

# Les Français & la consommation responsable

Mars 2025

**opinionway**



# La méthodologie

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

« **Étude OpinionWay pour VusionGroup** »

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



Echantillon de **1019 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.

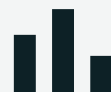


L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).

Les interviews ont été réalisées du **15 au 16 janvier 2025**.  
*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.

# Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.  
Source : INSEE

  
1019  
personnes

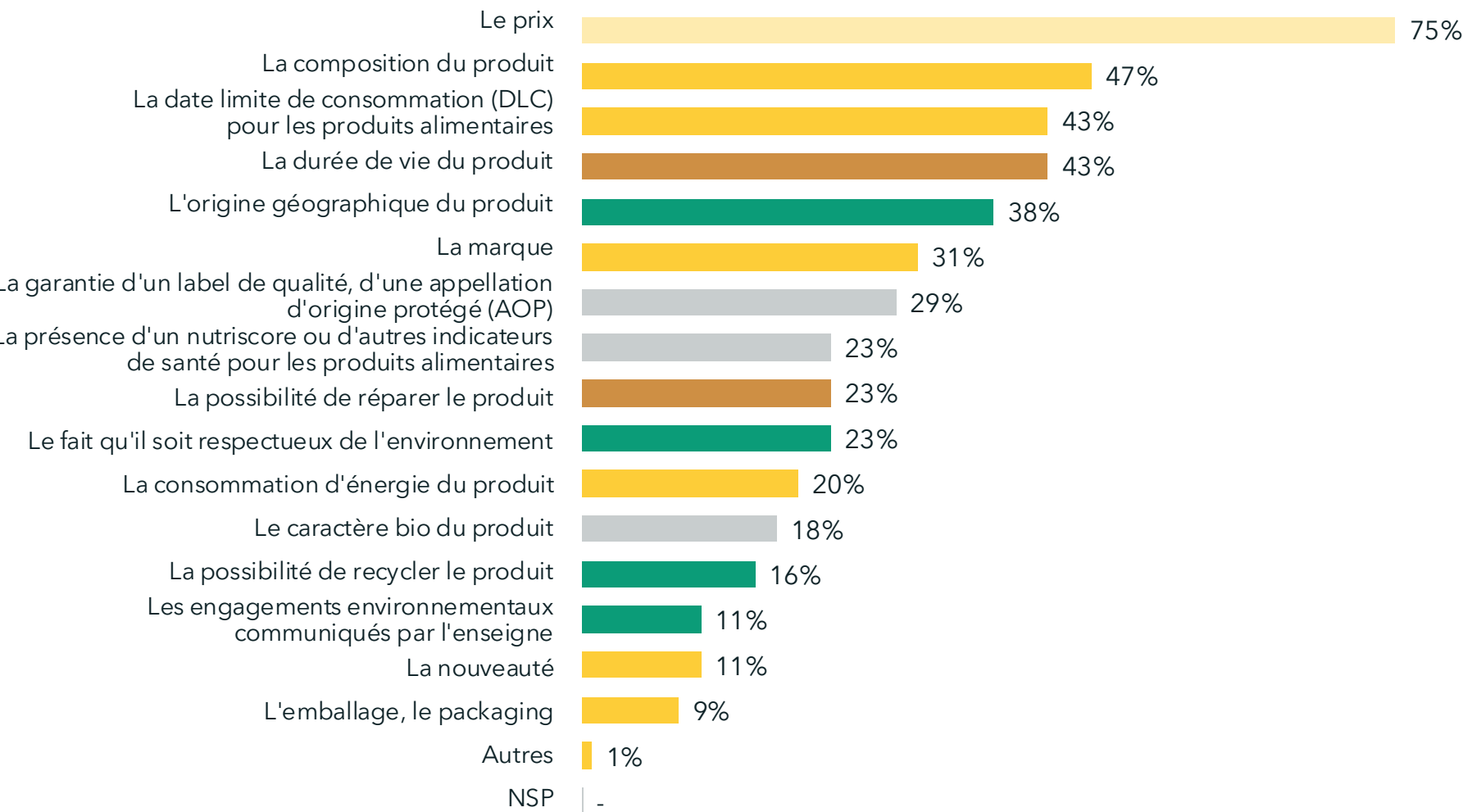
| SEXE           | %   |
|----------------|-----|
| Hommes         | 48% |
| Femmes         | 52% |
| AGE            | %   |
| 18 à 24 ans    | 10% |
| 25 à 34 ans    | 15% |
| 35 à 49 ans    | 24% |
| 50 à 64 ans    | 24% |
| 65 ans et plus | 27% |
| RÉGION         | %   |
| Ile-de-France  | 19% |
| Nord-ouest     | 23% |
| Nord-est       | 22% |
| Sud-ouest      | 11% |
| Sud-est        | 25% |

| ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE                                   | %   |
|------------------------------------------------------------|-----|
| Catégories socioprofessionnelles supérieures               | 29% |
| Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise | 4%  |
| Professions libérales / Cadres                             | 10% |
| Professions intermédiaires                                 | 15% |
| Catégories populaires                                      | 29% |
| Employés                                                   | 17% |
| Ouvriers                                                   | 12% |
| Inactifs                                                   | 42% |
| Retraités                                                  | 28% |
| Autres inactifs                                            | 14% |
| TAILLE D'AGGLOMÉRATION                                     | %   |
| Une commune rurale                                         | 21% |
| De 2 000 à 19 999 habitants                                | 18% |
| De 20 000 à 99 999 habitants                               | 14% |
| 100 000 habitants et plus                                  | 30% |
| Agglomération parisienne                                   | 17% |

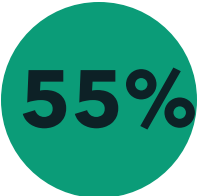
# Les critères de choix lors de l'achat

Q. Lorsque vous achetez des produits, quels sont les principaux critères que vous prenez en compte lors de votre achat ?  
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

  
1019  
personnes



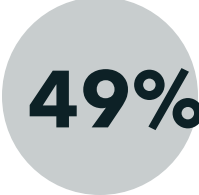
**L'impact  
environnemental**



**La durabilité du  
produit**



**Labels et  
certifications**



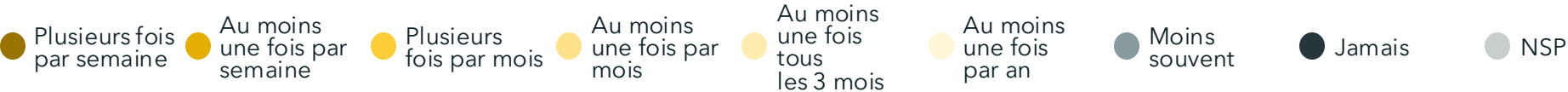
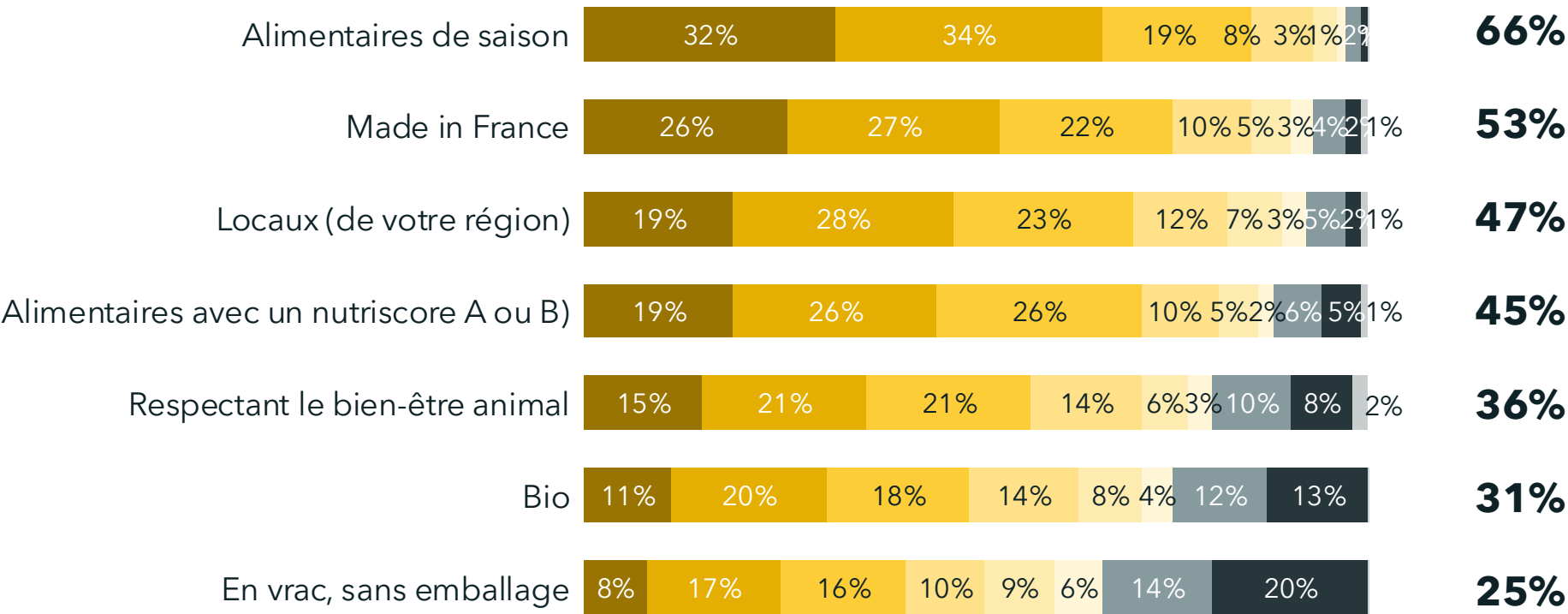
# La fréquence d'achat des produits alimentaires

Q. A quelle fréquence achetez-vous les types de produits suivants ?



## Pour les produits alimentaires

Sous-total  
Au moins une fois  
par semaine



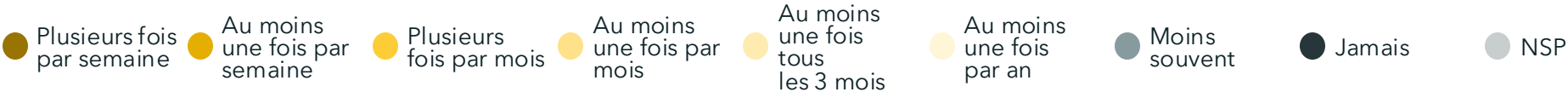
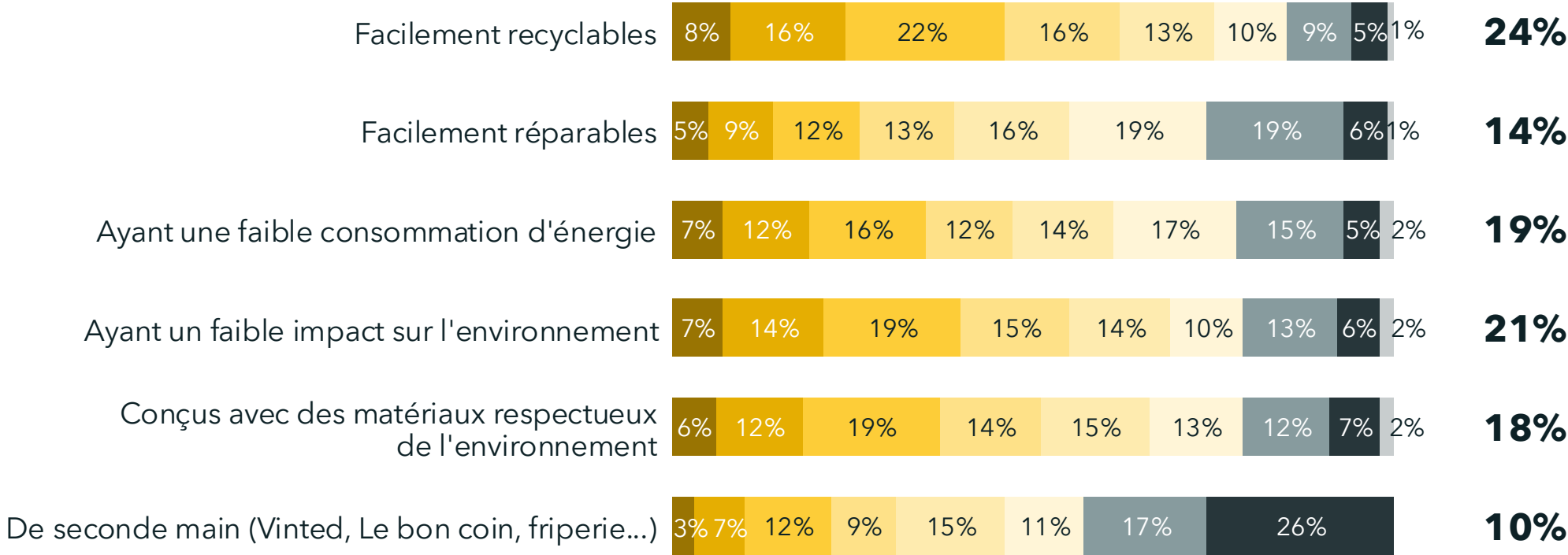
# La fréquence d'achat des produits non-alimentaires

Q. A quelle fréquence achetez-vous les types de produits suivants ?



## Pour les produits non-alimentaires

Sous-total  
Au moins une fois  
par semaine



# Les qualités d'un « consommateur responsable »

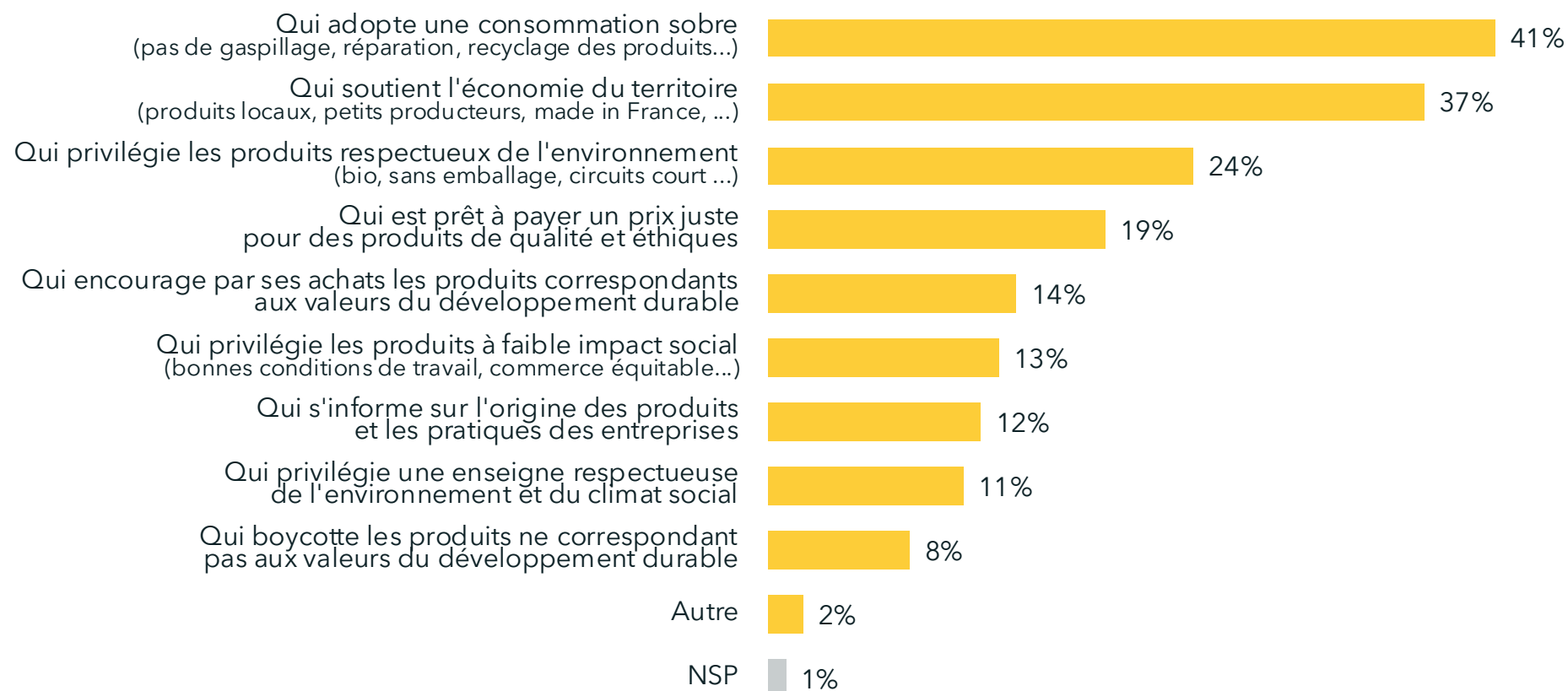
Q. Selon vous, un « consommateur responsable », c'est avant tout... ?

Deux réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

## Un consommateur responsable est une personne...

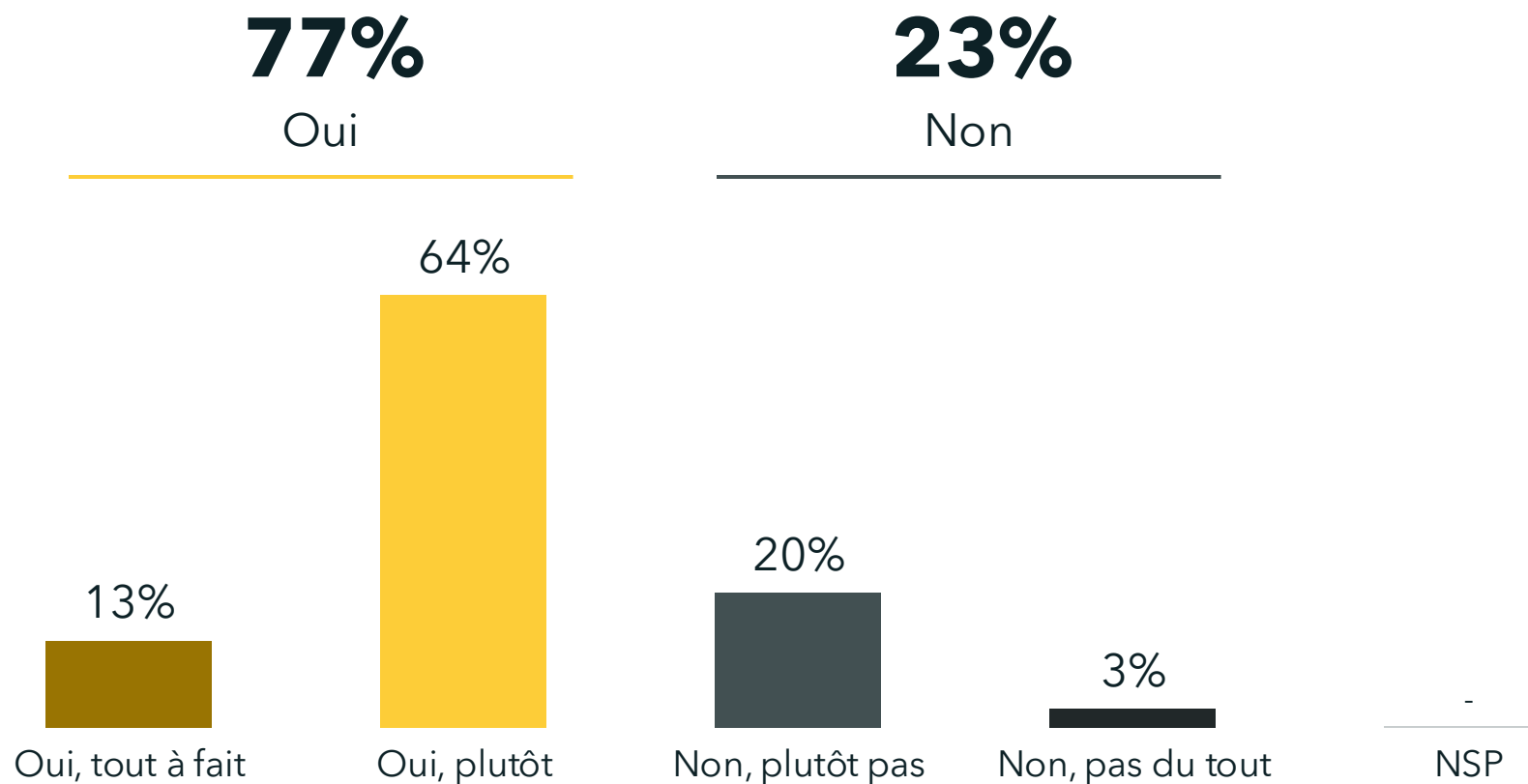


# Le ressenti d'être « consommateur responsable »

Q. Vous personnellement, vous considérez-vous comme un « consommateur responsable » ?



1019  
personnes



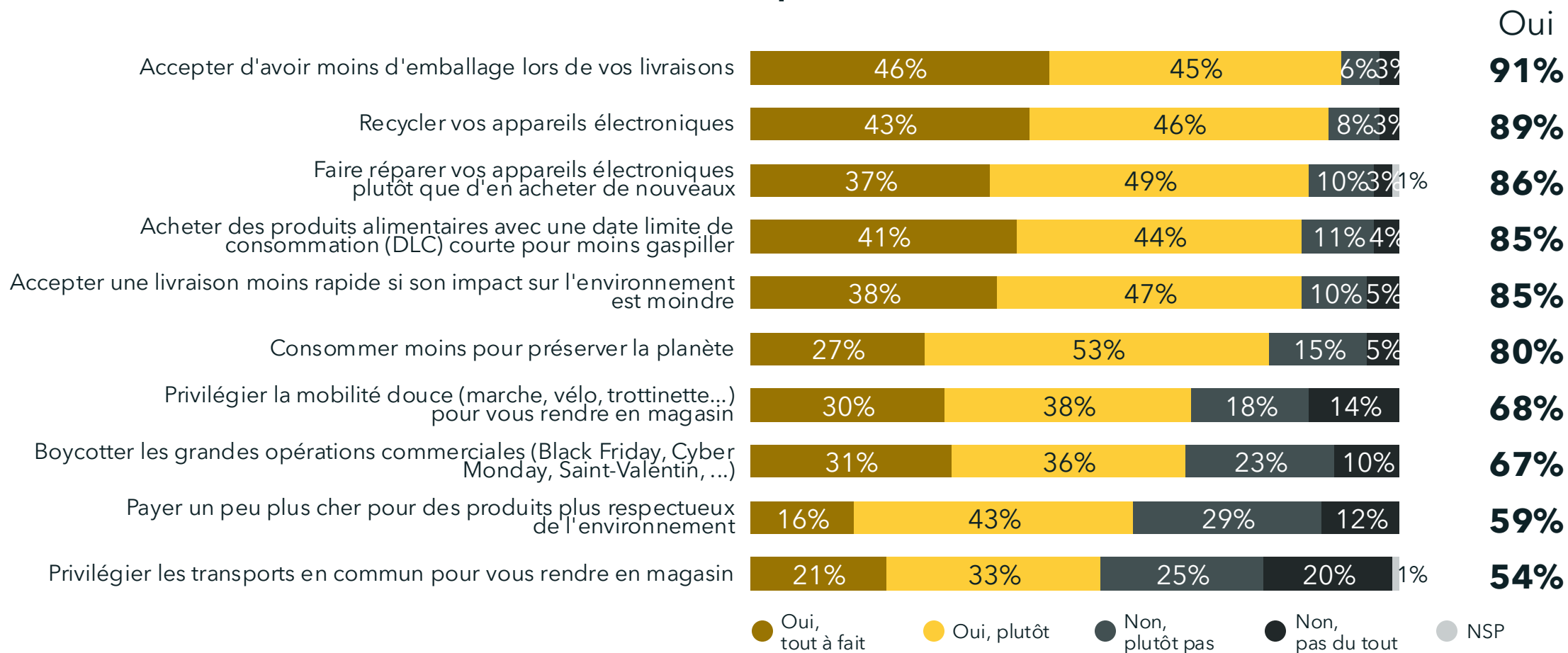
# Les efforts pour avoir une consommation plus respectueuse de l'environnement

Q. Vous personnellement, seriez-vous prêt ou non à réaliser chacun des efforts suivants pour avoir une consommation plus respectueuse de l'environnement ?



1019  
personnes

## 98% sont prêts à faire au moins un effort

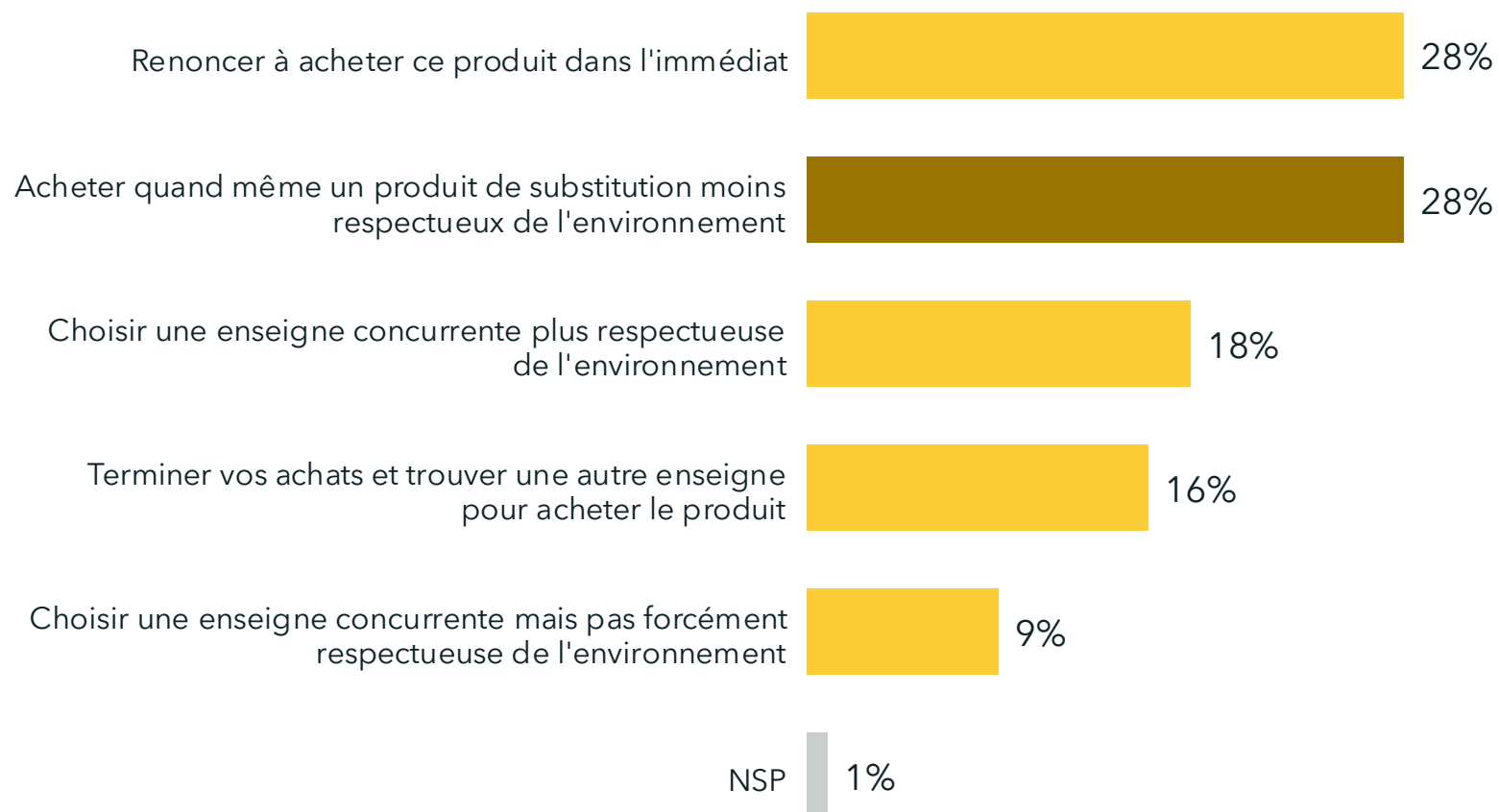


# Les comportements face à l'absence de produits respectueux de l'environnement

Q. Dans un magasin, face à l'absence d'un produit respectueux de l'environnement (local, bio, anti-gaspi, seconde vie, eco-responsable ...), vous préférez généralement ... ?



1019  
personnes

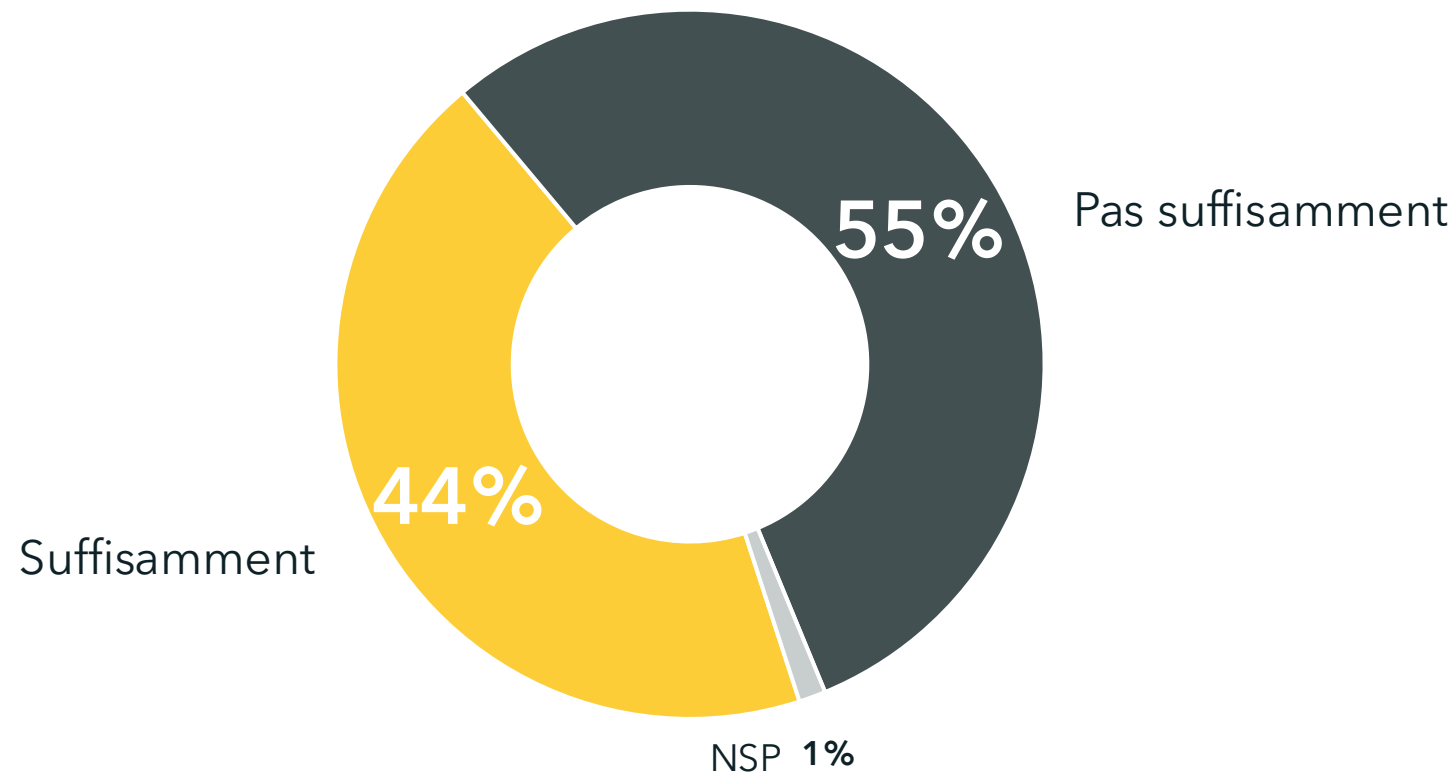


# La perception d'une offre suffisante de produits respectueux de l'environnement

Q. D'une manière générale, estimez-vous que les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) proposent suffisamment ou pas suffisamment de produits respectueux de l'environnement (offre locale, bio, anti-gaspi, seconde vie, eco-responsable...)?



1019  
personnes

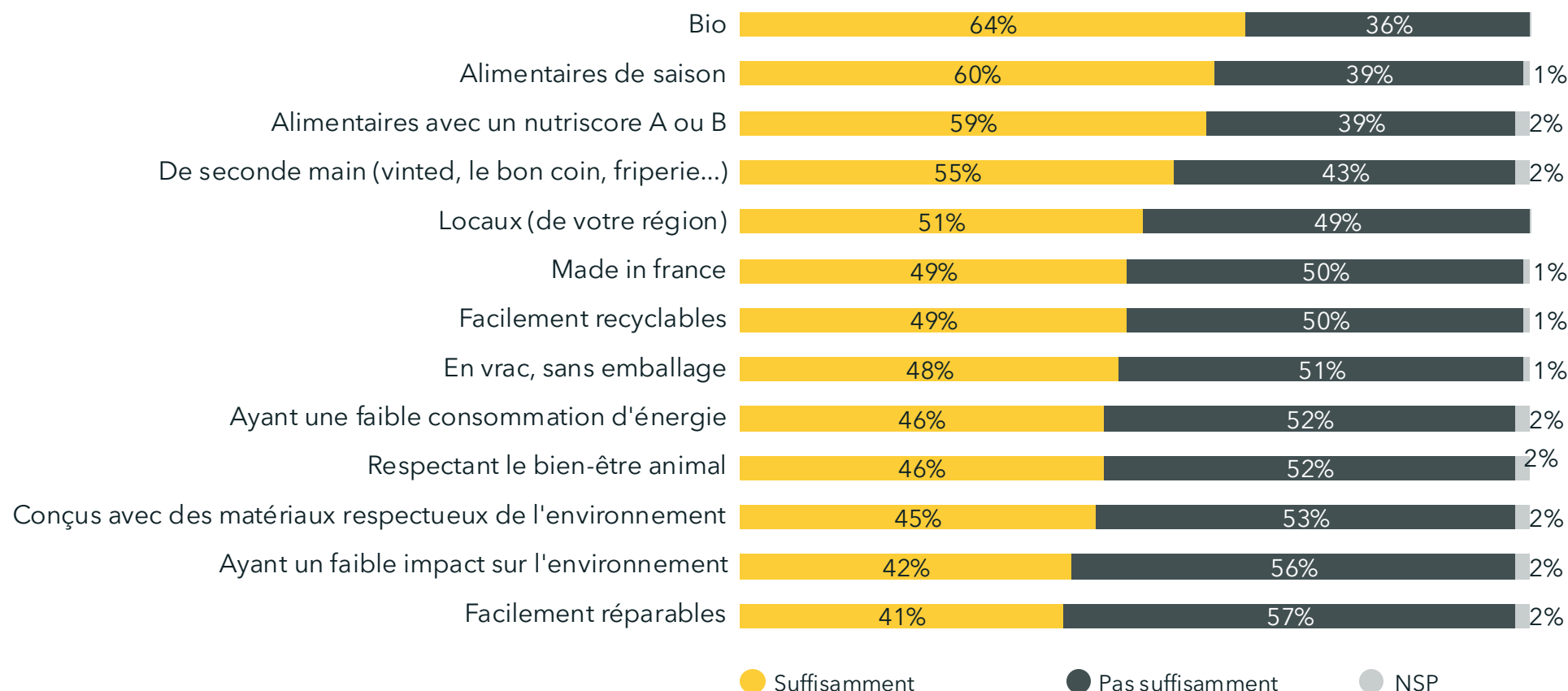


# La perception d'une offre suffisante selon le type de produits

Q. D'une manière générale, estimez-vous que les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) proposent suffisamment ou pas suffisamment de produits respectueux de l'environnement (offre locale, bio, anti-gaspi, seconde vie, eco-responsable...)?



1019  
personnes



# Les efforts nécessaires pour lutter contre le dérèglement climatique

Q. 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 ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

**Sous-total Améliorer l'efficacité  
énergétique**

**66%**

**Sous-total Lutter contre le gaspillage  
des invendus**

**41%**

**Sous-total Proposer davantage de  
produits locaux et nationaux**

**47%**

**Sous-total Recycler les produits et  
déchets**

**40%**

**Sous-total Diminuer les emballages**

**45%**

**Sous-total Adopter des solutions de  
transport plus écologiques**

**28%**

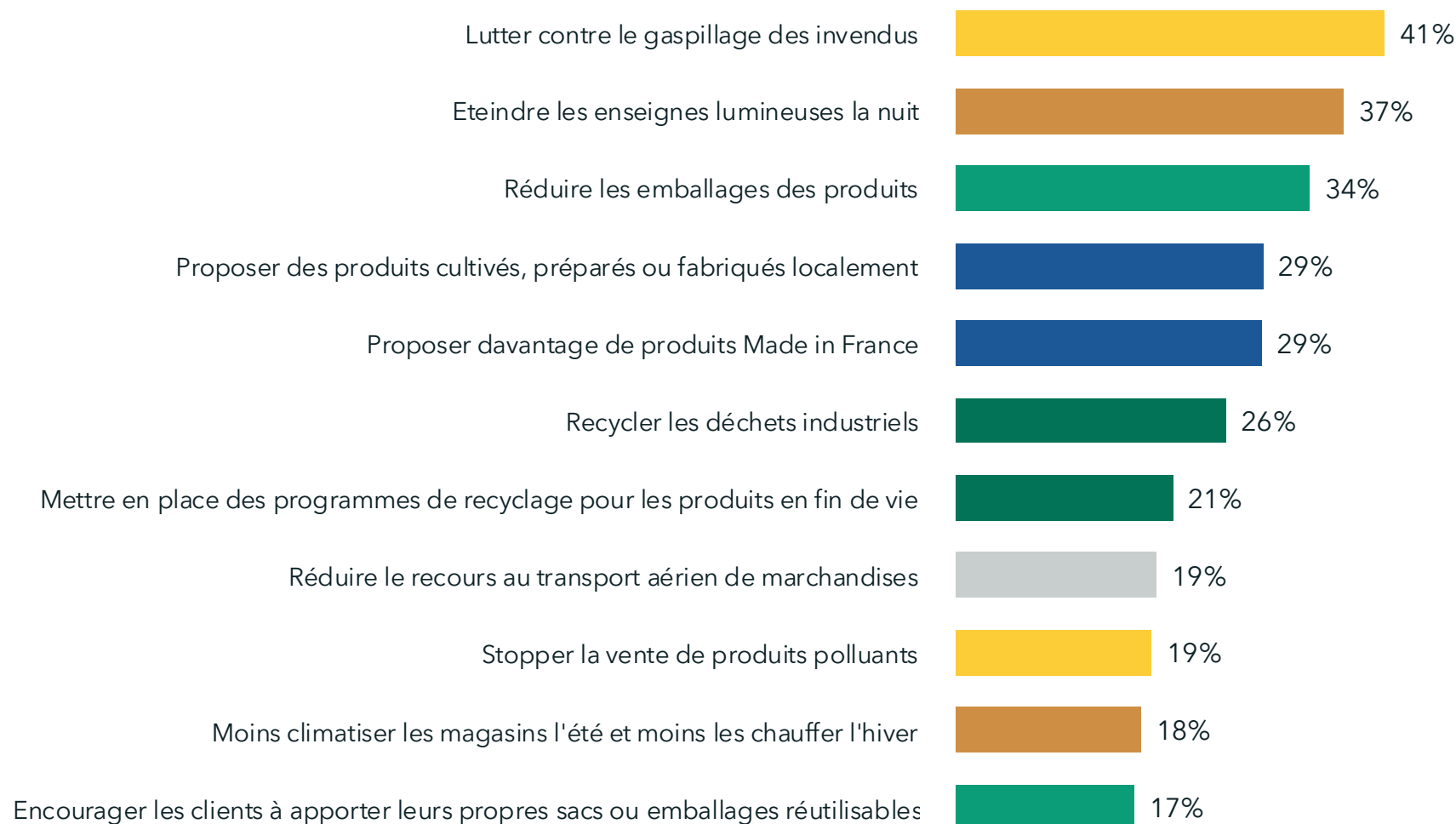
# Les efforts nécessaires pour lutter contre le dérèglement climatique

Q. 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 ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes



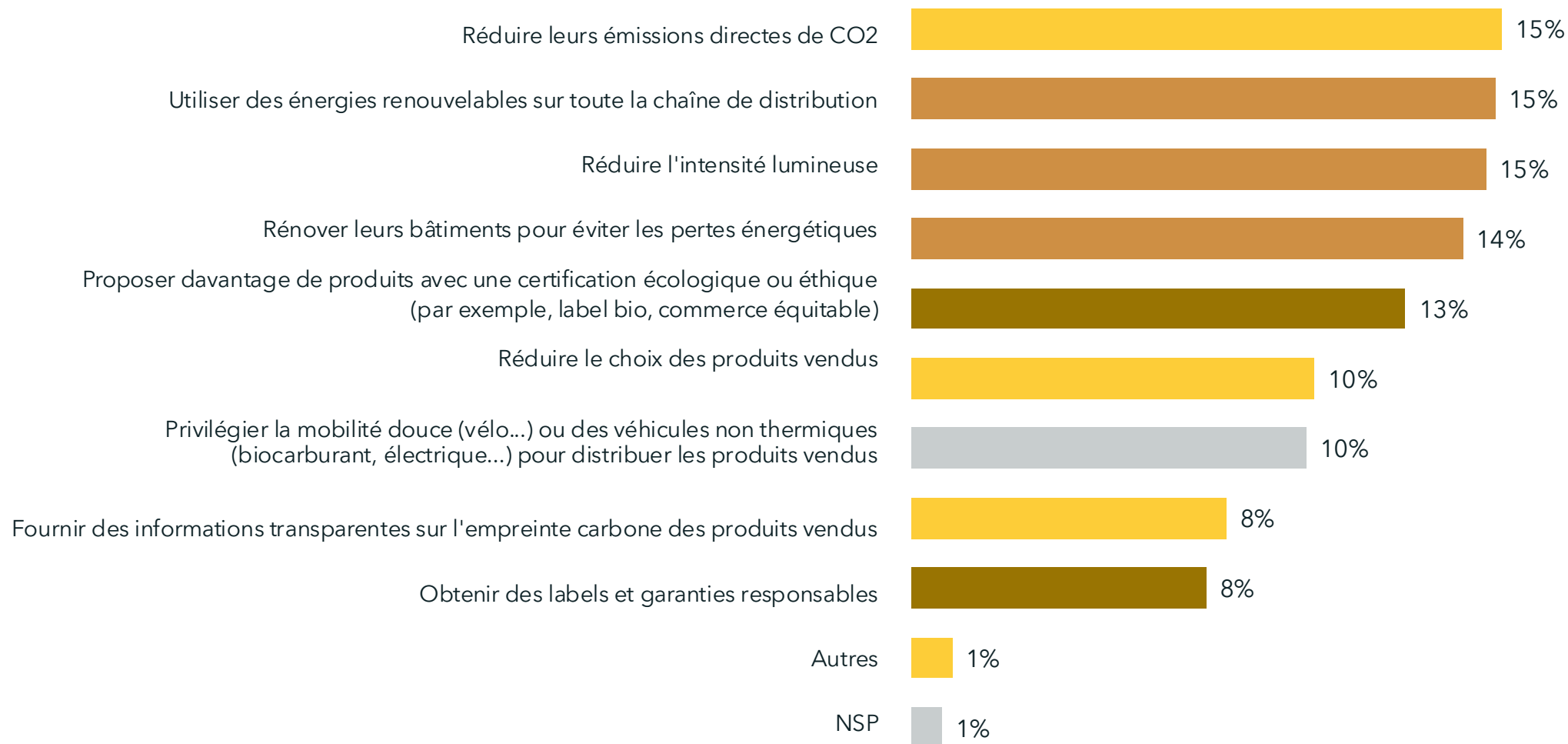
# Les efforts nécessaires pour lutter contre le dérèglement climatique

Q. 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 ?

Cinq réponses possibles - Total supérieur à 100%



1019  
personnes

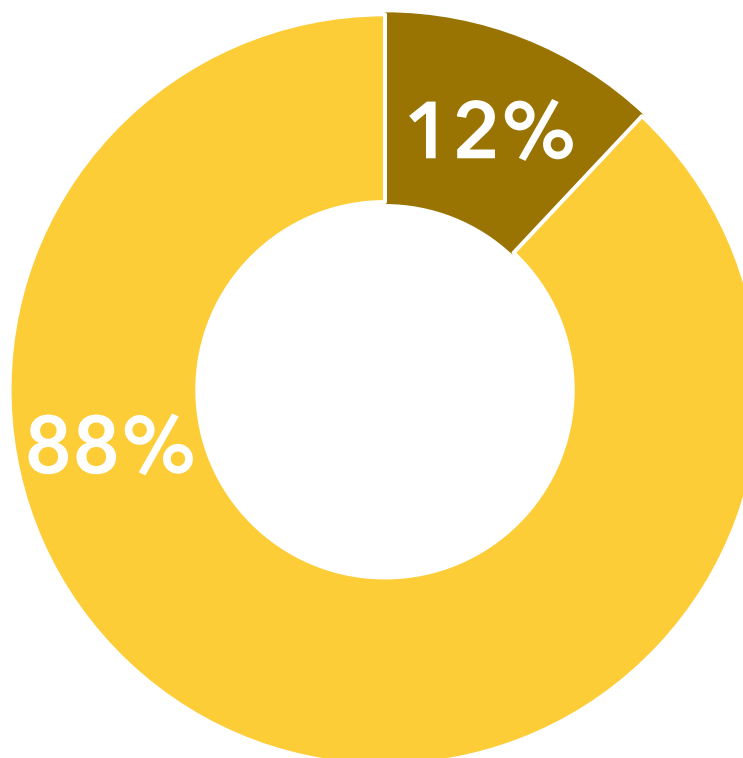


# Les préférences d'achats des Français - *produits alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits alimentaires... ?



1019  
personnes



Acheter vos fruits et légumes  
dans un magasin spécialisé bio  
mais qui jette son surplus

Acheter vos fruits et légumes  
dans un magasin non spécialisé bio  
mais qui gère ses stocks pour éviter le  
gaspillage

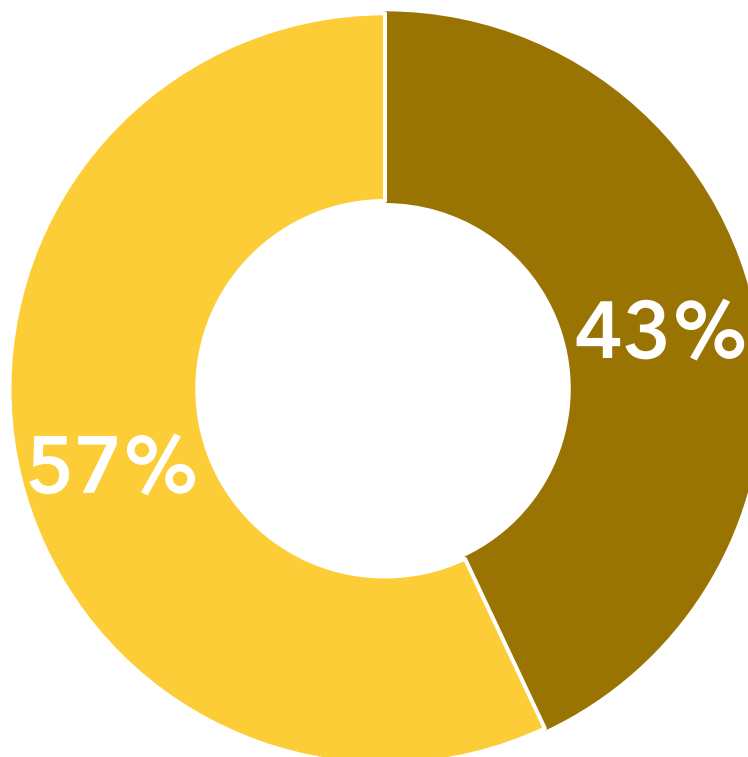
# Les préférences d'achats des Français - *produits alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits alimentaires... ?



1019  
personnes

Acheter des produits alimentaires  
produits localement mais issus d'un  
élevage intensif



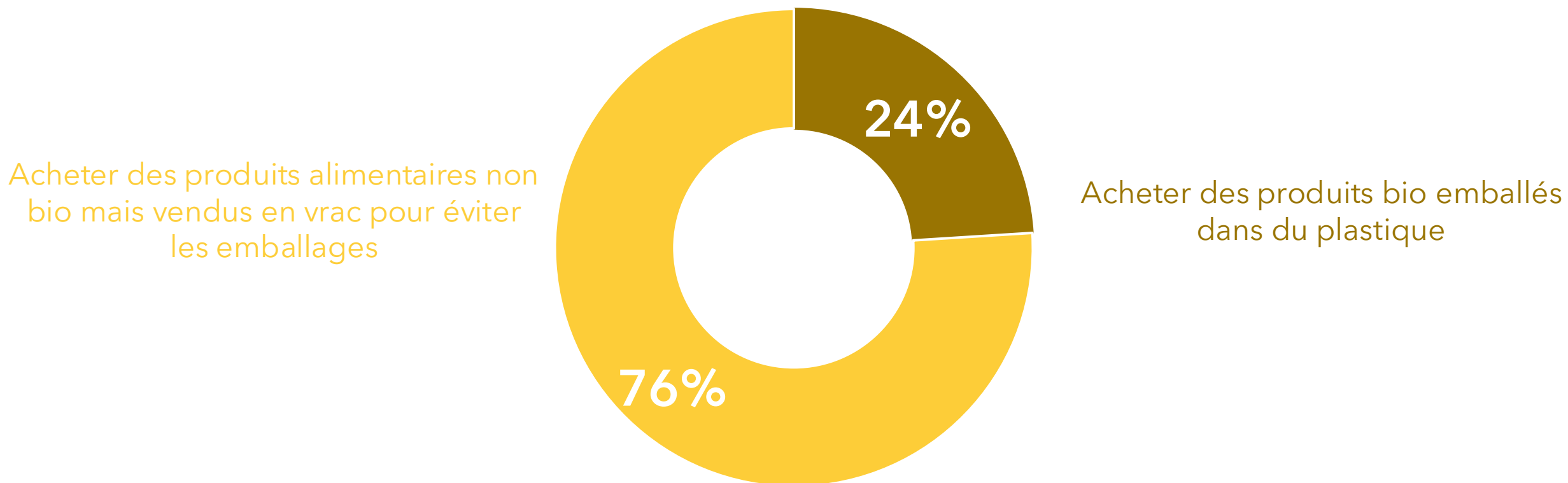
Acheter des produits alimentaires  
biologiques  
mais importés de l'étranger

# Les préférences d'achats des Français - *produits alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits alimentaires... ?



1019  
personnes

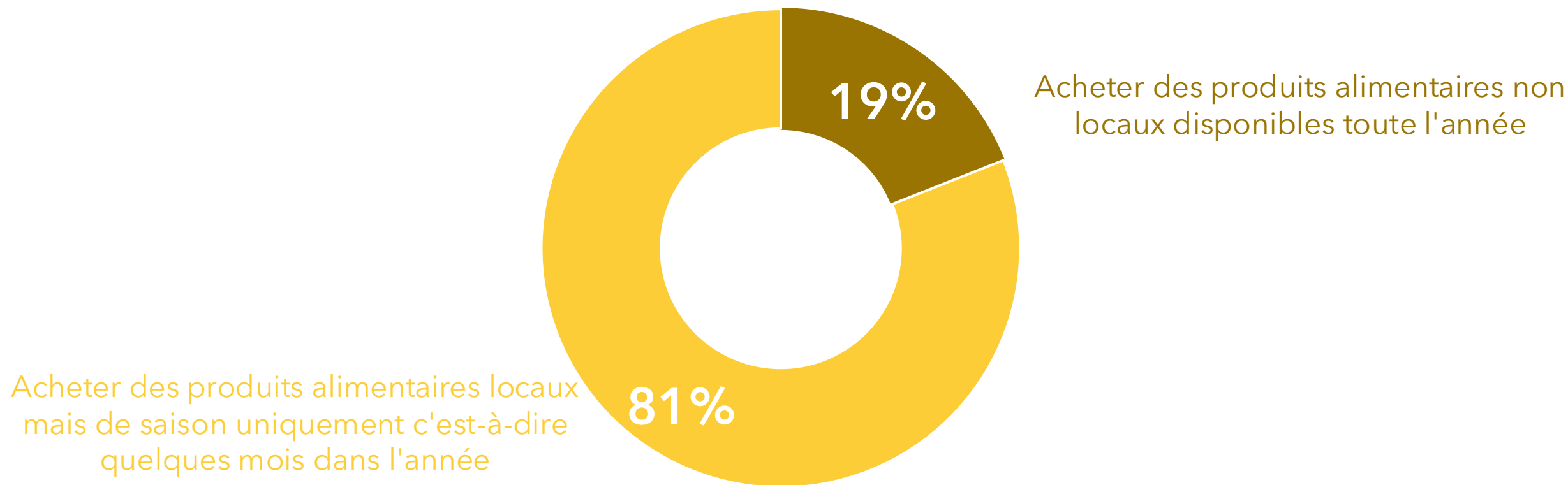


# Les préférences d'achats des Français - *produits alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits alimentaires... ?



1019  
personnes

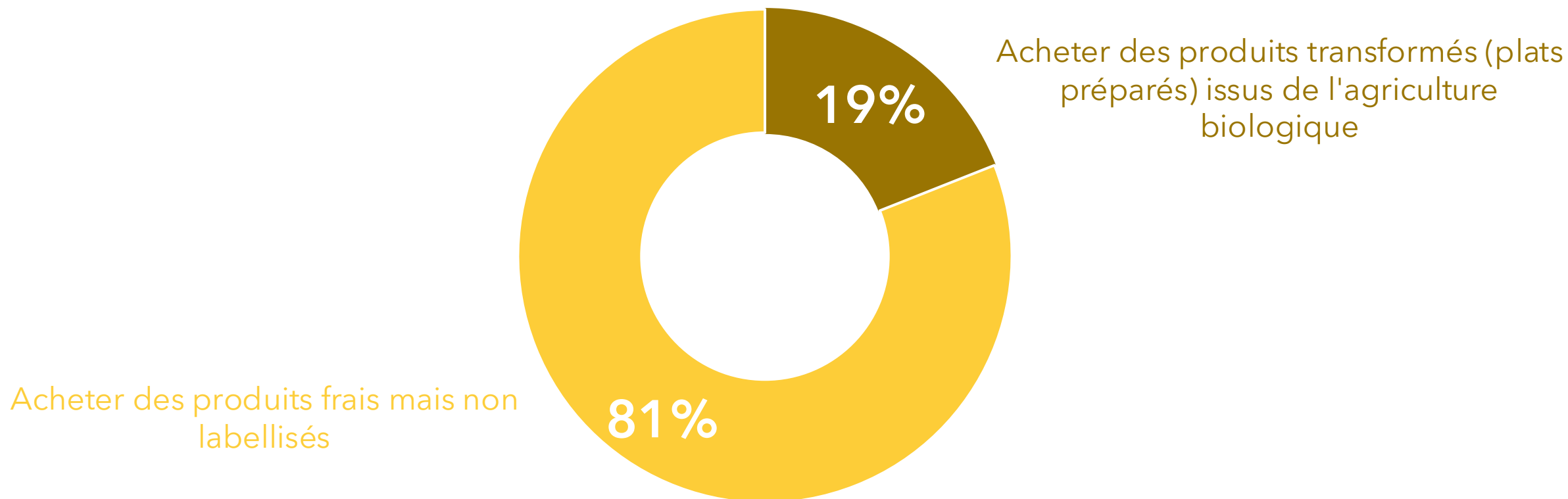


# Les préférences d'achats des Français - *produits alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits alimentaires... ?



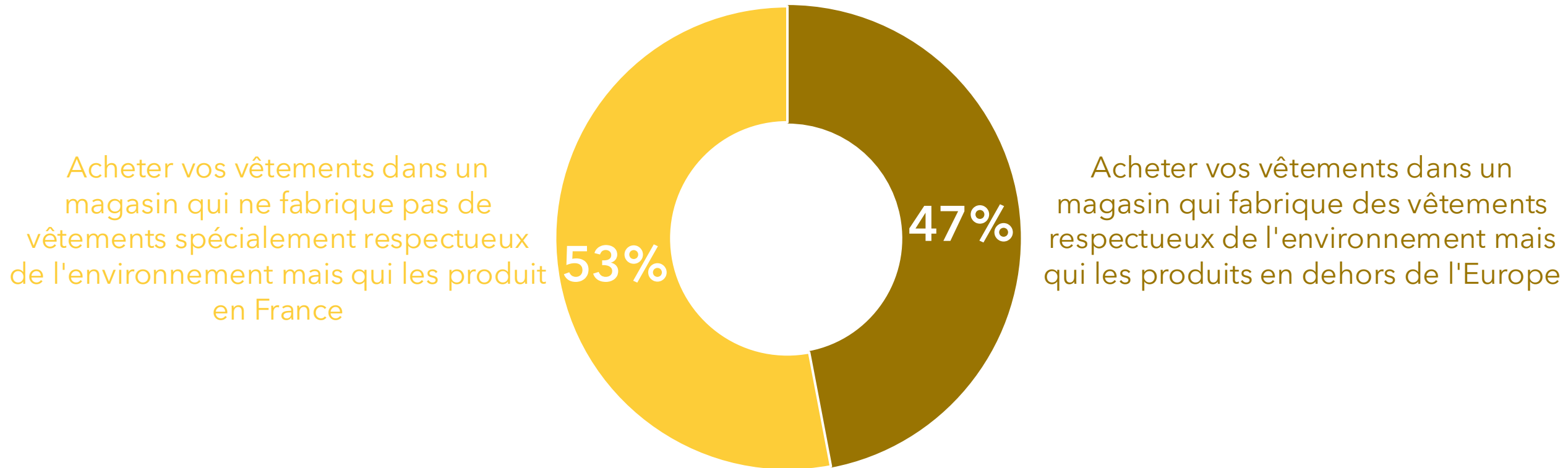
1019  
personnes



# Les préférences d'achats des Français - *produits non-alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits non alimentaires... ?

  
1019  
personnes

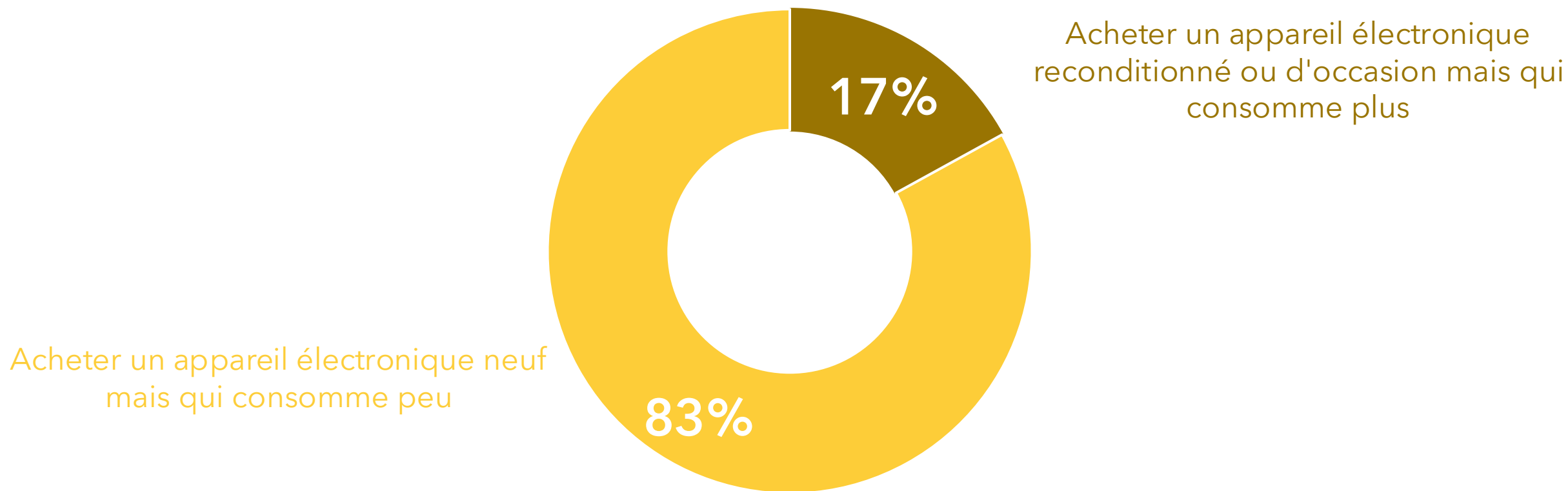


# Les préférences d'achats des Français - *produits non-alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits non alimentaires... ?



1019  
personnes

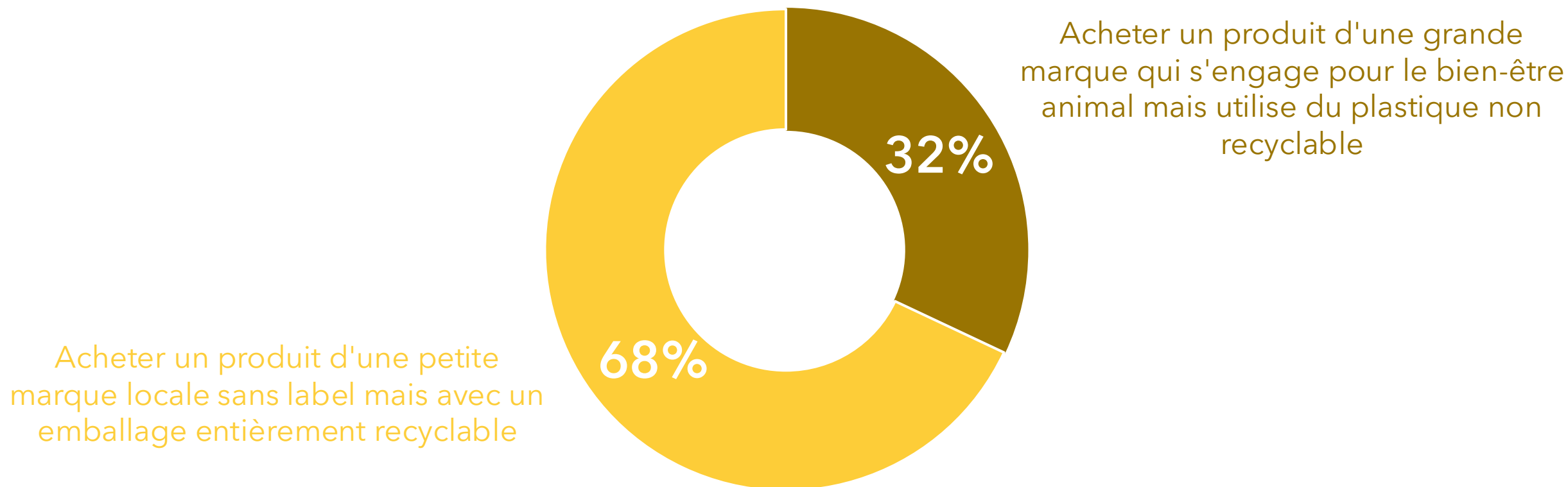


# Les préférences d'achats des Français - *produits non-alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits non alimentaires... ?



1019  
personnes

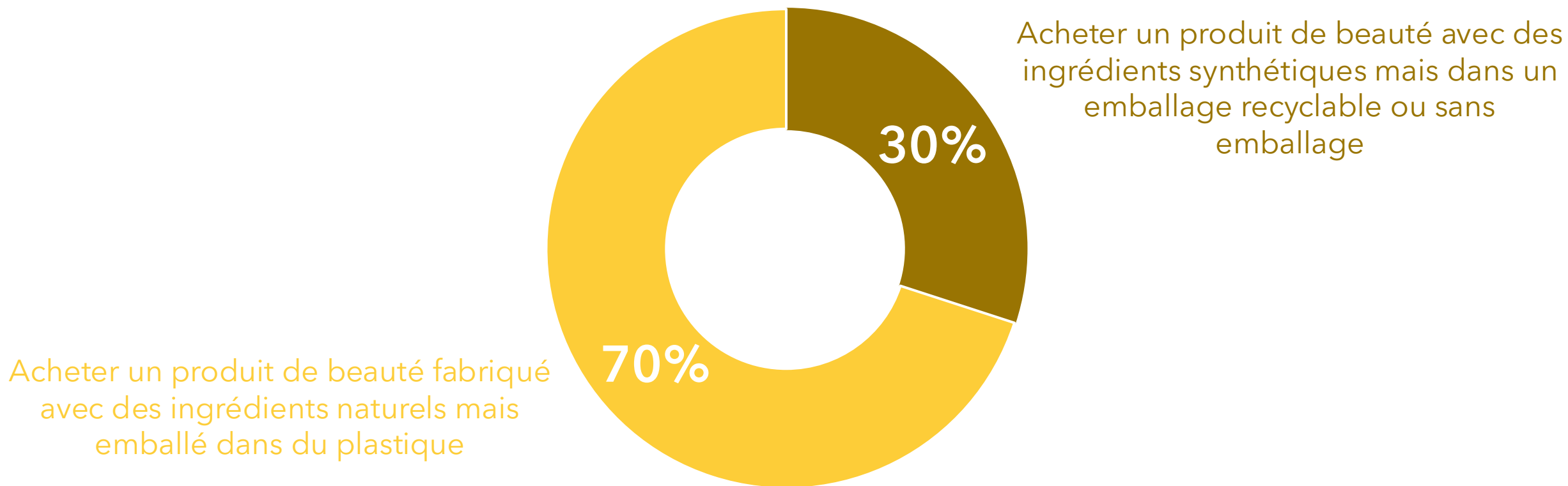


# Les préférences d'achats des Français - *produits non-alimentaires*

Q. Vous personnellement, de laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné concernant les produits non alimentaires... ?



1019  
personnes



# Le supplément envisageable pour des produits plus respectueux de l'environnement



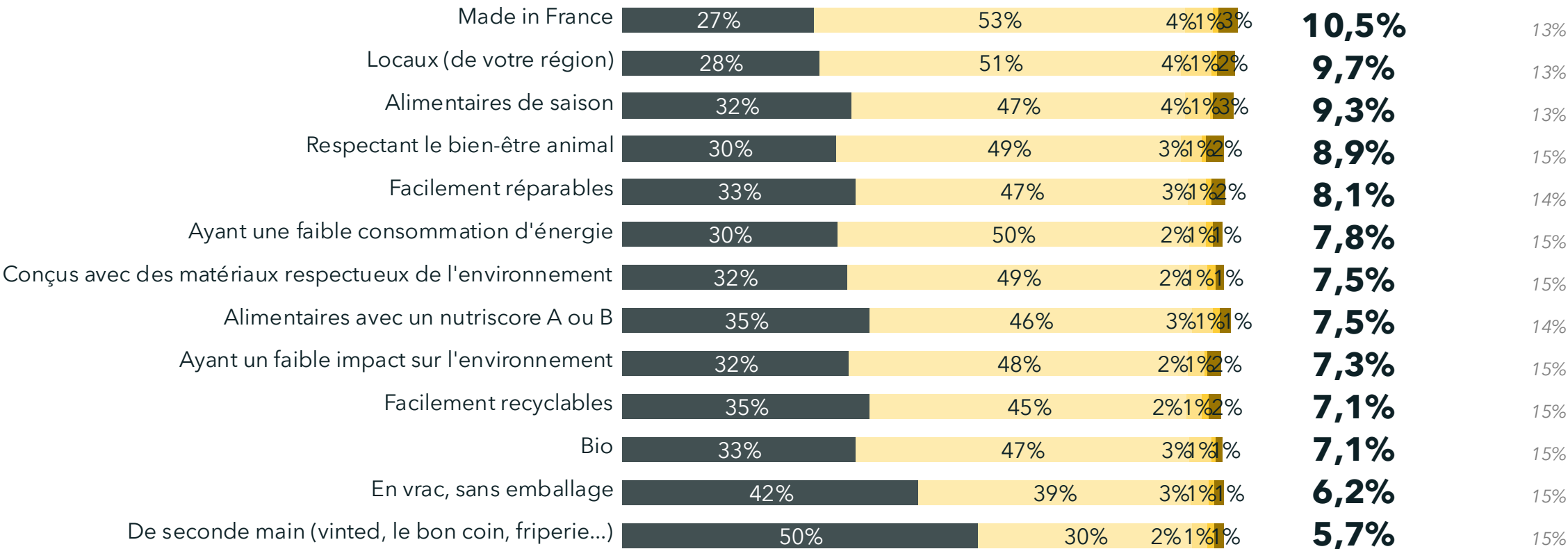
1019  
personnes

Q. 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 ?

Question ouverte numérique – Réponses spontanées

Moyenne

NSP



# Contacts études



**iloveretail.fr**

Mike Hadjadj

Fondateur

94, rue Marius Auphan  
92300 Levallois-Perret

+33 6 27 30 52 08

[mike@iloveretail.fr](mailto:mike@iloveretail.fr)

[www.iloveretail.fr](http://www.iloveretail.fr)

[@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)



# Merci de votre attention

