

16^{ème} BAROMÈTRE GREENFLEX-ADEME DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE 2023¹

La santé globale, moteur de la consommation responsable ?

Cette nouvelle édition du Baromètre GreenFlex-ADEME de la Consommation Responsable révèle un lien intrinsèque entre la santé de la planète et la santé humaine : trois quarts des Français expriment des inquiétudes quant à l'impact de leur environnement sur leur santé. Cela met en évidence l'importance d'une approche de santé globale, reposant sur la prise en compte des enjeux de santé humaine, environnementale et animale.

Malgré un contexte économique et social difficile pour les Français, marqué par la réforme des retraites et l'inflation qui contraint les décisions des ménages, la santé demeure une préoccupation majeure (pour 65% des Français), tandis que la question de l'environnement gagne en importance (une préoccupation pour 30% des Français, soit 3 points de plus qu'en 2022). Serait-ce le signe que les Français comprennent qu'agir en faveur de l'environnement c'est agir pour préserver leur qualité de vie ? Cette sensibilité pour le concept de "One Health", qui promeut une approche systémique et unifiée de la santé humaine, animale et environnementale, se traduit-elle par des choix de consommation plus responsables ?

La santé globale, une préoccupation qui gagne du terrain

84% des Français expriment de l'inquiétude quant à l'impact de la pollution de l'eau et des sols sur la santé humaine, et 81% quant aux conséquences du dérèglement climatique sur la santé humaine.

L'urgence climatique et environnementale est aussi de plus en plus conscientisée par les Français : le Baromètre GreenFlex-ADEME 2023 révèle ainsi que pour 60% d'entre eux il est urgent d'agir pour la planète, contre 52% en 2022.

Les questions de santé et environnement suscitent des doutes auprès des consommateurs : 1 Français sur 2 se questionne sur l'impact négatif qu'un produit qu'il achète peut avoir sur la santé et l'environnement.

Ces préoccupations et incertitudes deviennent alors des moteurs de changement. Les deux premières motivations incitant les Français à modifier leurs habitudes en faveur d'une consommation plus responsable sont le bien de la planète et de l'environnement (pour 78% des Français) et la santé et le bien-être personnel (pour 73%).

Des questionnements qui se reflètent dans les choix de consommation du quotidien

Préoccupés par l'impact des produits sur les santé humaine, environnementale et animale, les consommateurs sont de plus en plus en quête de transparence. Ainsi, 3 Français sur 5 n'achètent pas un produit alimentaire s'ils ont un doute quant à son impact sur la santé. Les proportions sont les mêmes pour les produits d'entretien et les produits cosmétiques et d'hygiène.

¹ Enquête réalisée en mars 2023, auprès d'un échantillon de 2017 personnes, représentatif de la population nationale française âgée de 18 ans et plus. Enquête administrée en ligne par CSA.

D'après le baromètre, plus les Français sont inquiets et se questionnent sur un produit, plus ils se restreignent dans leur choix : 73% des Français se posent des questions sur l'impact de certains ingrédients des produits d'hygiène et ils sont 66% à acheter systématiquement ou régulièrement des produits sans parabène ou sans aluminium, des composants controversés pour leurs impacts sur l'environnement et la santé.

Par ailleurs, même si le bien-être animal occupe une place moins prépondérante que la santé de la planète ou humaine dans les préoccupations des Français, il demeure un sujet majeur pour les consommateurs. La (dé)consommation de viande ou de poisson est une illustration de la prise en compte des "3 santés" : une part égale de Français réduit sa consommation de produits d'origine animale pour des raisons de santé humaine (34%), de bien-être animal (34%) ou d'impact sur l'environnement (29%).

Un engagement individuel pour la consommation responsable qui continue de progresser

Les résultats du Baromètre GreenFlex-ADEME révèlent que l'implication personnelle en faveur de la consommation responsable poursuit sa démocratisation. En effet, 78% des Français se mobilisent en faveur de la consommation responsable en 2023, en disant faire tout leur possible ou en ayant changé certaines pratiques, contre 76% en 2022. Si les actions engagées telles que limiter l'achat de produits neufs, louer plutôt qu'acheter, privilégier les achats de seconde main sont majoritairement motivées par des raisons économiques, 37% des Français disent le faire plutôt par conviction écologique ou sociale, soit 6 points de plus qu'en 2022.

En tout, 82% des Français déclarent s'engager dans un changement vertueux de leurs habitudes de consommation. Cela se traduit par le "moins ET mieux" : tendance à consommer moins de produits qu'avant (47% des Français) ou choisir des produits ayant moins d'impact sur l'environnement tout en maintenant leur niveau de consommation actuel (35% des Français).

"On observe que la demande de prise en compte de la planète et de la santé se confirme. Si elle est au cœur des attentes, la simplicité est aussi signe de qualité et les Français sont tout à fait prêts à sauter le pas. Pour un produit cosmétique ou d'hygiène, ils sont près de 80% à estimer que le respect de la santé est un signe de qualité, contre 40% pour l'expérience sensorielle (texture, parfum, etc.) et ils sont plus de 2 sur 3 à utiliser des produits d'entretien de base, comme le bicarbonate de soude ou le savon noir, pour leurs tâches ménagères. La demande pour plus de simplicité est déjà là, les consommateurs ont surtout besoin d'être accompagnés et soutenus par les marques", précise Laure Blondel, Directrice Conseil Marques, Produits et Consommation responsable chez GreenFlex.

Les acteurs économiques appelés à se transformer pour faire changer le modèle

Si 83% des Français considèrent la publicité comme trop présente, une majorité de 59% (vs. 49% en 2022, soit une hausse de 10 points) estime que le véritable problème réside dans les produits proposés plutôt que dans la publicité elle-même. Près de 70% des Français estiment que la publicité devrait être réservée en priorité aux produits plus respectueux de l'environnement et de la santé. Plus largement, le modèle de société et de consommation est remis en cause : selon 93% des Français, il est nécessaire de revoir en partie ou en totalité notre modèle économique. Parmi les domaines qui devraient être davantage pris en compte, la santé et le respect de la planète sont considérés comme prioritaires. Face à cette exigence, les entreprises ont la responsabilité d'agir tout en apportant des preuves concrètes de leurs engagements et de leurs actions : pour 84% des Français, les entreprises et les marques sont

tenues d'agir concrètement en faveur de la consommation responsable. D'autant plus que seuls 34% des Français font globalement confiance aux grandes entreprises et aux marques.

À propos de GreenFlex

Depuis 2009, GreenFlex est le partenaire clé de la transformation énergétique, environnementale et sociétale des organisations pour leur permettre de changer de trajectoire vers une économie qui crée et préserve plus qu'elle ne détruit. Grâce à un modèle multi-expertise alliant conseil, accompagnement humain, outils digitaux et financements, GreenFlex accélère la transformation de ses 750 clients et les accompagne de la conception de leurs feuilles de routes jusqu'à leur mise en place opérationnelle et leur suivi dans la durée. Les équipes de GreenFlex combinent leurs expertises pour répondre aux enjeux de développement durable, décarbonation et efficacité énergétique et permettre aux entreprises et territoires de créer de la valeur à la fois économique, environnementale et sociétale.

www.greenflex.com

À propos de l'ADEME

À l'ADEME - l'Agence de la transition écologique -, nous sommes résolument engagés dans la lutte contre le réchauffement climatique et la dégradation des ressources. Sur tous les fronts, nous mobilisons les citoyens, les acteurs économiques et les territoires, leur donnons les moyens de progresser vers une société économe en ressources, plus sobre en carbone, plus juste et harmonieuse. Dans tous les domaines - énergie, économie circulaire, alimentation, mobilité, qualité de l'air, adaptation au changement climatique, sols... - nous conseillons, facilitons et aidons au financement de nombreux projets, de la recherche jusqu'au partage des solutions. À tous les niveaux, nous mettons nos capacités d'expertise et de prospective au service des politiques publiques.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle du ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, du ministère de la Transition énergétique et du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.

www.ademe.fr

- CONTACTS MÉDIAS -

Agence Monet pour GreenFlex

Laura Esteve et Alice Perrin

teamgreenflex@monet-rp.com / 04 78 37 34 64