

LE TEMPS DES MARQUES RESPONSABLES

L'étude aide les agences et annonceurs à mieux comprendre où en sont les Français en matière de consommation responsable, et à trouver des clés pour identifier les enjeux liés au développement durable et responsable des marques.

UNE PRISE DE CONSCIENCE GÉNÉRALISÉE DE L'URGENCE ENVIRONNEMENTALE



70%

des Français pensent que notre civilisation vit une crise écologique sans précédent

64%

ont conscience qu'ils vont devoir changer leur mode de vie

DES PETITS GESTES ÉCO-RESPONSABLES PRATIQUÉS PAR 81% DES FRANÇAIS

93%

limitent le gaspillage alimentaire

92%

trient leurs déchets

89%

économisent l'eau (douche, brossage des dents ...)

77%

font réparer des objets

UNE SEGMENTATION RÉALISÉE À PARTIR DE 66 ACTIONS RESPONSABLES

- Les fortement mobilisés : **18%**

- Les moyennement mobilisés : **26%**

- Les faiblement mobilisés : **39%**

- Les démobilisés : **17%**

LA GÉNÉRATION Z : DERNIÈRE GÉNÉRATION À POUVOIR AGIR

89%

ont adopté des comportements responsables en 2019



52%

font confiance aux labels, 1^{ère} source d'information

45%

considèrent le bien-être animal comme un critère d'achat responsable

9 FRANÇAIS SUR 10 NE SAVENT PAS COMMENT RECONNAÎTRE UNE MARQUE RESPONSABLE

Aux yeux des consommateurs, qu'est-ce qu'une marque responsable ?

UNE MARQUE QUI INCARNE DES VALEURS

45%
l'écologie

42%
la durabilité

40%
le respect

DRIVERS D'ACHATS

60%
la transparence sur les prix

58%
avoir des modes de production respectueux de l'environnement

55%
vendre des produits réparables

DES FREINS MAJEURS À LEVER POUR LES MARQUES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

56%

Les contraintes financières

49%

Des infrastructures de proximité

37%

Une offre responsable (composition et emballage)

LES ATTENTES DES FRANÇAIS EN MATIÈRE DE COMMUNICATION RESPONSABLE

85%

des Français attendent des marques qu'elles communiquent davantage sur leurs pratiques et engagements



75% DES FRANÇAIS AIMERAIENT BIEN QU'IL Y AIT PLUS D'ÉMISSIONS QUI PARLENT D'ENVIRONNEMENT DANS LES MÉDIAS

LES FORMATS PLÉBISCITÉS :

65%

documentaires

50%

enquêtes

29%

JT



LA SCIENCE OFFRE DE NOUVEAUX HORIZONS EN MATIÈRE D'ÉCOLOGIE

64%

des Français sentent que les progrès de la science vont permettre de trouver des solutions aux problèmes écologiques actuels.

VS

77%

des 18-24 ans

