



cohn&wolfe

Landor



# Quelques résultats clés pour la France

---

## Des Français soucieux de l'environnement, en particulier lorsque cela les touche directement

- Pour la première fois, les Français sont plus soucieux/concernés par l'état de l'environnement que par l'état de l'économie.
- 88% des Français disent qu'il est important qu'une entreprise ait un impact positif sur l'environnement (davantage que dans les autres pays sondés).
- Les consommateurs citent comme principaux enjeux environnementaux, la consommation d'énergie, les produits toxiques/chimiques et la pollution de l'air : des préoccupations proches de leur vie quotidienne (vs. le changement climatique par exemple).

## Mais ils restent sensibles au coût perçu comme élevé des produits verts

- 78% disent que le plus grand obstacle à consommer des produits ou services verts est qu'ils sont trop chers. Un résultat plus élevé que dans les autres pays sondés.
- 91% pensent que les produits verts sont plus onéreux que les produits traditionnels (le taux le plus élevé de l'ensemble des pays concernés par l'étude).

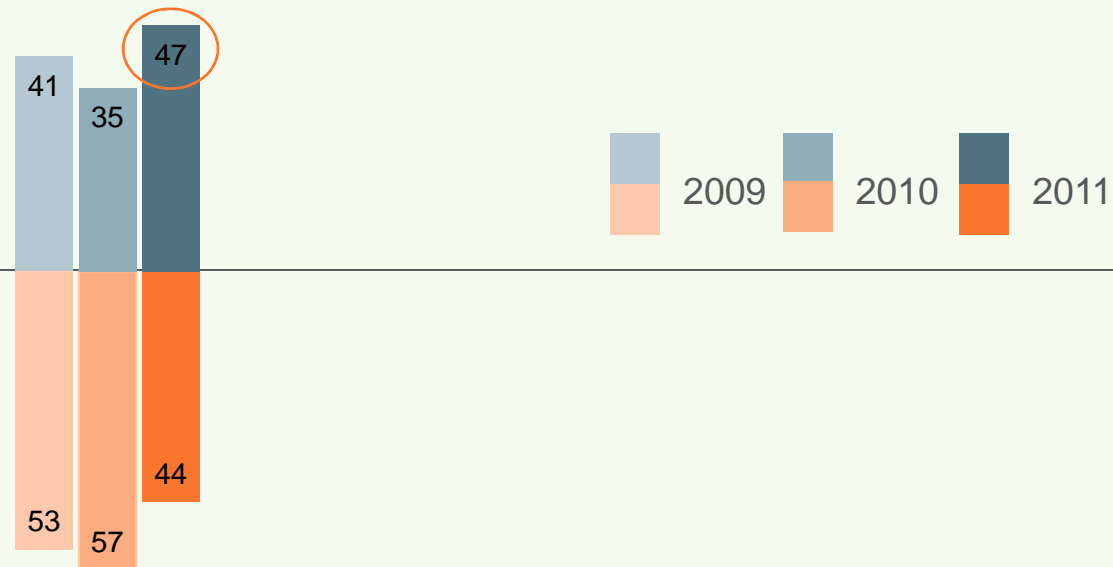
## En terme de communication, le packaging est clé dans le processus de décision

- Il arrive en premier devant le bouche à oreille et la publicité.
- La France est par ailleurs le seul pays dans lequel on pense majoritairement que l'excès de publicité 'verte' détourne l'attention vis-à-vis du sujet.

# Pour la première fois, les Français sont plus soucieux/concernés par l'état de l'environnement que par l'état de l'économie.

Now think generally about the economy and the environment. Which concerns you more: the state of the economy or the state of the environment?

## The state of the environment

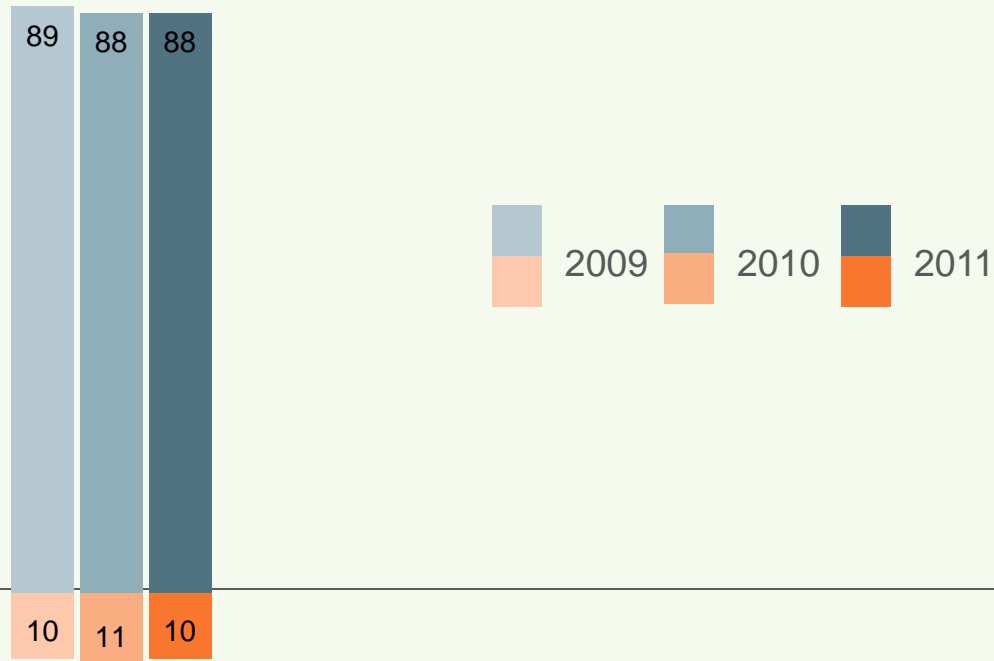


## The state of the economy

# Pour une grande majorité des Français, il est important qu'une entreprise ait un impact positif sur l'environnement

When you think about what brands to buy, how important is it to you that a company is environmentally friendly or is a "green" company?

## Very or somewhat important



## Very or somewhat unimportant

# Des Français concernés par des enjeux environnementaux concrets / pour leur vie quotidienne vs des changements plus lointains/abstraits

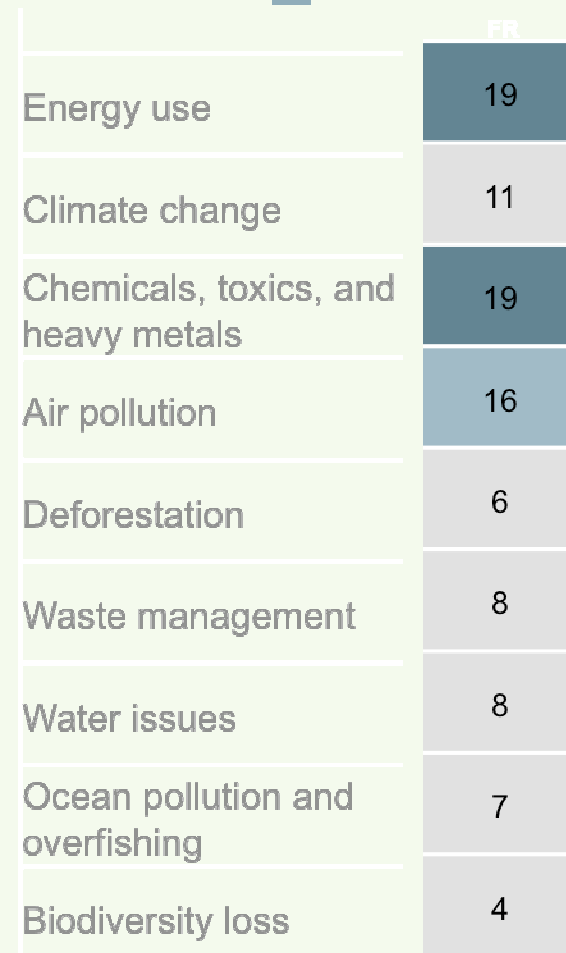
Which of the following do you feel is the most important green issue or problem today?  
*Showing difference between 2011 and 2010*

■ Issue increased in importance since 2010    ■ Issue decreased in importance since 2010



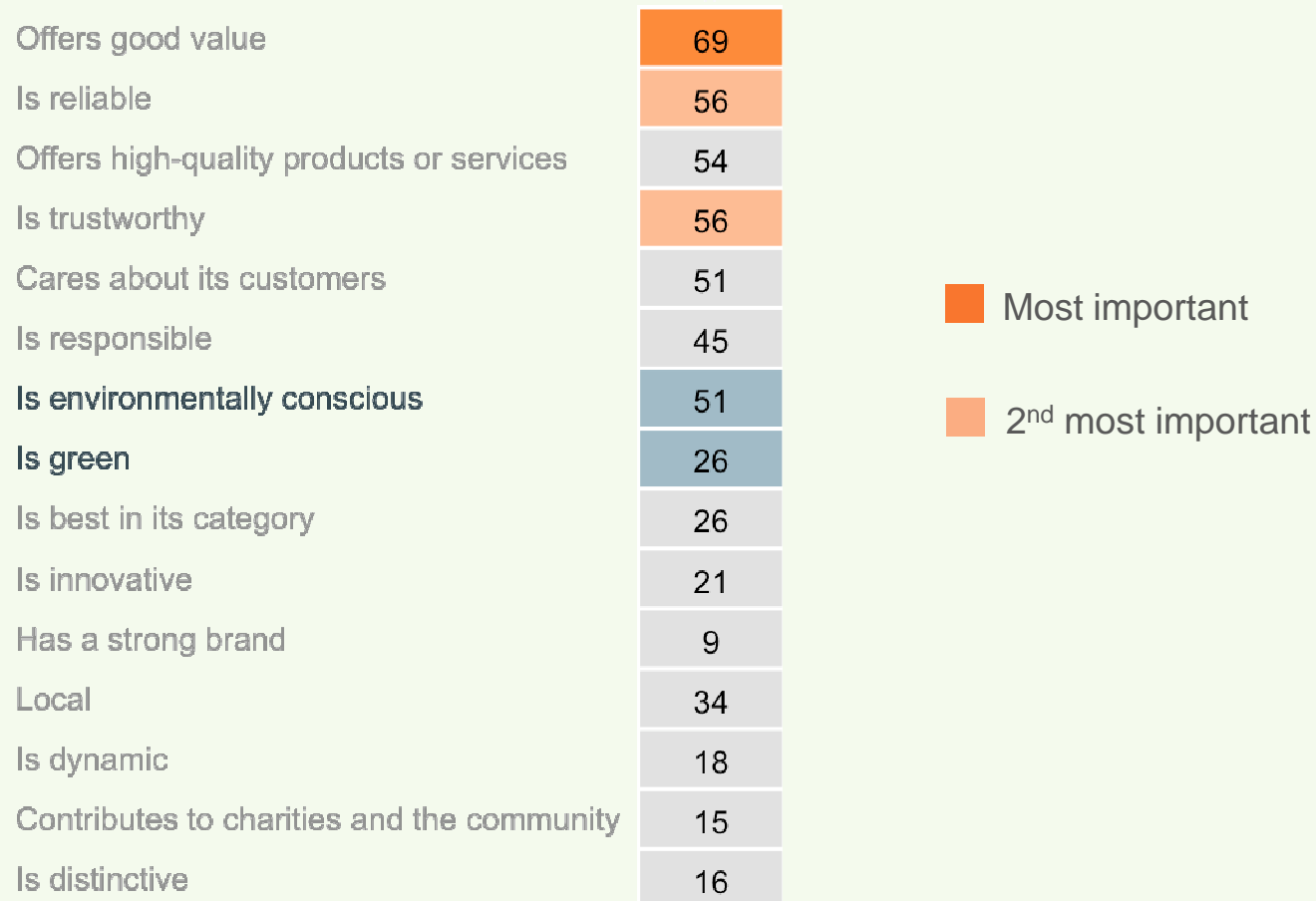
Which of the following do you feel is the most important green issue or problem today?

■ Most important    ■ 2<sup>nd</sup> most important



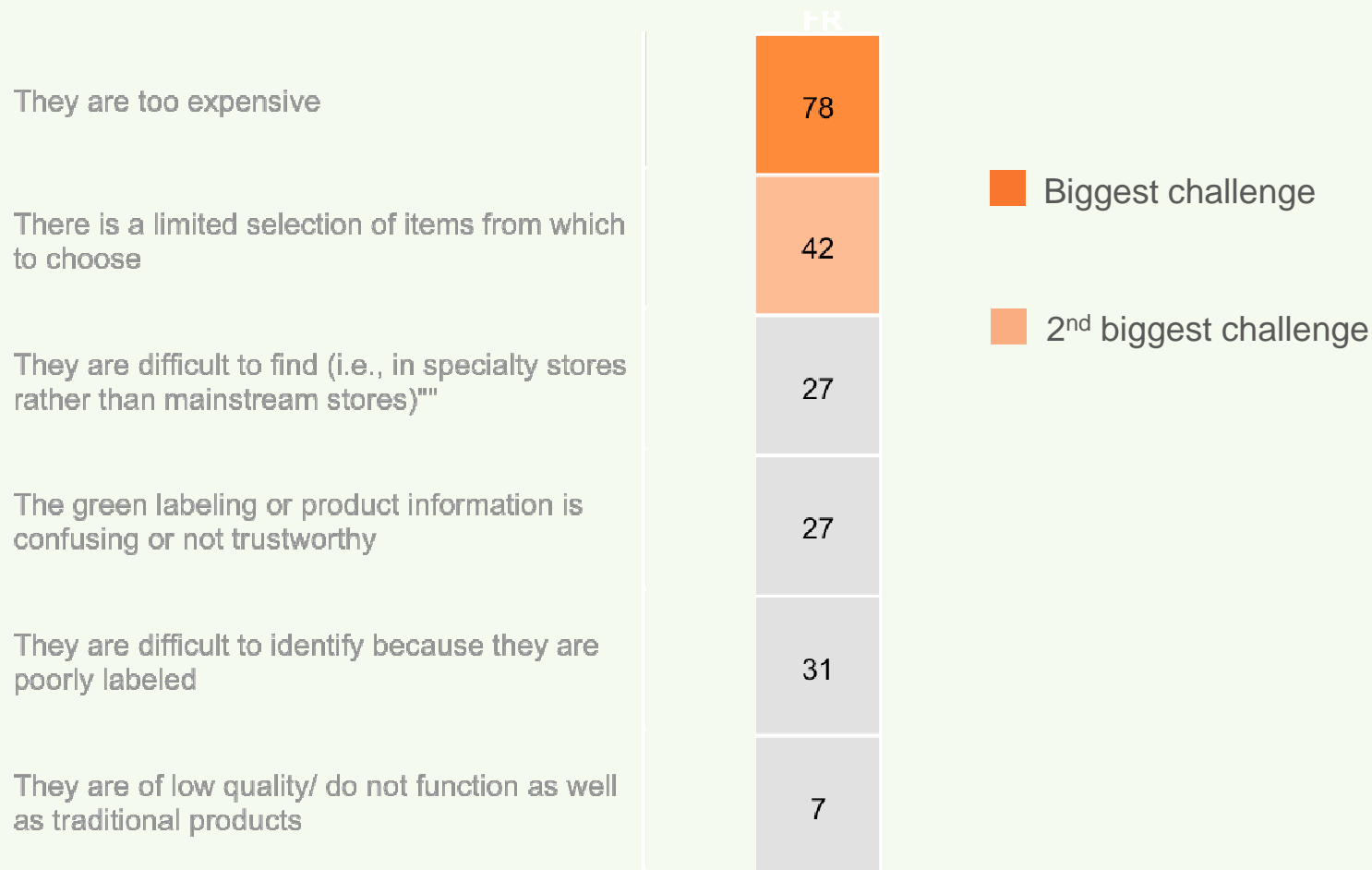
## La « conscience environnementale » est un critère d'achat cependant il n'est pas le plus important. Le rapport qualité prix et la confiance dans la marque prédominent.

Companies can have different priorities. How important is it to you that a company is the following when choosing to purchase their products or services? Showing Very Important



# Le coût des produits est toujours le frein majeur à l'achat de produits verts

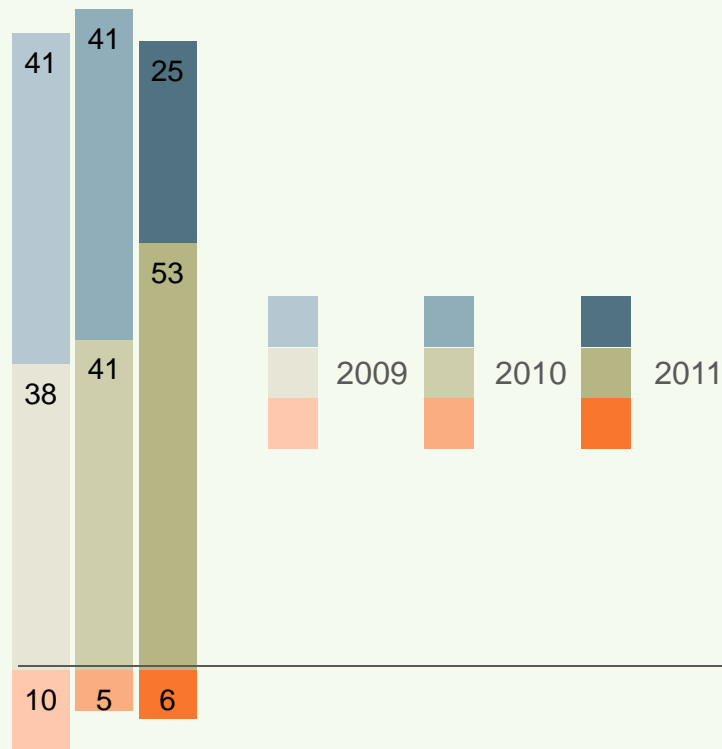
What do you think are the biggest challenges to purchasing green products or services? Please select all that apply.



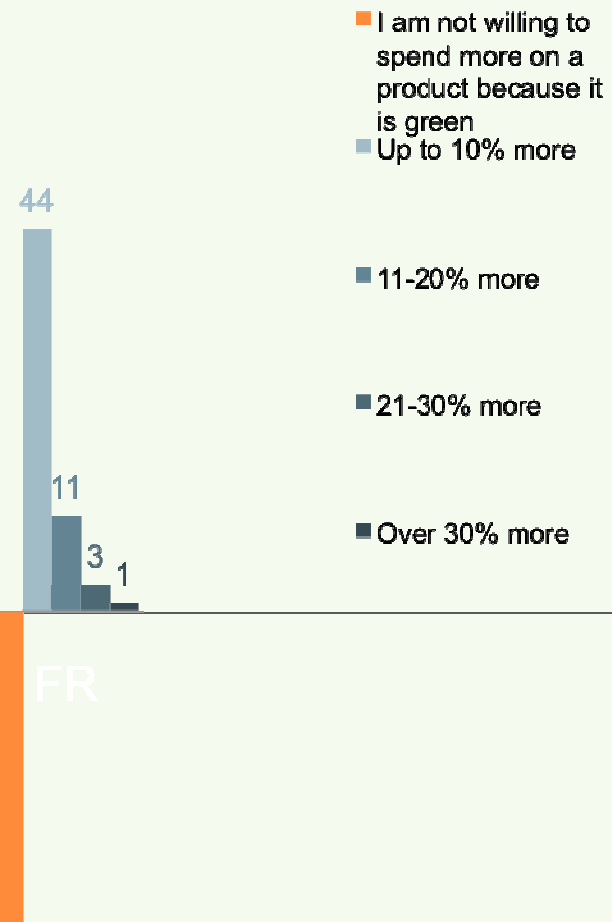
# On arrive à un plateau au niveau de la consommation « verte »

36% des français ne veulent pas payer plus pour un produit vert, 44% sont prêts à payer jusqu'à 10% plus cher.

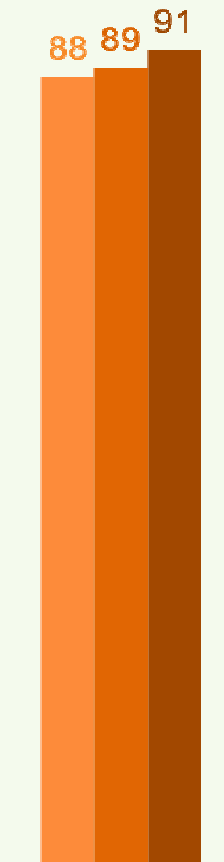
In the next year, do you plan to spend more, less or the same amount on green products and services?



And thinking about your own general behavior, how much more in percentage terms are you willing to spend on a product because it is green?



## La France est le pays interrogé avec la plus grande part de gens qui pensent que les produits verts sont plus onéreux que les autres produits

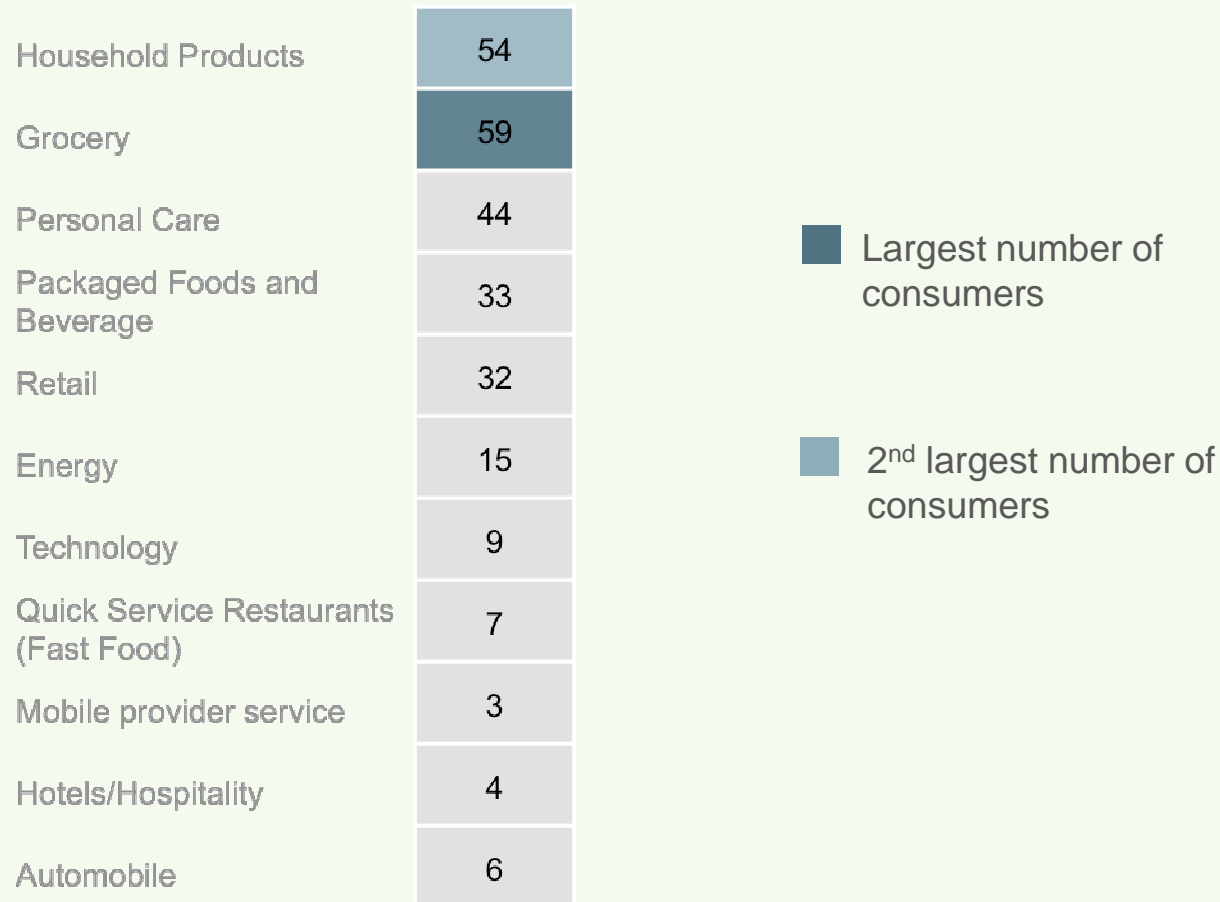


Generally speaking, do you believe that green products cost more or less than comparable non-green products?  
*Showing "Generally cost more"*

2009 2010 2011

**Les produits « verts » les plus consommés sont les produits d'entretiens pour la maison mais surtout les produits d'épicerie/alimentation non conditionnés. Les produits d'hygiène personnelle arrivent en 3<sup>ème</sup> position.**

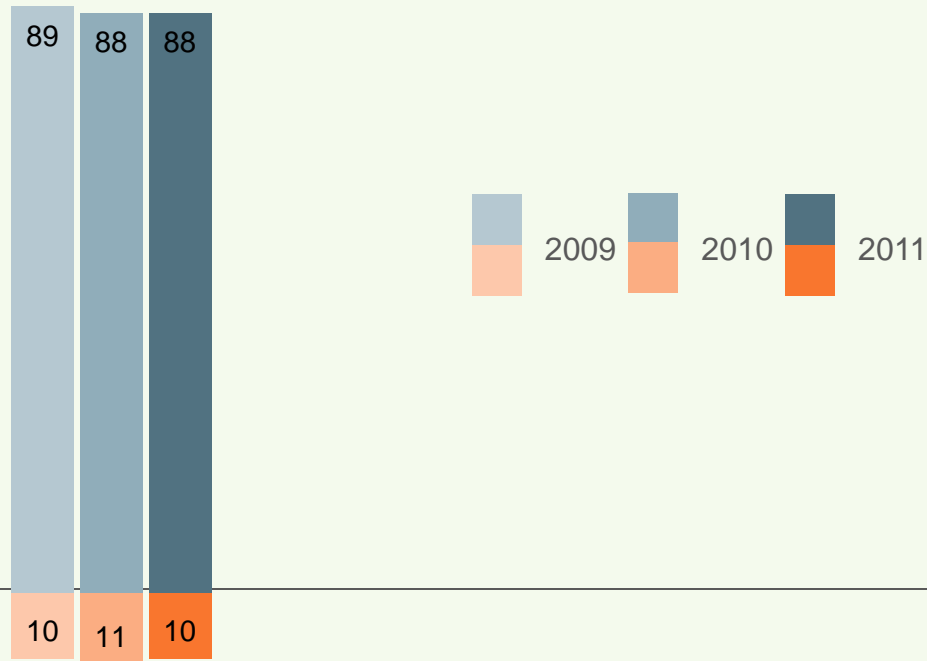
What types of "green" products or services have you purchased in the last year? Please select all that apply



# 88% des Français jugent qu'il est important que les marques soient issues d'entreprises engagées dans une démarche environnementale globale.

When you think about what brands to buy, how important is it to you that a company is environmentally friendly or is a "green" company?

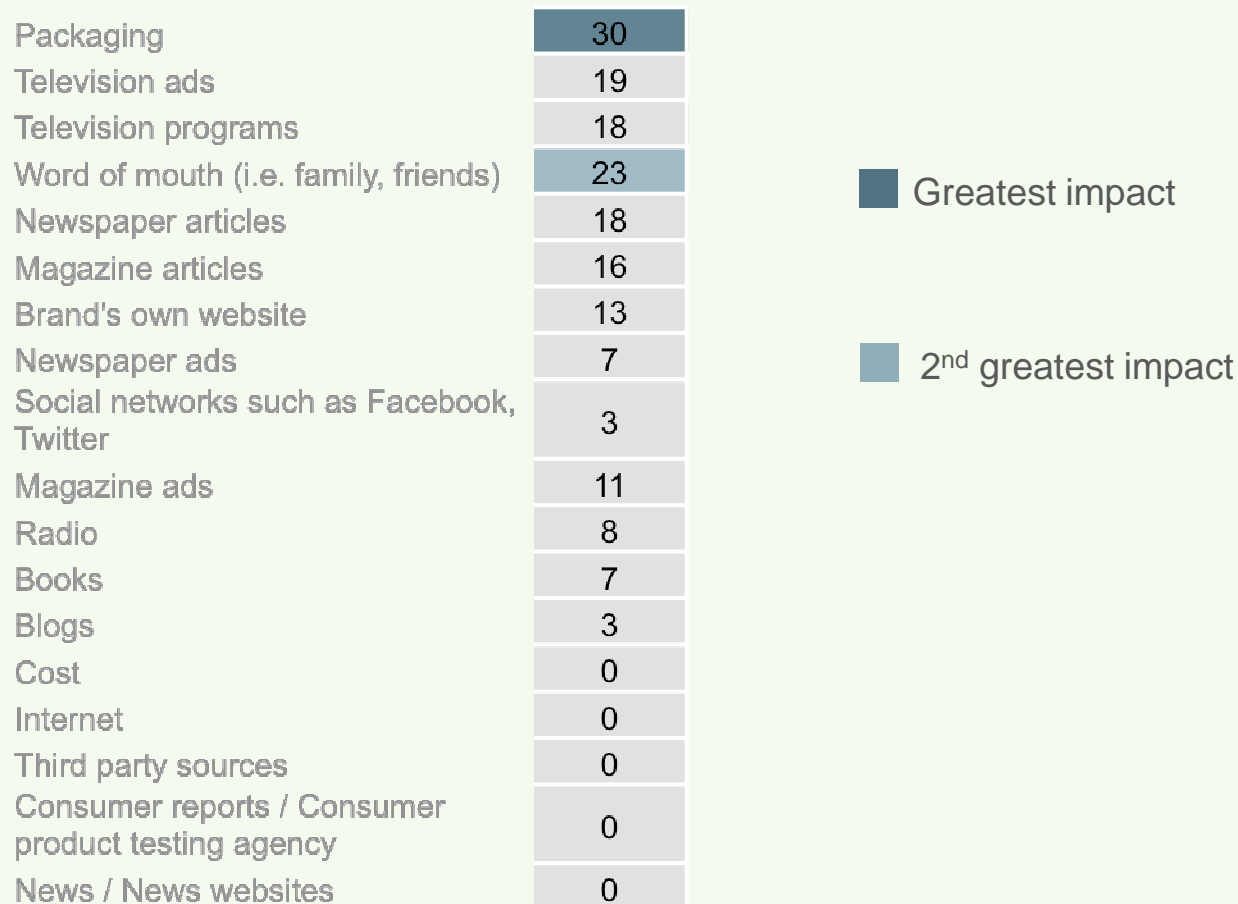
## Very or somewhat important



## Very or somewhat unimportant

## En termes de communication, c'est le packaging qui a le plus d'impact dans la décision d'achat des Français, suivi par le bouche à oreille puis la publicité.

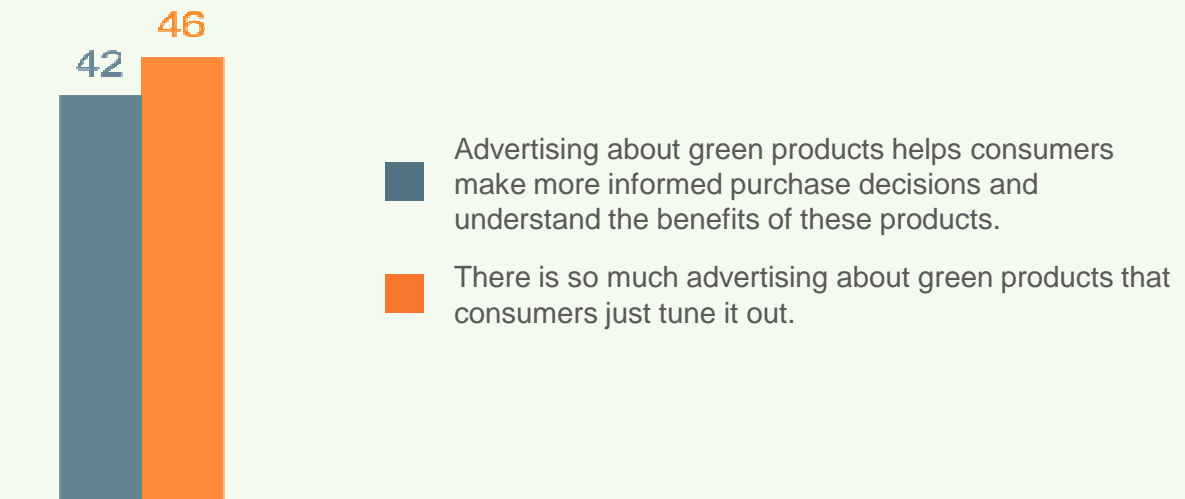
Which of the following do you feel has the greatest impact on your likelihood to purchase green products?



## La France est le seul pays qui pense qu'il y a tellement de publicités sur les produits verts qu'on ne les voit plus (les autres pays les trouvent en majorité plutôt informatives)

---

Which of the following statements do you agree with more?



## Des marques que les Français estiment particulièrement proches des préoccupations écologiques

---

How "green" would you consider this brand to be?

*Brands ranked based on percentage of respondents who chose 8-10 on a 1-10 point scale, where 10 means the brand is more "green."*

- 1 Yves Rocher
- 2 L'Occitane
- 3 Veolia
- 4 Belambra (VVF)
- 5 Ikea
- 6 Decathlon
- 7 Danone
- 8 Nivea
- 9 Suez Environnement
- 10 Leclerc