

## Les Français, le Bio, l'éthique et la conso durable

02/2008

Plusieurs enquêtes concordent pour souligner que pour les Français le respect de soi et de l'environnement sont au centre d'une attirance croissante pour le bio, le naturel, le développement durable, le commerce équitable, ... notions parfois mélangées quoique distinctes. La notion de consommation durable progresse dans les esprits et dans les actes d'achats se traduit par des attentes croissantes et multiformes des consommateurs.

### Une intention affichée de consommer mieux

- De nombreuses études et enquêtes portant sur différents sujets de consommation montrent que **c'est une mutation profonde que vivent les consommateurs français** et occidentaux en général :
- L'environnement et la pollution sont la troisième préoccupation des Français après le chômage et la santé\*\*\*\*.
- Les Français estiment à 59% que les entreprises dont ils sont clients doivent se préoccuper de l'environnement\*\*\*\*\*.
- Selon une étude de mars 06, dans l'esprit des Français (69%), **l'environnement est un critère d'achat prioritaire pour 29%** et suscite un rejet très faible (13%) surtout du fait des catégories peu diplômées, rurales et peu impliquées dans la vie sociale.
- Selon Ipsos, 53 % des Français considèrent que leur consommation a un impact négatif sur l'environnement et 85 % ont le sentiment que dans leur vie quotidienne, ils pourraient faire quelque chose pour protéger l'environnement. 50% des Français seraient prêts à « acheter responsable »;
- 81% des Français sont contre les pesticides\*\* et considèrent comme une priorité de limiter l'usage des pesticides.
- A l'occasion du Grenelle de l'environnement, processus lancé par le gouvernement Fillon à l'automne 2007, les Français estiment que, parmi les mesures à adopter en priorité, il y a pour 81% des sondés, l'incitation des industriels à faire passer de 20 à 50% la part de matériaux recyclables dans la composition de leurs produits.
- , les Français ont une image positive des produits contenant des matières premières recyclées\*\*\* et leur confèrent une véritable valeur ajoutée. L'image des produits en recyclé est très positive auprès de la population. Les personnes interrogées ont en effet contredit l'idée selon laquelle ces produits sont souvent de moins bonne qualité que les autres (73%), qu'ils sont en général fabriqués par des marques bas de gamme (73%) ou qu'ils n'inspirent pas confiance (81%). D'ailleurs, elles sont 84% à déclarer acheter des produits recyclés. Cependant, certains le font en connaissance de cause (34%) alors que d'autres pensent qu'ils en achètent sans le savoir (53%).
- Selon une enquête effectuée sur les pratiques des consommateurs en 2007 (a) , 92% d'entre nous se disent prêts à traduire leurs aspirations éthiques dans leurs actes d'achats.  
: *Le concept de développement durable est désormais connu, selon cette enquête, par 54% de la population, même cette connaissance reste parcellaire. En effet, le développement durable est souvent assimilé à la protection de l'environnement (51%) ou à l'éthique pour 17%. Seuls 3 % des consommateurs pensent que le développement durable implique de consommer moins.*
- *Enfin, entre 60 et 70% des sondés attendent des entreprises des secteurs automobile, des produits d'entretien, alimentaire ou de l'énergie, qu'elles fassent de « gros efforts », voire de « très gros efforts ».*

*« Lorsqu'on demande aux consommateurs ce qu'ils sont prêts à faire dès maintenant, ils répondent qu'ils sont prêts à tout faire ! Cette unanimité s'explique par l'aspect très valorisant pour l'égo de la consommation responsable. Faire attention à la planète est aussi une attitude narcissique, liée à l'estime de soi » expliquait la sociologue Danièle Rapoport en rendant compte de l'enquête. Cela souligne, selon elle, que la consommation écologique est dorénavant un élément structurant de la personnalité et de l'appartenance au groupe. La conclusion qu'on peut en tirer est que la consommation ne remet pas en question le monde de consommation qui est le nôtre. **Consommation durable veut dire consommer « mieux », pas forcément consommé « moins »***

### • Des entreprises trop en retrait

- Une étude du CREDOC (b) souligne également les consommateurs sont toujours plus nombreux à consommer "écologique" et à s'engager".

- 44% tiennent compte dans leurs achats des engagements éthiques pris par les entreprises dans la fabrication de leurs produits, contre 38% en 2002. Pourtant, la grande majorité estime que les entreprises ne se mobilisent pas assez et reste plutôt méfiante. 66% des personnes interrogées estiment que les entreprises sont « peu mobilisées » et 88% font confiance aux associations de consommateurs comme « garants du changement », contre seulement 36% aux entreprises. Ce manque d'engagement leur paraît d'autant moins acceptable que le développement durable est compatible avec les impératifs économiques pour près de la moitié d'entre eux... (c).

- 60% des personnes ne parviennent pas à se rappeler une entreprise ou une marque particulièrement innovante en matière de développement ou de consommations durables, soulignant les marges de progrès offertes à la communication des entreprises.

### La demande de consommation durable n'est pas satisfaite

- Parmi les critères d'achat "citoyen", le critère le plus souvent invoqué reste le non travail des enfants (50%), la fabrication du produit en France (37%), puis l'absence de pollution (26%) et enfin le respect des conditions de travail des salariés (25%).

- L'étude estime c'est d'abord population plus jeune, plus aisée et urbaine que la moyenne qui se sent concernée.

- 31% des sondés ont boycotté un produit en 2006, soit 5 points de plus qu'en 2002.

#### • **Le bio à la pointe de la consommation durable**

- Les Français sont de plus en plus nombreux à s'intéresser au **bio**. C'est une confirmation qu'apporte la 8<sup>me</sup> édition du baromètre de l'Agence Bio, un organisme public dédié au développement de l'agriculture biologique.

- 77% des Français interrogés considèrent l'agriculture biologique comme une solution pour faire face aux problèmes environnementaux et 84% souhaitent qu'elle se développe en France.

- 42% déclarent consommer au moins un produit bio chaque mois contre 37% en 2003,

- 33% déclarent avoir « l'intention d'augmenter leur consommation » de fruits et légumes, viande, produits laitiers et pain.

- Les produits biologiques dont les ventes se sont accrues en 2007 sont les compléments alimentaires, le lait, les produits à base de soja et les œufs.

- Les produits bio qui ont le plus attiré de nouveaux consommateurs sont les petits pots pour bébés et l'épicerie, c'est-à-dire les pâtes, le riz, les céréales.

- Le 1<sup>er</sup> motif poussant à consommer des articles bio reste la préservation de la santé (96%), suivi de la qualité et du goût des produits (91%) puis la protection de l'environnement (90%).

Le seul bémol à cette satisfaction est que la consommation de produits bio croît plus rapidement que leur production. Conséquence directe, on recourt de plus en plus aux importations. Il est indispensable de développer l'offre nationale de produits bio et le nombre de producteurs est 'offre si on veut atteindre l'objectif issu du Grenelle de l'Environnement : il s'agit en effet d'atteindre **6% de surface agricole utile en culture biologique d'ici 2010 contre 2% aujourd'hui**.

Une des manières de stimuler la production bio et donc d'atteindre l'objectif global est de proposer 20% de produits bio dans la restauration collective d'ici à 2012. De son côté, la grande distribution a promis à augmenter d'au moins 15% la part des produits bio dans le total des ventes alimentaires chaque année. Ces promesses pourront-elles être tenues ?

- Selon cette même enquête, d'une manière générale, 2 Français sur 3 déclarent qu'ils privilégient l'achat de produits respectueux de l'environnement ou des principes du développement durable.

#### **L'éthique comme valeur essentielle du développement durable**

→ Au-delà du bio, c'est de **consommation éthique dont il s'agit** comme le montrait une étude de mars 2006 sur 6000 personnes\* :

- Plus de 6 Français sur 10 pensent et commencent à agir « développement durable »

- 64,8% déclarent privilégier les marques qui ont une véritable éthique
- 31% déclarent choisir des produits respectueux de l'environnement (+14,4 points par rapport à 2004).

→ L'environnement devient une préoccupation de plus en plus consensuelle, mais l'écart entre la sensibilité des individus pour l'environnement, les efforts qu'ils déclarent être prêts à faire et ce qu'ils font réellement" perdure. Ce sont les conclusions d'une étude portant sur les pratiques écologiques de nos concitoyens\*\*\*\*\*

L'IFEN, l'Institut français de l'environnement, a classé les Français en 6 catégories, en fonction du nombre de 14 pratiques environnementales distinctes : les Français les plus impliqués s'impliquant dans plus de « pratiques » que les moins plus éloignés des préoccupations environnementales :

- **Très engagés pessimistes** : mariés, retraités, plutôt âgés, peu diplômés, logements de taille moyenne, propriétaires en ville.  
Nombre de pratiques : 9,1 en moyenne.
- **Très engagés optimistes** : âgés, retraités, mariés ou veufs, peu diplômés, propriétaires, logements de grande taille.  
Nombre de pratiques : 8,8.
- **Plutôt impliqués pessimistes** : revenus élevés.  
Nombre de pratiques : 8,9.
- **Plutôt impliqués optimistes** : hommes, plutôt âgés, retraités, mariés, propriétaires à la campagne en Ile-de-France, logements de grande taille.  
Nombre de pratiques : 8,4.
- **Intéressés non impliqués pessimistes** : jeunes, plutôt des femmes, célibataires, étudiants, diplômés, locataires ou en accession à la propriété, logements de petite taille en ville.  
Nombre de pratiques : 6,7.
- **Pas concernés** : jeunes, faibles revenus, locataires, célibataires, étudiants ou chômeurs, peu diplômés, urbains.  
Nombre de pratiques : 6,7.

a) Enquête LH2 pour Vraiment Durable en 2007

b) Etude Credoc 2007 (Centre de recherche pour l'étude et l'organisation des conditions de vie)

c) Sondage Ifop pour La Poste, mars 2007 \* Etude TNS Mediantelligence et Aegis media expert

\*\* Sondage Ifop de sept. 07

\*\*\* Sondage réalisé cet été par l'institut TNS-Sofres à la demande d'Eco-Emballages

\*\*\*\* Sondage TNS-Sofres dec 06

\*\*\*\*\* Sondage Opinion way, dec 06

\*\*\*\*\* Etude Ifen "Les pratiques environnementales des Français en 2005" de l'Institut français de l'environnement (IFEN), réalisée avec l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee), l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe) et le ministère de l'écologie, du développement et de l'aménagement durable.