

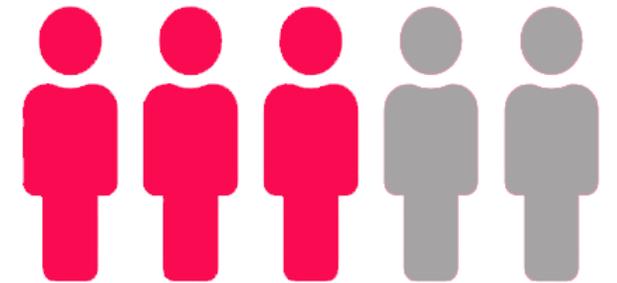


# LES FRANÇAIS & LA TECH FOR GOOD

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH | 08.09.22

*“opinionway*

LES CHIFFRES  
CONSOMMATEURS  
DU MOIS





# LA METHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE



Echantillon de **1020 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.



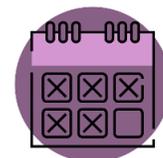
OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



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.



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



Les interviews ont été réalisées **du 31 août au 1<sup>er</sup> septembre 2022**.

*Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.*

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

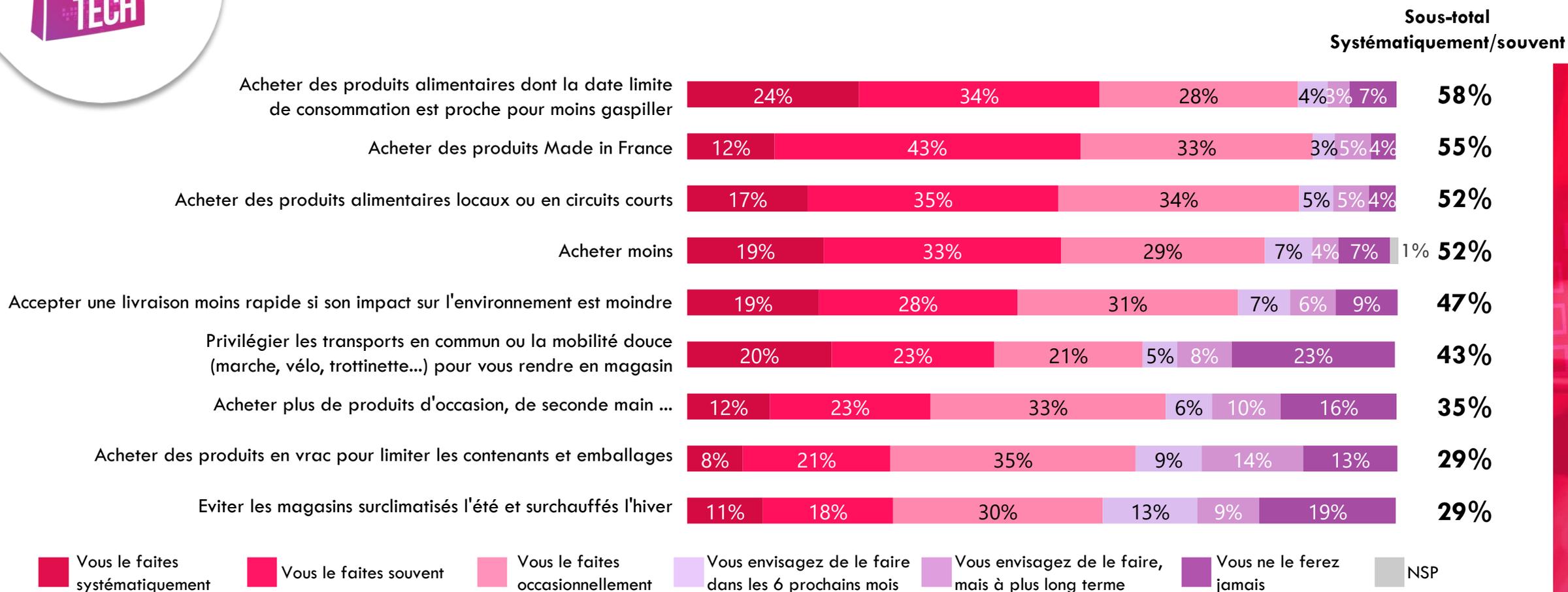
**« Sondage OpinionWay pour La Retail Tech »**

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





# LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE



**QUESTION 1. A titre personnel, quels sont les efforts que vous faites déjà ou seriez prêt à faire lorsque vous achetez des produits en magasin ou sur internet (alimentaire, mode, cadeaux, jouets, beauté, ...) afin de lutter contre le dérèglement climatique ?**

Question posée à l'ensemble des Français, 1020 répondants





# LES EFFORTS PERSONNELS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

	% Systématiquement / souvent	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Acheter des produits alimentaires dont la date limite de consommation est proche pour moins gaspiller	<b>58%</b>	54%	61%	44%	53%	63%	67%	54%	59%	62%	55%
Acheter des produits Made in France	<b>55%</b>	57%	54%	39%	41%	49%	59%	71%	53%	51%	61%
Acheter des produits alimentaires locaux ou en circuits courts	<b>52%</b>	54%	51%	43%	41%	48%	52%	66%	54%	46%	58%
Acheter moins	<b>52%</b>	45%	59%	38%	49%	57%	61%	48%	54%	59%	50%
Accepter une livraison moins rapide si son impact sur l'environnement est moindre	<b>47%</b>	43%	49%	40%	44%	45%	51%	48%	48%	50%	45%
Privilégier les transports en commun ou la mobilité douce (marche, vélo, trottinette...) pour vous rendre en magasin	<b>43%</b>	41%	45%	61%	50%	40%	39%	40%	45%	39%	45%
Acheter plus de produits d'occasion, de seconde main ...	<b>35%</b>	25%	42%	49%	46%	41%	29%	22%	38%	39%	28%
Acheter des produits en vrac pour limiter les contenants et emballages	<b>29%</b>	26%	32%	35%	36%	30%	27%	22%	34%	31%	24%
Eviter les magasins surclimatisés l'été et surchauffés l'hiver	<b>29%</b>	28%	30%	23%	24%	27%	34%	31%	34%	28%	28%

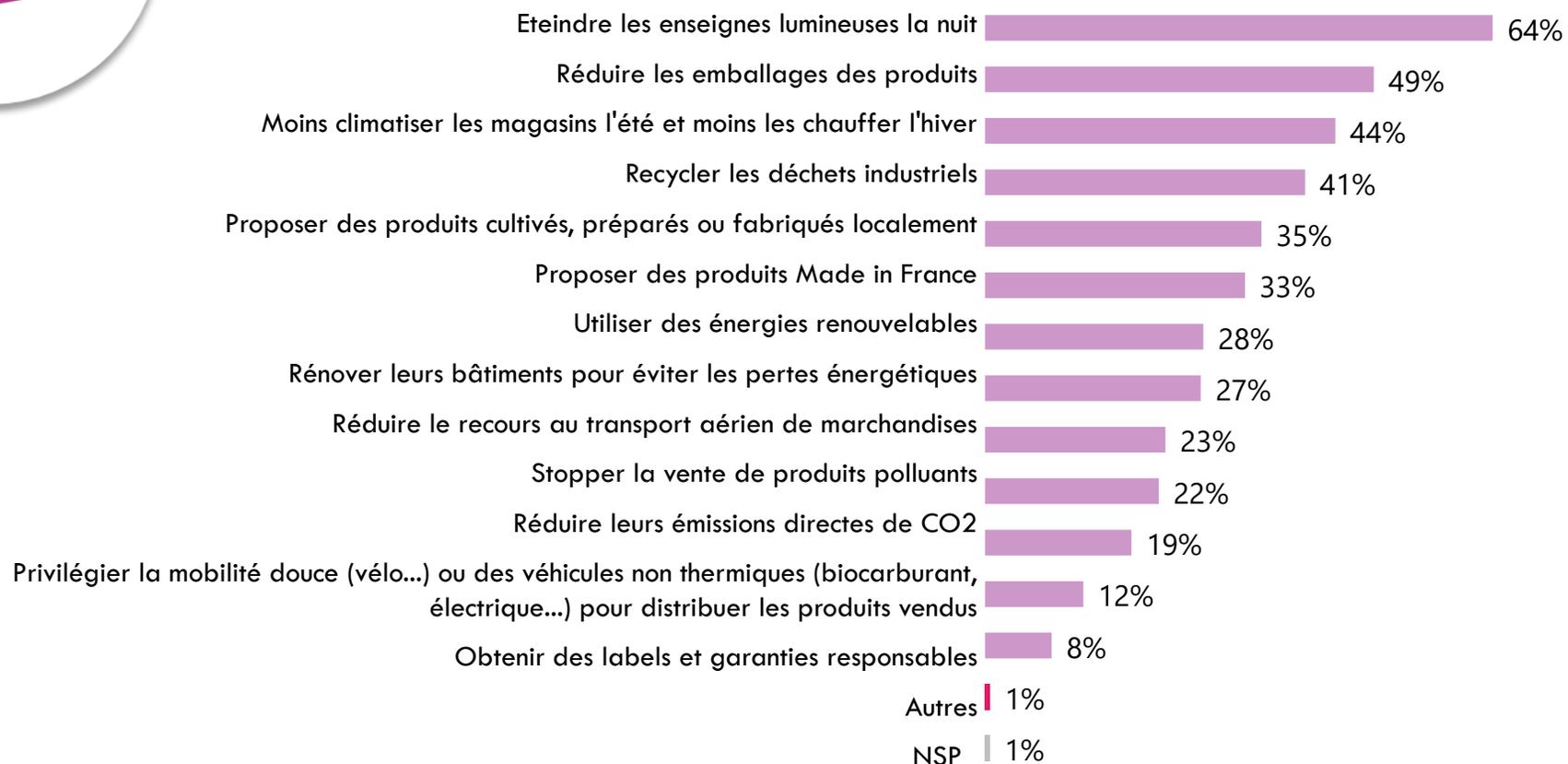
**QUESTION 1. A titre personnel, quels sont les efforts que vous faites déjà ou seriez prêt à faire lorsque vous achetez des produits en magasin ou sur internet (alimentaire, mode, cadeaux, jouets, beauté, ...) afin de lutter contre le dérèglement climatique ?**

Question posée à l'ensemble des Français, 1020 répondants





# LES EFFORTS DES MAGASINS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE



**QUESTION 2.** 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 ?

Question posée à l'ensemble des Français, 1020 répondants





# LES EFFORTS DES MAGASINS POUR LA LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

	% D'accord	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Eteindre les enseignes lumineuses la nuit	<b>64%</b>	62%	66%	46%	53%	64%	70%	72%	61%	63%	67%
Réduire les emballages des produits	<b>49%</b>	43%	54%	46%	52%	55%	47%	46%	52%	49%	47%
Moins climatiser les magasins l'été et moins les chauffer l'hiver	<b>44%</b>	41%	47%	31%	39%	41%	52%	49%	43%	46%	43%
Recycler les déchets industriels	<b>41%</b>	37%	44%	35%	40%	45%	43%	37%	38%	46%	39%
Proposer des produits cultivés, préparés ou fabriqués localement	<b>35%</b>	35%	35%	22%	25%	28%	38%	49%	34%	28%	42%
Proposer des produits Made in France	<b>33%</b>	32%	34%	23%	32%	27%	32%	44%	32%	31%	35%
Utiliser des énergies renouvelables	<b>28%</b>	29%	26%	34%	31%	28%	26%	24%	22%	33%	27%
Rénover leurs bâtiments pour éviter les pertes énergétiques	<b>27%</b>	30%	24%	21%	17%	23%	32%	36%	26%	25%	31%
Réduire le recours au transport aérien de marchandises	<b>23%</b>	25%	21%	26%	13%	20%	24%	29%	22%	19%	27%
Stopper la vente de produits polluants	<b>22%</b>	24%	20%	20%	15%	20%	24%	26%	21%	21%	24%
Réduire leurs émissions directes de CO2	<b>19%</b>	21%	16%	18%	21%	20%	19%	16%	20%	18%	17%
Privilégier la mobilité douce (vélo...) ou des véhicules non thermiques (biocarburant, électrique...) pour distribuer les produits vendus	<b>12%</b>	12%	13%	24%	17%	9%	14%	8%	15%	10%	12%
Obtenir des labels et garanties responsables	<b>8%</b>	8%	9%	18%	8%	5%	9%	8%	11%	7%	9%
Autres	<b>1%</b>	1%	-	-	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
NSP	<b>1%</b>	1%	1%	1%	2%	-	-	-	-	1%	1%

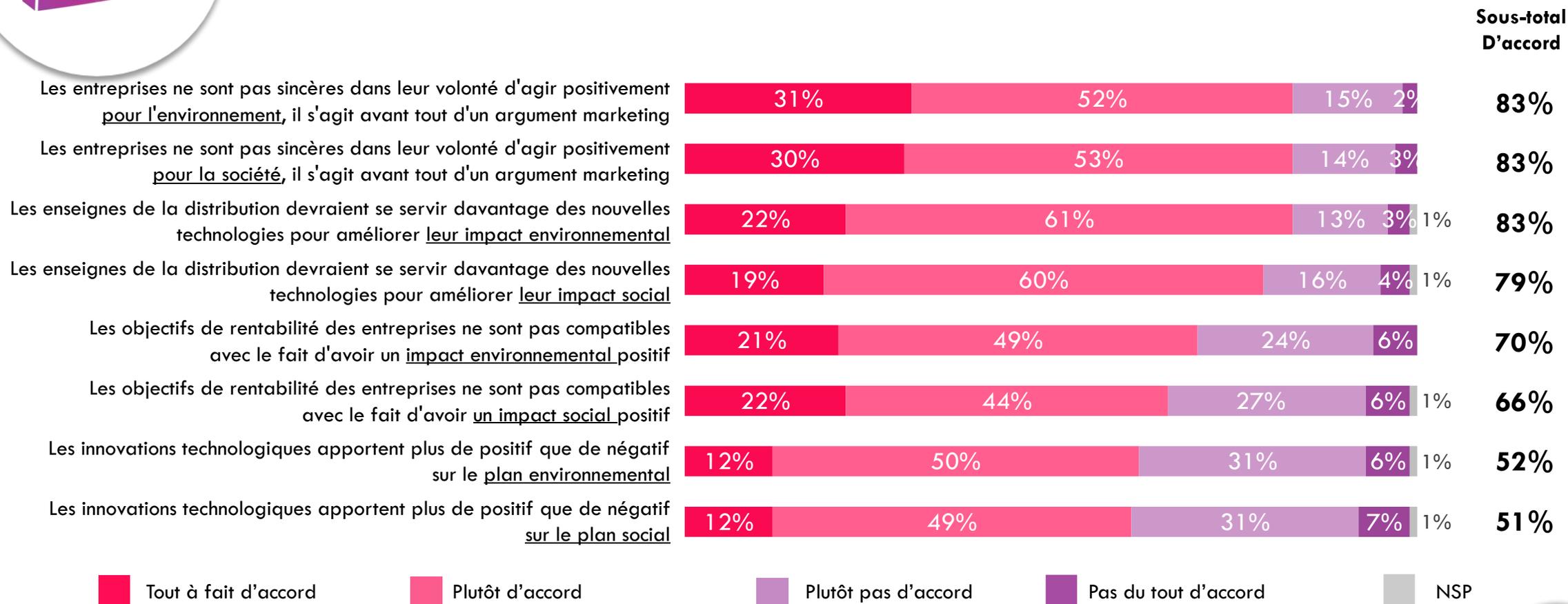
**QUESTION 2. Selon vous, quels sont les principaux efforts que devraient faire les magasins ou sites de e-commerce (alimentaires ou non alimentaires) afin de lutter contre le dérèglement climatique ?**

Question posée à l'ensemble des Français, 1020 répondants





# L'OPINION VIS-À-VIS DE LA TECH FOR GOOD



QUESTION 3. Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?

Question posée à l'ensemble des Français, 1020 répondants





# L'OPINION VIS-À-VIS DE LA TECH FOR GOOD

	% D'accord	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les entreprises ne sont pas sincères dans leur volonté d'agir positivement <u>pour l'environnement</u> , il s'agit avant tout d'un argument marketing	83%	81%	83%	82%	83%	83%	83%	82%	81%	85%	82%
Les entreprises ne sont pas sincères dans leur volonté d'agir positivement <u>pour la société</u> , il s'agit avant tout d'un argument marketing	83%	84%	82%	83%	86%	87%	80%	80%	82%	86%	81%
Les enseignes de la distribution devraient se servir davantage des nouvelles technologies pour améliorer <u>leur impact environnemental</u>	83%	86%	81%	86%	80%	82%	84%	83%	83%	83%	83%
Les enseignes de la distribution devraient se servir davantage des nouvelles technologies pour améliorer <u>leur impact social</u>	79%	80%	77%	81%	75%	78%	78%	81%	79%	75%	80%
Les objectifs de rentabilité des entreprises ne sont pas compatibles avec le fait d'avoir un <u>impact environnemental</u> positif	70%	70%	67%	74%	73%	70%	65%	67%	67%	73%	69%
Les objectifs de rentabilité des entreprises ne sont pas compatibles avec le fait d'avoir un <u>impact social</u> positif	66%	65%	67%	73%	73%	62%	65%	62%	63%	71%	64%
Les innovations technologiques apportent plus de positif que de négatif sur <u>le plan environnemental</u>	62%	66%	58%	63%	67%	59%	61%	63%	65%	61%	61%
Les innovations technologiques apportent plus de positif que de négatif sur <u>le plan social</u>	61%	61%	62%	76%	69%	59%	58%	58%	66%	63%	58%

**QUESTION 3. Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?**

Question posée à l'ensemble des Français, 1020 répondants





## CONTACTS PRESSE



**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.laretailtech.com](http://www.laretailtech.com)

[@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)





**À TRÈS VITE !**

[laretailtech.com](http://laretailtech.com)

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH

08.09.22