



Paris, le jeudi 31 mars 2011

COMMUNIQUE DE PRESSE

Résultats du baromètre annuel Ethicity « Les Français et la consommation durable »

Les Français en quête d'une information claire et d'une reprise en main de leur consommation

- **62% considèrent que les produits « Développement Durable » ne sont pas assez facilement/rapidement repérables.**
- **60% seraient davantage convaincus d'acheter ces produits s'ils avaient des preuves concrètes de leur meilleure qualité.**
- **51% associent la consommation durable à la fabrication locale.**

Le thème de la Semaine du Développement Durable souligne cette année la nécessité d'un changement de comportement dans notre manière de consommer.

Dans un contexte de défiance vis-à-vis d'un système économique mondialisé et de l'utilisation des arguments environnementaux, où en sont les Français en matière de consommation durable ?

C'est l'objet du baromètre annuel « Les Français et la consommation durable », élaboré par Ethicity, cabinet de conseil en développement & marketing durable, en partenariat avec l'ADEME.

Pour Nathalie KOSCIUSKO-MORIZET, ministre de l'Écologie, du Développement durable, du Logement et des Transports : « *Cette étude conforte la nécessité d'apporter aux consommateurs des informations complètes, claires et lisibles sur l'impact environnemental des produits. C'est tout l'enjeu de l'affichage environnemental qui sera expérimenté dès juillet prochain* ».

Des comportements quotidiens bien ancrés

Le développement durable reste une nécessité pour 71 % des Français.

Si la dimension de protection de l'environnement reste citée en priorité, la dimension économique progresse; pour un peu plus de 10 %, le développement durable induit une nouvelle forme de croissance économique (+3 points par rapport à 2010).

Au quotidien, cette situation se traduit par des comportements plus intégrés, motivés par la recherche d'économies: 80 % des sondés ont ainsi introduit dans leurs habitudes des comportements en vue de réduire ou de mieux maîtriser leur consommation d'énergie (+ 4 points).

Un consommateur à la recherche de produits d'une plus grande qualité...

En matière de consommation, l'individu recherche à consommer mieux, dans un objectif de santé avant tout:

- Pour 63 % des Français, la santé (la leur et celle de leurs proches) fait partie de leurs 3 premières préoccupations.
- Par conséquent, ils sont près de 36 % à considérer que l'argument « (ces produits) sont meilleurs pour la santé » s'impose comme le premier critère d'achat, au détriment des bénéfices apportés pour la préservation de la planète (27 %).

C'est dans ce contexte que la **tendance du « consommer autrement »** se dessine :

- pour 45 % des Français, consommer responsable, c'est consommer autrement (+10 points par rapport à 2010)
- 51 % déclarent avoir cette année privilégié des produits plus durables.(dont 13 % qui déclarent cependant acheter moins).
- 33 % consomment de manière pragmatique en achetant moins et à bas prix.

... et d'informations claires et accessibles

Défiant vis-à-vis des discours de marques, les Français souhaitent disposer d'une information claire et fiable qui leur permette de faire un choix averti lors de leurs actes d'achat :

- **Une information visible et simple**

56 % considèrent qu'il est difficile de comprendre les informations sur les produits durables, 62 % considèrent que les produits « Développement Durable » ne sont pas assez facilement / rapidement repérables.

- **Une information qui permet une meilleure traçabilité des produits**

L'origine des matières premières et le lieu de fabrication sont les deux premières informations attendues sur les étiquettes des produits. La majorité des Français associe la consommation durable à la fabrication locale (51 % le citent en 1er ou en 2ème critère).

- **D'avantage de preuve de la qualité des produits**

60% d'entre eux (+15points vs 2010) seraient davantage convaincus d'acheter plus de produits durables s'ils avaient des preuves concrètes de leur meilleure qualité.

Une envie d'agir « local » plutôt que « global »

Les enjeux environnementaux planétaires ne suscitent plus autant l'intérêt des Français :

- 49% d'entre eux y sont encore très sensibles alors qu'ils étaient 55% en 2008.
- La consommation de produits locaux est devenue l'une des modalités d'action en faveur du développement durable majoritairement appréciée par les Français. Ils sont d'ailleurs 24% à privilégier régulièrement les produits fabriqués localement.

Ethicity en bref :

Ethicity est un cabinet conseil en (développement & marketing) durable indépendant, créé en 2001 pour co-innover l'offre et inventer des modes de vie pour un monde désirable. Pour cela nous accompagnons les organisations de la stratégie à l'action dans leur mutation progressive en apportant la vision et les outils leur permettant de faire évoluer leur offre de produits / services.

Nos 4 métiers : Stratégie de Développement Durable – Management du Développement Durable - Marketing durable –co-construction avec les parties prenantes.

Contact Ethicity : Gilles Degroote – gilles.degroote@ethicity.fr - 01 49 709 712

www.ethicity.net - www.blog-ethicity.net

L'ADEME en bref :

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) est un établissement public sous la triple tutelle du ministère de l'Ecologie, du Développement durable, des Transports et du Logement, du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche et du ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie. Elle participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable.

Afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale, l'Agence met à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, ses capacités d'expertise et de conseil. Elle aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit. www.ademe.fr

Contact presse ADEME – Agence GolinHarris :

01 40 41 55 01 – servicedepresseademe@golinharris.com

Contacts presse :

Cabinet de Nathalie Kosciusko-Morizet	01 40 81 72 36
Service de presse ADEME	01 40 41 55 01
