

Thème 1 : Du pouvoir d'achat au pouvoir de vivre : budget et gestion des dépenses à l'ère de la consommation responsable

Enquête 2/3 : « Consommation responsable / pouvoir d'achat, des enjeux contradictoires ? »

Février 2019

Magalie Gérard, Directrice adjointe du Département Politique – Opinion

Pierre-Hadrien Bartoli, Chef de groupe au Département Politique – Opinion

Morgane Hauser, Chargée d'études senior au Département Politique – Opinion

Sommaire

Méthodologie d'enquête

P.3

La consommation responsable, un mode de vie à définir

P.5

Consommer responsable aujourd'hui, quelles manifestations concrètes ?

P.11

La consommation responsable, des impacts pour demain ?

P.17



Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **5** au **7 février 2019**.



Échantillon de **1000** personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e)**.



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

La consommation responsable, un mode de vie à définir

- Consommer de manière responsable est un concept qui regroupe de nombreuses réalités pour les Français où se mêlent pratiques et nouveaux concepts de consommation. Ils l'associent en premier lieu à une consommation maîtrisée, passant par le recyclage (37%) et le fait maison (36%), dans l'optique de consommer moins, mais mieux (34%). La consommation locale, via le Made in France (33%) et la consommation en circuits courts (33%) apparaît également comme constitutive de l'idée de responsabilité. Dans une moindre mesure, l'attention à la réduction des déchets et à la consommation de plastique lui sont aussi associées.
- Face à la diversité des incarnations de la consommation responsable, les Français estiment majoritairement que s'orienter vers ce mode de consommation ne représente pas un changement fondamental de mode de vie mais nécessite seulement quelques ajustements (63%). Alors même que l'idée de consommer moins, mais mieux fait partie des premières associations à la consommation responsable, les Français n'écartent pas de la définition le fait de consommer des produits différents. Il y a ainsi un véritable équilibre entre l'idée de réduire sa consommation (48%) et l'idée d'avoir recours à d'autres produits plus responsables (51%).
- Il n'y a pas non plus de réponse évidente pour les Français sur l'aspect financier de la consommation responsable, la moitié des Français estimant que c'est un mode de consommation accessible à tous (46% et jusqu'à 52% chez ceux qui estiment consommer comme cela aujourd'hui) quand l'autre moitié estime qu'il s'agit d'un privilège réservé à quelques uns. Dans cette optique, ils n'établissent pas non plus une vision tranchée du coût de la consommation responsable, 52% indiquant qu'elle revient moins cher que la consommation traditionnelle, l'autre moitié se prononçant plutôt pour l'inverse.
- Alors, consommer responsable, plutôt un enjeu économique ou écologique ? Dans l'ensemble, les Français se montrent encore une fois partagés, 51% déclarant que s'ils devaient aujourd'hui consommer de manière plus responsable, ce serait en premier lieu pour des considérations écologiques, et 47% affirmant que leur motivation première serait plutôt de faire des économies. Alors que cet enjeu économique est davantage mis en avant par les plus âgés, les plus jeunes, les plus aisés, ainsi que ceux qui déclarent aujourd'hui consommer de manière responsable accentuent davantage les enjeux environnementaux.



La consommation responsable est aujourd'hui en premier une consommation maîtrisée (recyclage, fait maison, moins mais mieux) et une consommation locale (Made in France, circuits courts)

Parmi les éléments suivants, lesquels sont ceux qui incarnent pour vous le mieux l'idée d'un comportement de consommation responsable ?

Réponses données à partir d'une liste – Cinq réponses possibles – Total supérieur à 100%

- À tous, en % -



TOP 5

des termes les plus associés à la consommation responsable

37%
Recyclage

36%
Fait maison
Femmes : 41%
50 ans et plus : 42%

34%
Consommer moins mais mieux
50 ans et plus : 38%

33%
Made in France
50 ans et plus : 40%

33%
Circuits courts
Hommes : 36%
50 ans et plus : 41%

La réduction des emballages comme des matières plastiques, le bio, ou le respect du bien-être animal apparaissent comme des thèmes sous-jacents, mais présents dans la consommation responsable

Parmi les éléments suivants, lesquels sont ceux qui incarnent pour vous le mieux l'idée d'un comportement de consommation responsable ?

Réponses données à partir d'une liste – Cinq réponses possibles – Total supérieur à 100%

- À tous, en % -



Pour près des deux tiers des Français, consommer responsable nécessite seulement quelques ajustements à son mode de vie. Ils sont plus divisés sur la question de pouvoir réaliser des économies

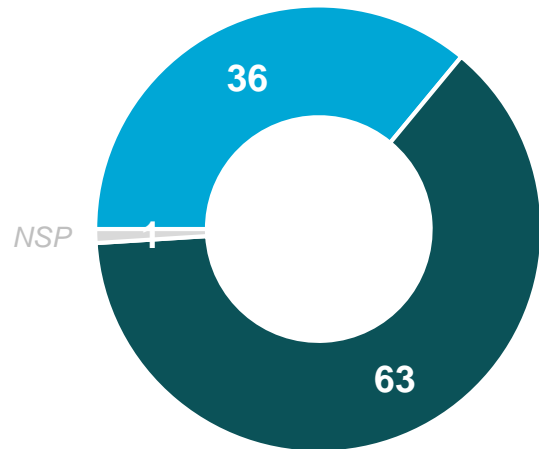
Pour chacune des alternatives suivantes, sélectionnez l'affirmation qui correspond pour vous le mieux à la définition d'un comportement responsable de consommation.

- À tous, en % -

Consommer de manière responsable...

Nécessite de changer radicalement son mode de vie

Moins de 35 ans : 46%
Revenus du foyer < 2000€/mois : 42%

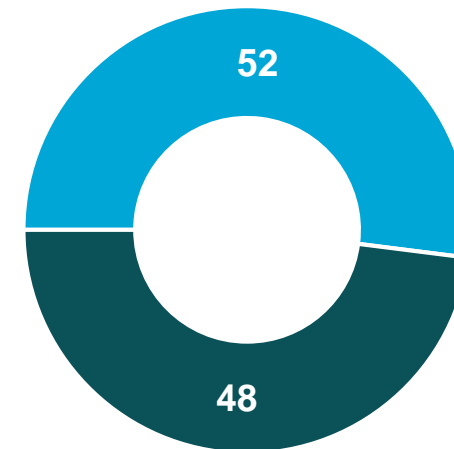


Nécessite seulement quelques ajustements

Déclarent consommer responsable : 67%
65 ans et plus : 75%

Permet de réaliser des économies par rapport à la consommation traditionnelle

65 ans et plus : 58%
Déclarent consommer responsable : 58%



Coûte plus cher que la consommation traditionnelle

Moins de 35 ans : 54%

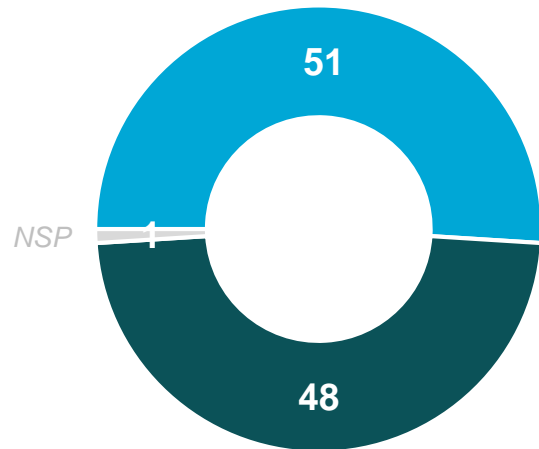
Consommer responsable, c'est moins consommer pour les uns, consommer différemment pour les autres

Pour chacune des alternatives suivantes, sélectionnez l'affirmation qui correspond pour vous le mieux à la définition d'un comportement responsable de consommation.

- À tous, en % -

Consommer de manière responsable...

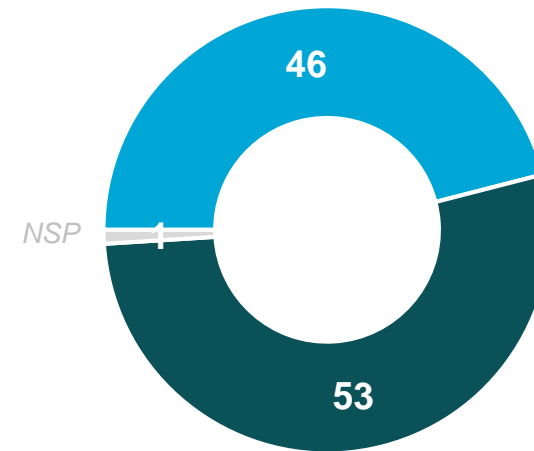
Signifie avant tout
consommer des produits
différents



Signifie avant tout réduire sa
consommation

Est financièrement accessible à
tous

Déclarent consommer responsable : 52%
Revenus du foyer > à 4000€/mois : 54%



N'est pas financièrement
accessible à tous

Déclarent ne pas consommer responsable : 70%

Les motivations à consommer aujourd'hui plus responsable sont nombreuses et dans l'ensemble, les Français se montrent divisés entre ceux pour qui le ressort principal est l'impact environnemental et ceux qui mettent en avant l'impact financier de cette consommation

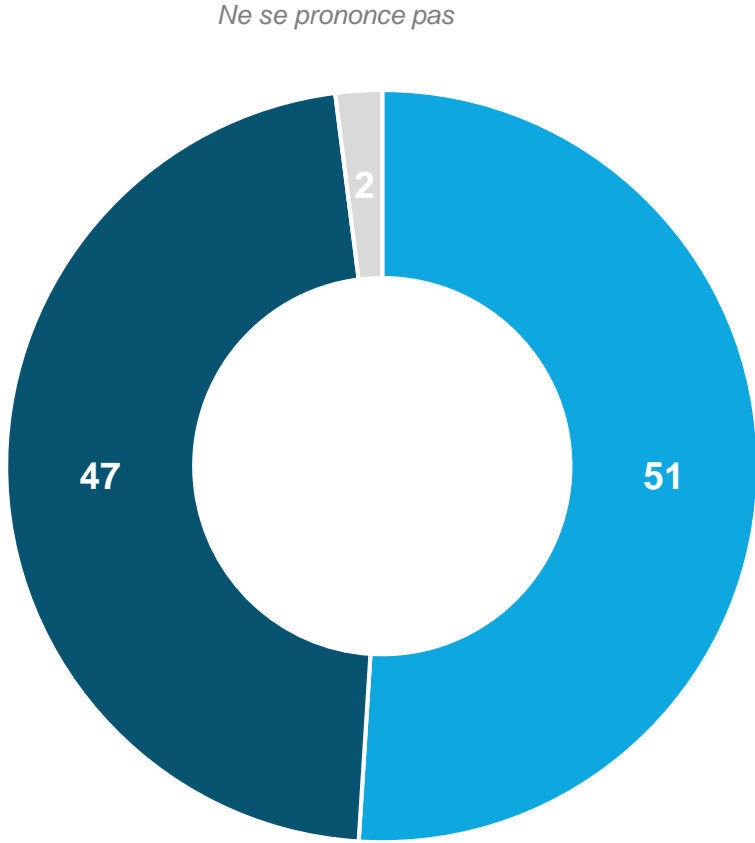
Aujourd'hui, si vous deviez vous engager à consommer de manière plus responsable, ce serait avant tout... ?

- À tous, en % -



Pour limiter vos dépenses : 47%
(Réduire le poids des produits chers comme la viande sur votre budget, réduire le poids des dépenses énergétiques dans le budget, etc.)

65 ans et plus : 53%



Pour limiter votre impact environnemental : 51%
(utiliser moins les ressources, limiter la pollution, lutter contre le réchauffement climatique, etc.)

- Moins de 35 ans : 57%*
- Catégories aisées : 58%*
- Niveau de diplôme > à Bac+2 : 56%*
- Déclarent consommer responsable : 53%*



Consommer responsable aujourd'hui, quelles manifestations concrètes ?

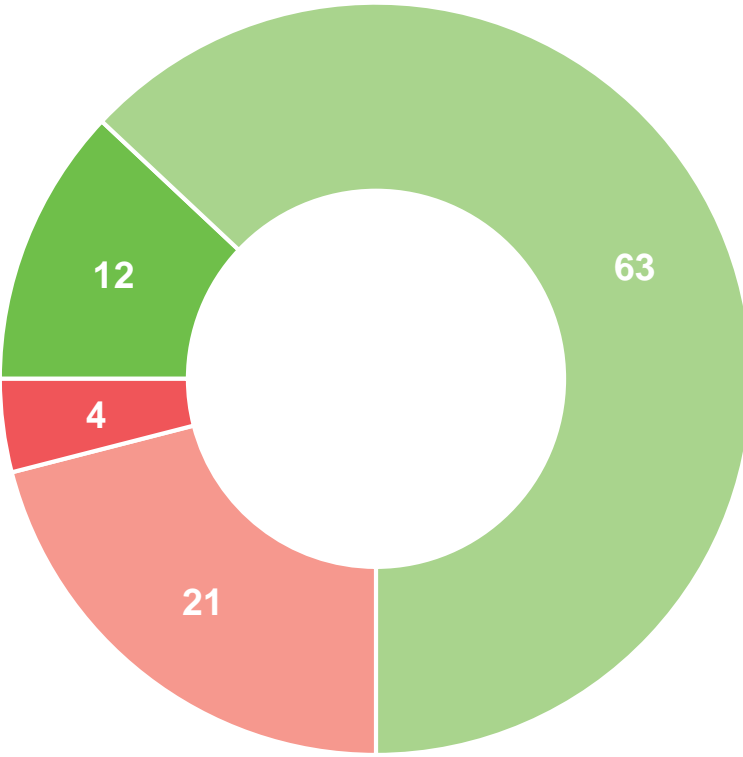
- Près des trois quarts des Français déclarent aujourd'hui consommer de manière responsable, un comportement qui se confirme dans les habitudes des Français, malgré un léger recul (-3 points par rapport à 2018). Les femmes et les Français les plus âgés continuent à se déclarer plus nombreux dans ces pratiques plus responsables. Certains comportements semblent avoir particulièrement progressé depuis 3 ans, parmi lesquels consommer davantage de produits locaux (52% estiment en consommer *plus qu'il y a trois ans*), davantage de produits faits maison (48%) ou de produits issus de circuits courts (47%). A l'inverse, les Français affirment avoir particulièrement diminué leur consommation de viande (47% *moins qu'il y a trois ans*), une démarche tant écologique qu'économique.
- Concrètement, ce sentiment de consommer de manière plus responsable se manifeste dans le panier alimentaire des Français. Sur un panier de 10 articles, les Français estiment en effet aujourd'hui que 4 produits en moyenne présenteront au moins un critère de responsabilité (circuits courts, rémunération juste des producteurs, bio, sans emballages, etc.). Une tendance à nouveau légèrement plus forte dans le panier des femmes et des Français les plus âgés.
- Au quotidien, la responsabilité se manifeste également dans le fait de davantage prendre le temps de la réflexion lors de ses achats. 60% des Français affirment renoncer fréquemment à des produits qu'ils avaient l'habitude d'acheter car ils ne les considèrent pas comme suffisamment responsables, et 67% indiquent qu'il leur arrive fréquemment de renoncer à des produits qui leurs font envie mais dont ils n'ont pas nécessairement besoin, afin de s'inscrire dans des démarches de consommation plus vertueuses.
- Cette tendance au renoncement affecte-t-elle le plaisir de l'achat ? Pour les Français dans l'ensemble, consommer de manière responsable n'apparaît pas comme un renoncement au plaisir de consommation, au contraire. Si 54% estiment que cela ne change rien par rapport à la consommation traditionnelle, ils sont 34% à affirmer que consommer responsable amène davantage de plaisir.



Comme en 2018, 3 Français sur 4 estiment aujourd'hui consommer de manière responsable, même s'il ne s'agit pas, pour la plupart, d'une affirmation ferme

Vous-même, aujourd'hui, avez-vous le sentiment de consommer de manière responsable ?*

- À tous, en % -



Oui : 75% ▲-3

Femmes : 78%
65 ans et plus : 90%

Non : 25% ▼+3

Hommes : 28%
Moins de 35 ans : 36%

■ Oui, tout à fait

■ Oui, plutôt

■ Non, plutôt pas

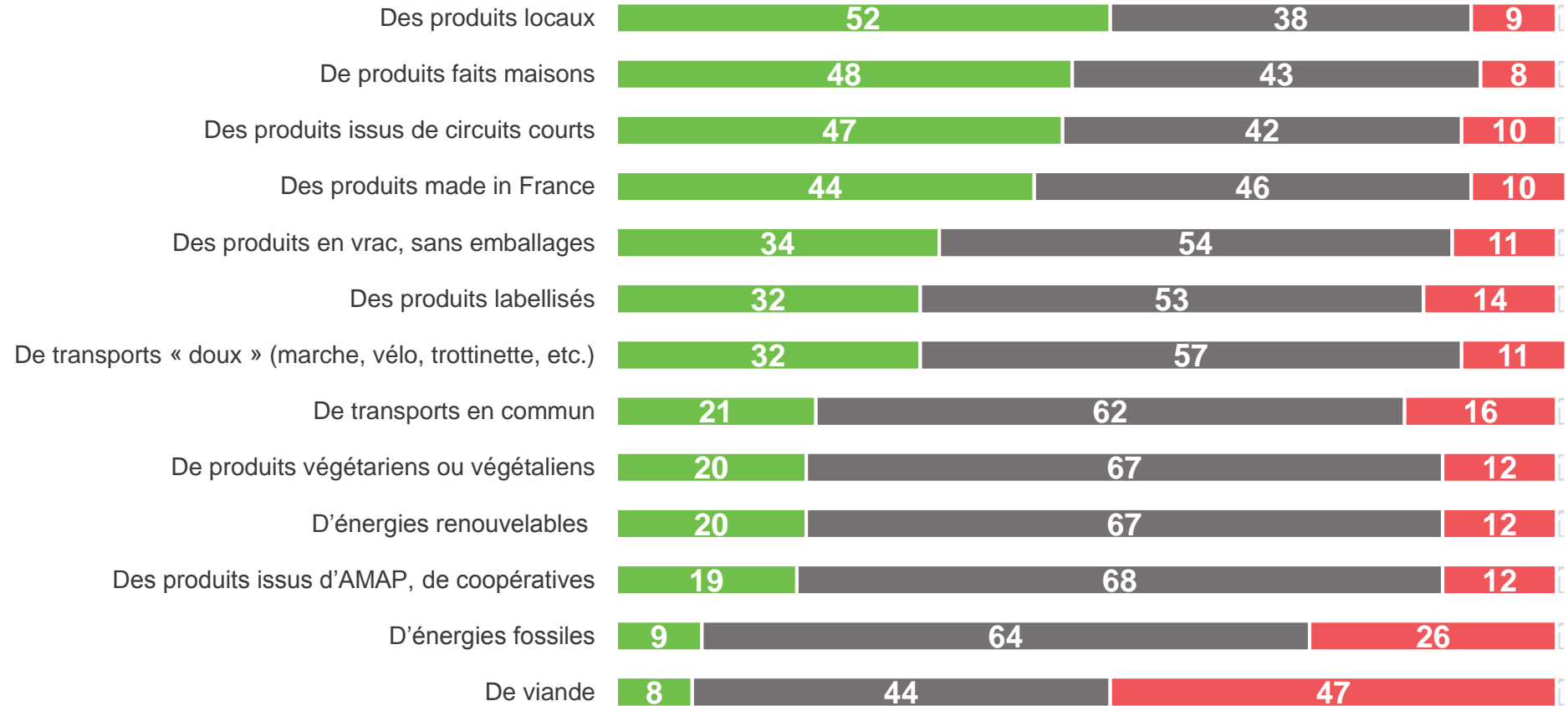
■ Non, pas du tout

*Les évolutions sont indiquées relativement à l'enquête « Responsabilité et éthique dans la consommation » réalisée par Harris Interactive pour les zOOMs de l'Observatoire Cetelem, du 6 au 8 février 2018 auprès d'un échantillon national représentatif de 1001 personnes.

Dans les faits, lorsqu'ils évoquent leur conduite au cours des 3 dernières années, les Français déclarent adopter de plus en plus de comportements responsables, notamment en consommant plus de produits locaux, faits maison, issus de circuits courts ou Made in France

Aujourd'hui, par rapport à il y a 3 ans, avez-vous l'impression de consommer plus, moins, ou ni plus ni moins chacun des éléments suivants ?

- À tous, en % -



■ Plus qu'il y a 3 ans

■ Ni plus ni moins qu'il y a 3 ans

■ Moins qu'il y a 3 ans

■ Ne se prononce pas



En moyenne, sur un panier de 10 articles, les Français déclarent avoir sélectionné au moins 4 articles comportant au moins une caractéristique de responsabilité

Lorsque vous faites vos courses, sur un panier de 10 articles, combien en moyenne auront au moins une composante responsable (issus de l'agriculture biologique, produits localement, produits dans des conditions de rémunération et de travail justes, réduisant les emballages, etc.) ?

- À tous, en % -

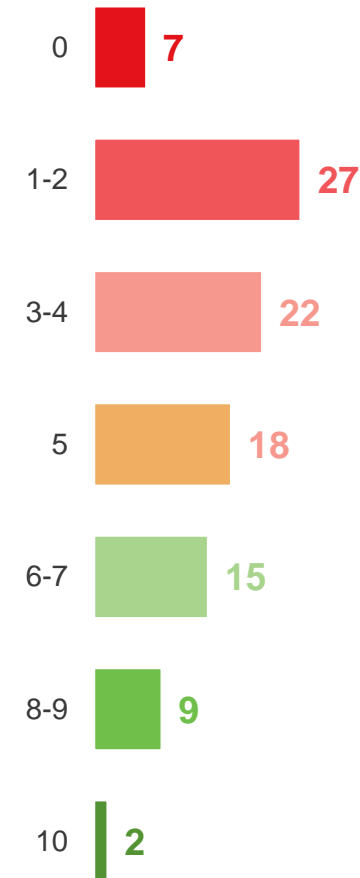


4,1 / 10

Produits en moyenne produits comportant au moins une caractéristique responsable dans le panier des Français

Femmes : 4,3

65 ans et plus : 4,7



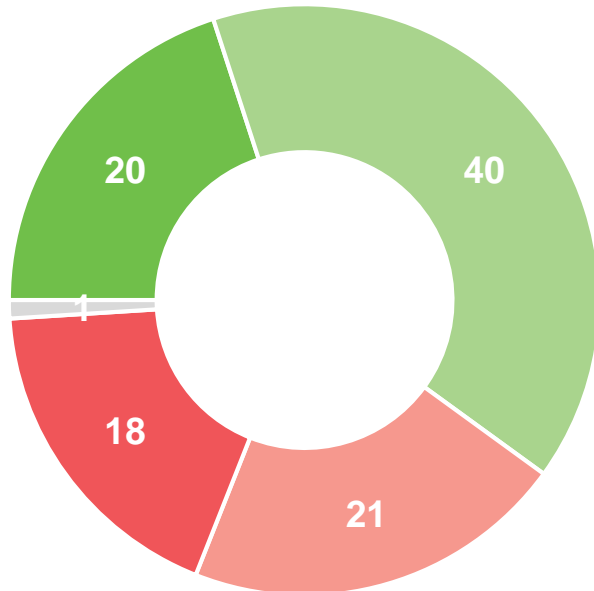
Concrètement, les comportements responsables se diffusent dans une partie de la société, plus de 6 Français sur 10 déclarant régulièrement modifier leurs anciennes habitudes de consommation pour consommer mieux ou moins

Aujourd'hui, vous arrive-t-il de... ?

Renoncer à des produits que vous aviez l'habitude d'acheter car vous estimez qu'ils ne sont pas suffisamment responsables

Souvent / De temps en temps : 60%

*Femmes : 63%
50 ans et plus : 63%
Déclarent consommer responsable : 69%*



Rarement / Jamais : 39%

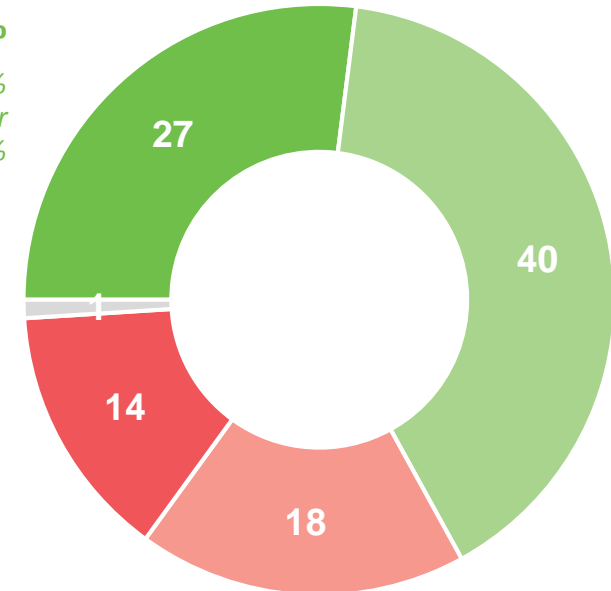
*35-49 ans : 46%
Déclarent ne pas consommer responsable : 65%*



Renoncer à des produits qui vous font envie, mais dont vous n'avez pas nécessairement besoin pour être plus responsable dans votre consommation

Souvent / De temps en temps : 67%

*Femmes : 72%
Déclarent consommer responsable : 74%*



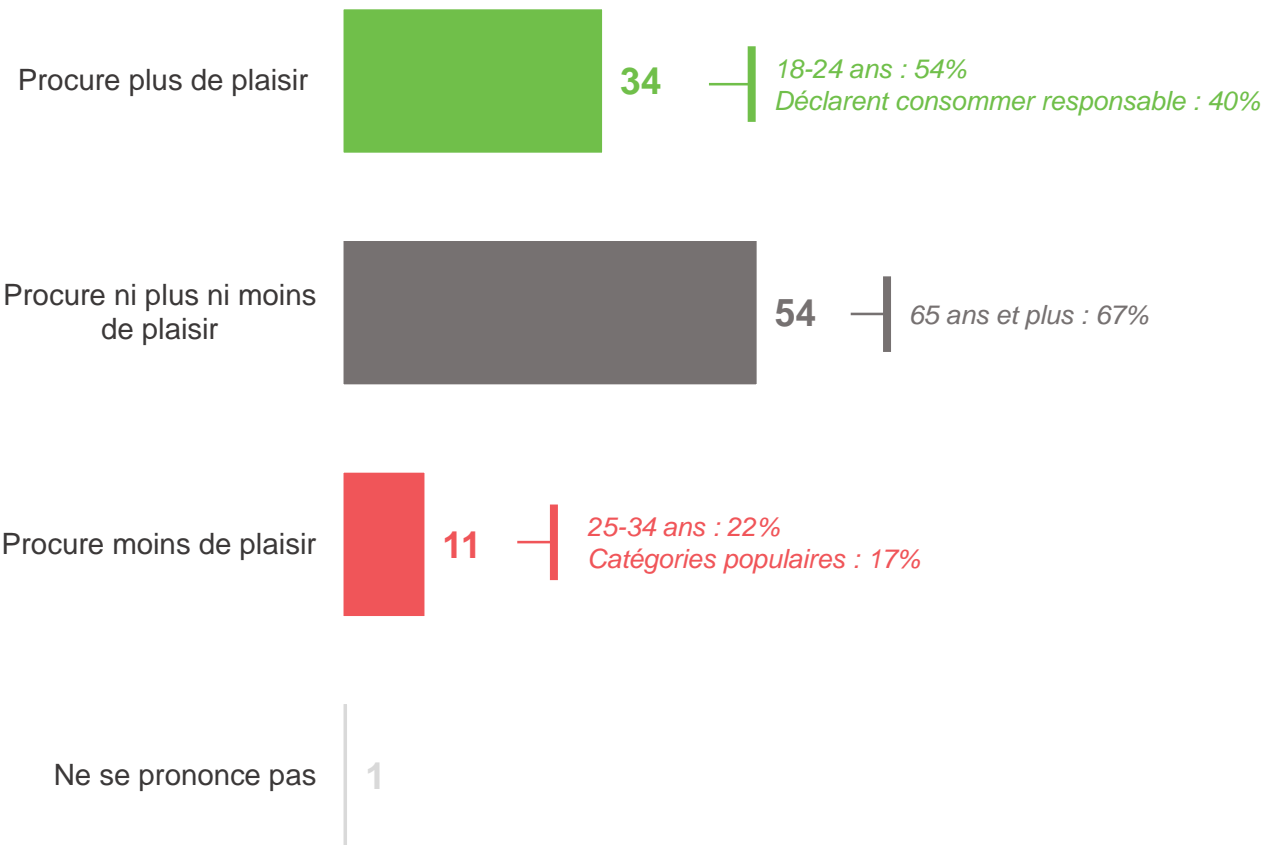
Rarement / Jamais : 32%

*Hommes : 39%
35-49 ans : 35%
Déclarent ne pas consommer responsable : 54%*

Le sentiment moral comme source de plaisir ? 34% des Français estiment que consommer de manière responsable procure plus de plaisir que la consommation traditionnelle, contre 11% seulement qui estiment que ce mode de consommation procure moins de plaisir

Pour vous, consommer de manière responsable procure plus, moins, ou ni plus ni moins de plaisir que de consommer de manière traditionnelle ?

- À tous, en % -



La consommation responsable, des impacts pour demain ?

- Majoritairement engagés dans des processus de responsabilisation de leur consommation, les Français se montrent convaincus des effets positifs de l'évolution de leurs comportements individuels sur la consommation à grande échelle. Au-delà de l'amélioration de leur propre santé (85%), les Français placent de véritables espoirs sur le fait que la responsabilisation de leurs comportements permette d'améliorer le système de production à grande échelle (80%) et par conséquent la situation environnementale à l'échelle mondiale (80%). Perçue comme réellement capable de changer les choses du point de vue écologique, la consommation responsable trouve une vraie résonance positive du point de vue économique, capable pour les Français d'améliorer l'économie régionale voire nationale (77%) ou encore de favoriser l'emploi (73%), voire même, dans une moindre mesure, le pouvoir d'achat (62%).
- Les Français apparaissent majoritairement enclins à croire aux bénéfices d'une consommation plus responsables, et pensent continuer à s'engager dans cette démarche à l'avenir : 73% d'entre eux estiment qu'ils consommeront davantage de manière responsable dans 3 ans. Les personnes déjà engagées aujourd'hui dans ce type de consommation accentuent par ailleurs cette volonté (78%). Point d'attention, les Français issus des catégories populaires s'attendent le plus à voir leurs comportements responsables reculer (8% contre 3% de l'ensemble). La faute au pouvoir d'achat ?



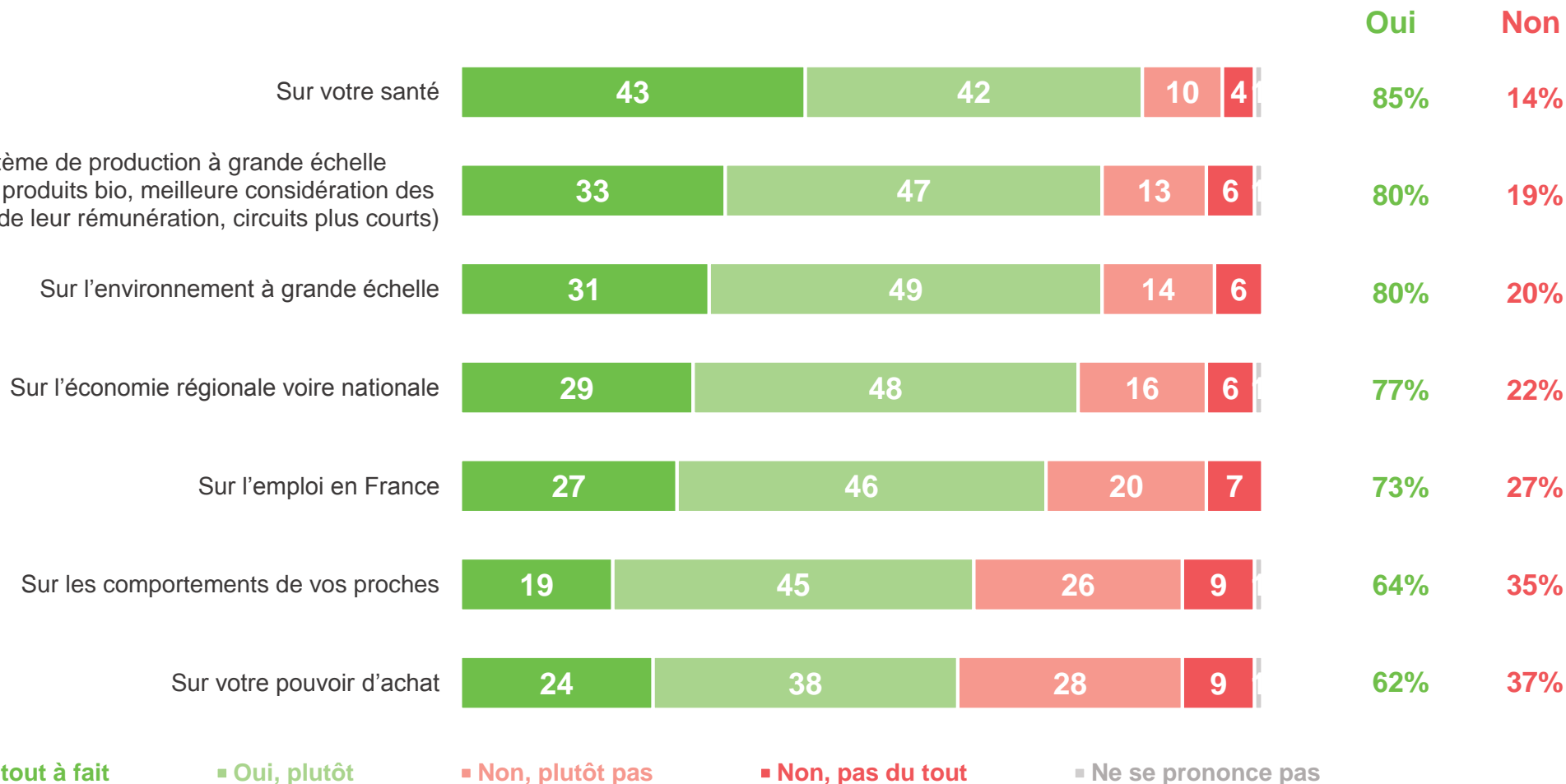
Les Français se montrent convaincus des répercussions positives d'une consommation individuelle plus responsable sur leur santé mais également à plus grande échelle sur l'environnement, ou sur le système de production

Avez-vous le sentiment qu'adopter à votre échelle des comportements de consommation responsable pourrait avoir un véritable impact positif... ?

- À tous, en % -



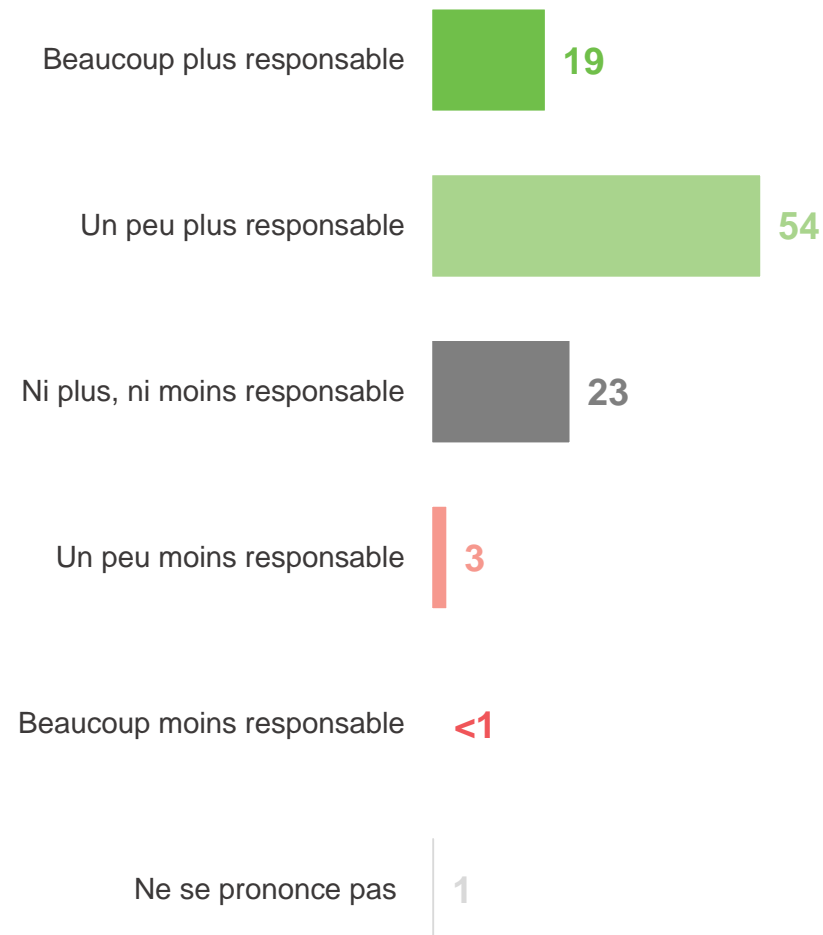
Sur le système de production à grande échelle
(davantage de produits bio, meilleure considération des producteurs et de leur rémunération, circuits plus courts)



Les Français, et particulièrement ceux qui sont déjà engagés dans des pratiques de consommation responsable, entendent intensifier leurs efforts d'ici à trois ans

Dans 3 ans, estimez-vous que vous consommerez de manière plus ou moins responsable qu'aujourd'hui ?

- À tous, en % -



73%

Estiment qu'ils consommeront de manière plus responsable dans 3 ans

Femmes : 77%

Moins de 35 ans : 80%

Catégories aisées : 78%

Déclarent consommer responsable : 78%

Hommes : 26%

65 ans et plus : 28%

Déclarent ne pas consommer responsable : 35%

3%

Estiment qu'ils consommeront de manière moins responsable dans 3 ans

Catégories populaires : 8%

Contacts

Merci de noter que toute **diffusion de ces résultats** doit être accompagnée des éléments techniques suivants :
le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire de l'étude**,
la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

Contacts Harris Interactive en France :

Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr

Laurence Lavernhe – Responsable de la communication - 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr