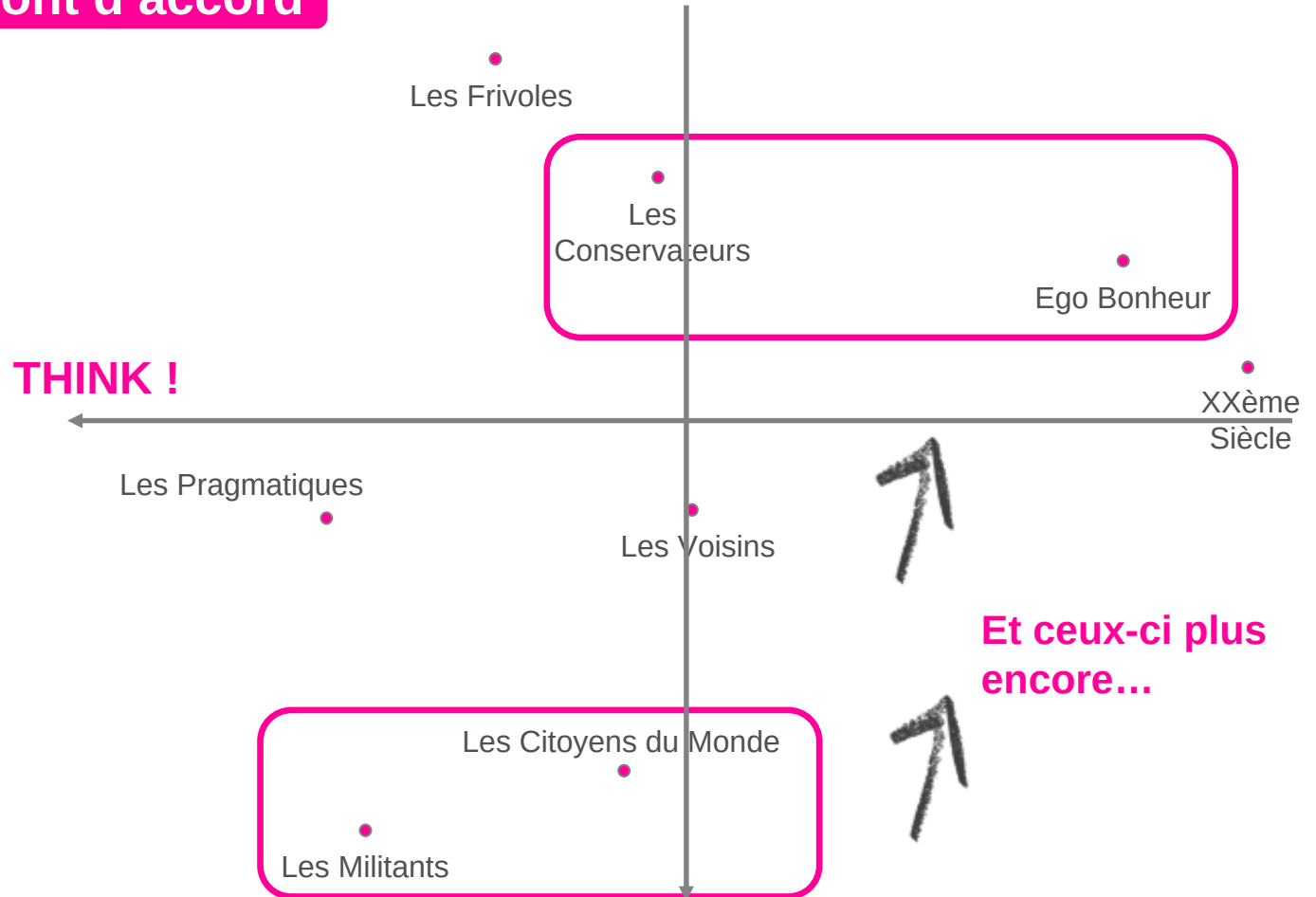


La consommation en général

« Au travers de mes choix d'achat, j'agis au service de mes convictions »



83.4% sont d'accord



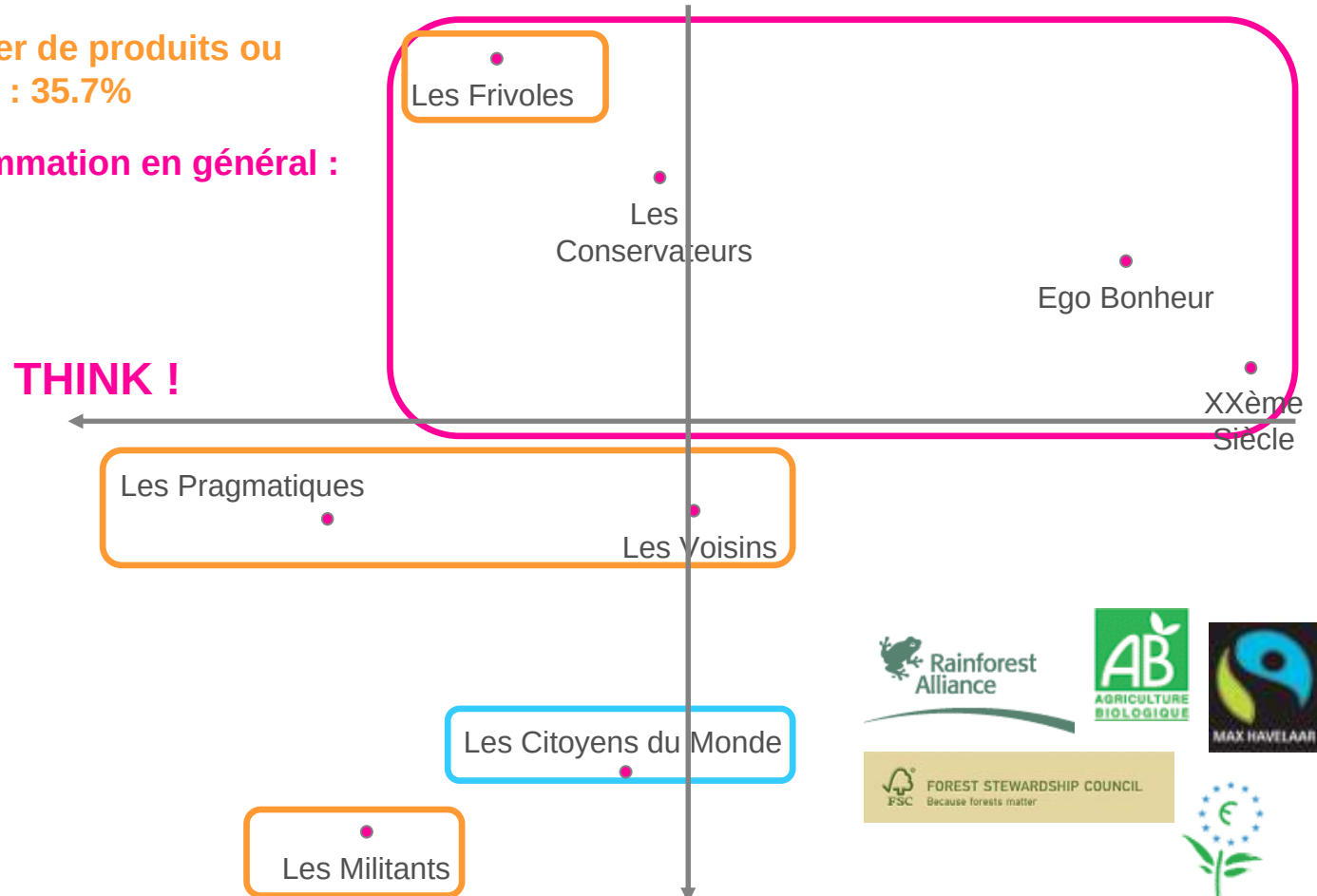
La consommation responsable

« consommer de manière responsable, c'est :... »

✓ Consommer des produits labellisés, certifiés éthiques, sources de moins de pollution : 41.4%

✓ Ne plus consommer de produits ou services superflus : 35.7%

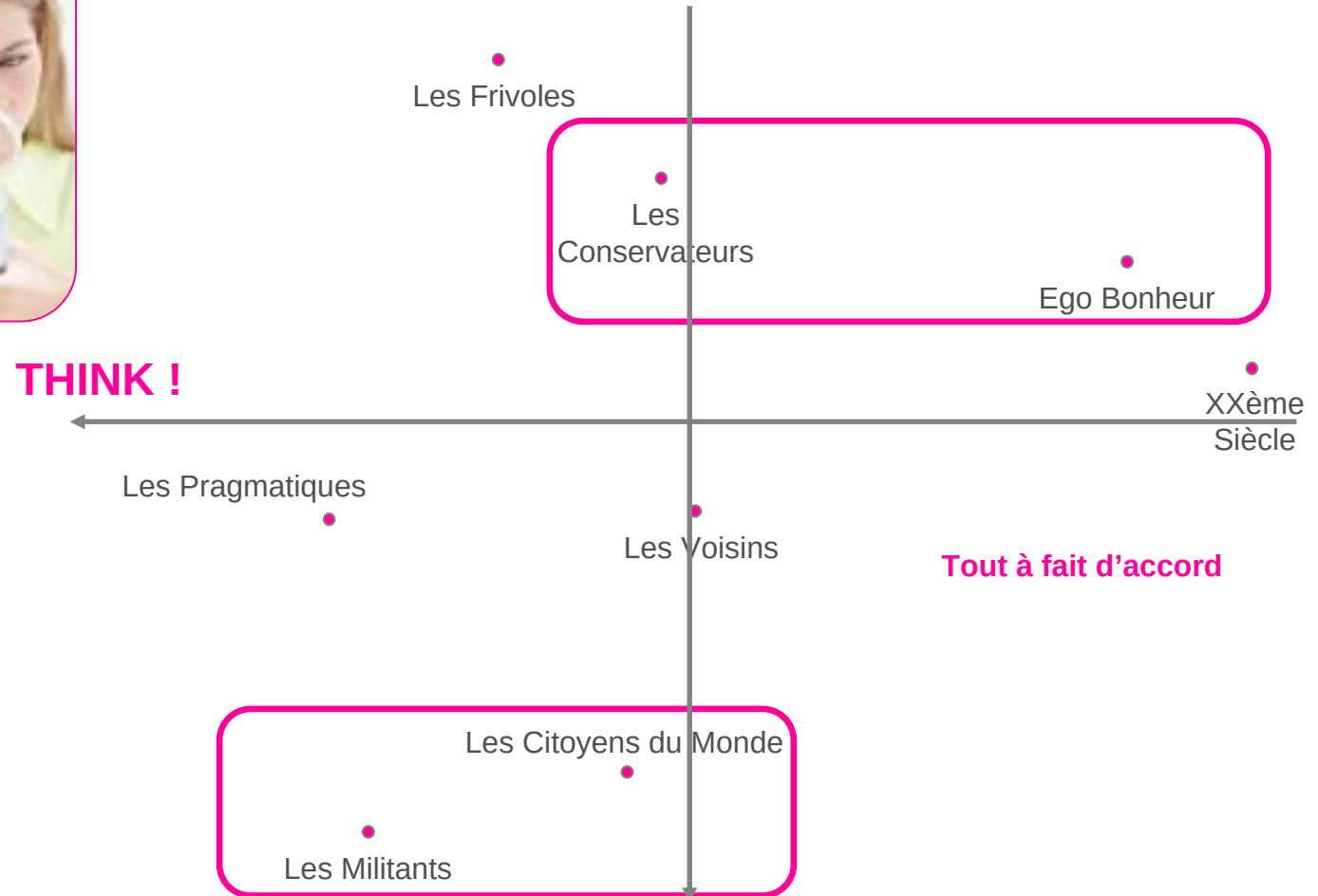
✓ Réduire sa consommation en général : 20.6%



Mes achats et l'éthique de l'entreprise

« Je fais attention à ne pas acheter de marques produites par une entreprise dont je réproouve le comportement »

27% sont tout à fait d'accord



Le comportement



... A mettre en parallèle avec les actions quotidiennes

Régulièrement,

Tri des déchets : 80.1

Énergie : 71.6%

Eau : 69.7%

Transports en commun : 25%

THINK !



Je trie mes déchets



Je privilégie les transports en commun



Je veille à réduire ma consommation d'eau



Je veille à réduire ma consommation d'énergie

Les Frivoles

Les Conservateurs

Ego Bonheur

XXème
Siècle

Les Pragmatiques

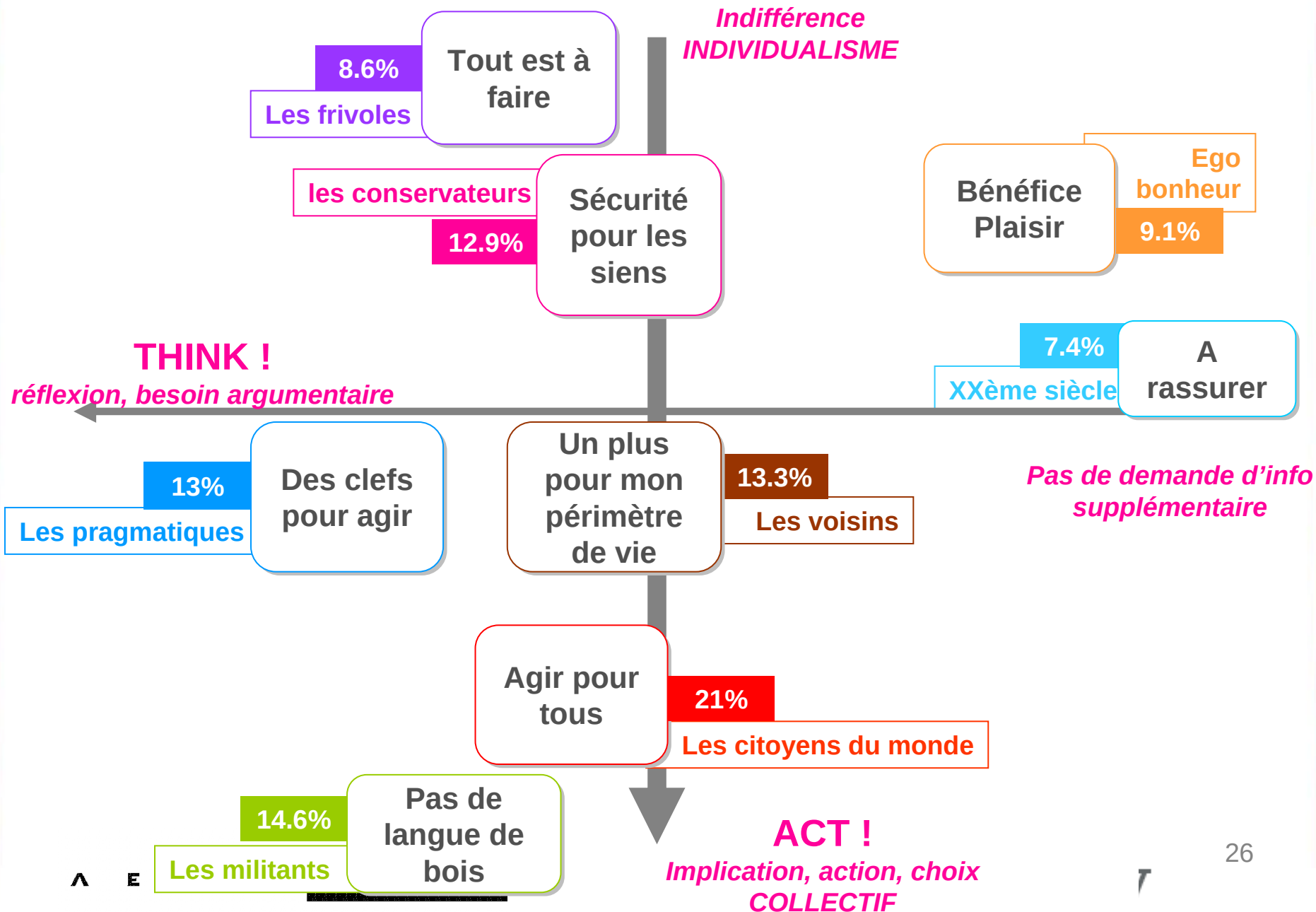
Les Voisins

Les Citoyens du Monde

Les Militants

ACT !

Les 8 façons de faire bouger les Français

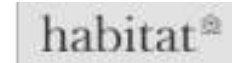


Les Citoyens du monde : 21%

Media



Enseignes



Budget/Loisirs :

loisirs, vacances,
livres, œuvres
caritatives, amis



Réussite : rester Libre, se consacrer à une activité passionnante

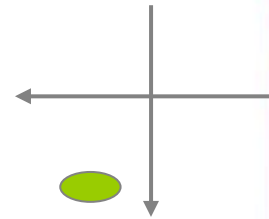
Sites internet : mais également **portails financiers, économiques, actualités, etc...**



Les Militants : 14.6%

Media

Enseignes



la maison...



Budget / loisirs



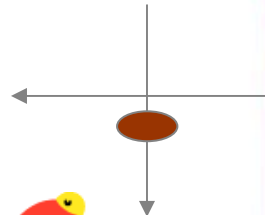
Réussite : Rester Libre

Sites internet : également sites d'actualités



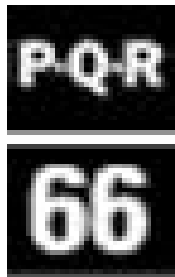
Les Voisins : 13.3%

jennyfer



Media

Enseignes



Loisirs et budget : la maison



Réussite : Réaliser ou créer quelque chose d'important

Faible utilisation d'internet

Les Pragmatiques : 13%

Media

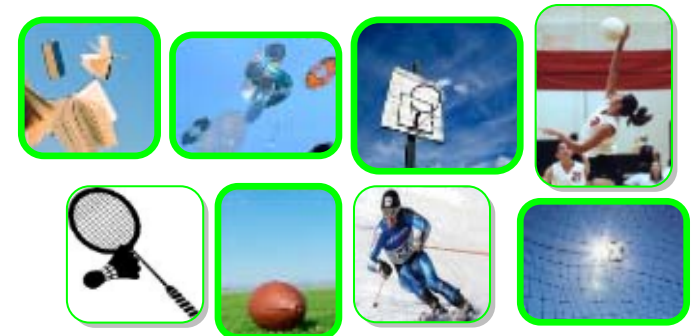


Enseignes



Réussite : se consacrer à une activité passionnante

Loisirs, dépenses



Sites internet : actualités, sport,



Ethicity