



**Les Français et le commerce équitable**

***BVA pour Max Havelaar France***

**Présentation des résultats - Avril 2015**

**Contacts BVA - Département Opinion :**

**Erwan LESTROHAN - Directeur d'études - [erwan.lestrohan@bva.fr](mailto:erwan.lestrohan@bva.fr)**

**Lolita SALVAN - Chargée d'études - [lolita.salvan@bva.fr](mailto:lolita.salvan@bva.fr)**

**Bva**



# La méthodologie

# La méthodologie



Recueil

Enquête réalisée par l'Institut de sondage BVA sur un échantillon **recruté par téléphone et interrogé par internet** du 26 au 27 mars 2015



Echantillon

**1010 résidents en France de 18 ans et plus** ont été interrogés. La représentativité de l'échantillon est assurée par un redressement sur les variables suivantes :

- Sexe
- Âge
- CSP du chef de famille

# Note sur les marges d'erreur

Comme pour toute enquête quantitative, cette étude présente des résultats soumis aux marges d'erreur inhérentes aux lois statistiques. Le tableau ci-dessous présente les valeurs des marges d'erreur suivant le résultat obtenu et la taille de l'échantillon considéré :

Taille de l'échantillon	Intervalle de confiance à 95% selon le score					
	5 ou 95%	10 ou 90%	20 ou 80%	30 ou 70%	40 ou 60%	50%
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
700	1,6	2,3	3,0	3,5	3,7	3,8
800	1,5	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2 000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
4 000	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
10 000	0,4	0,6	0,8	0,9	0,9	1,0

**Exemple de lecture** : Dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, pour un pourcentage obtenu par enquête de 20%, la marge d'erreur est égale à 2,5. Le pourcentage a donc 95% de chance d'être compris entre 17,5% et 22,5%.



# Principaux enseignements

# Principaux enseignements (1/2)

**Les Français et le commerce équitable : une démarche qu'ils jugent unanimement positive et qu'ils ont intégrée dans leurs habitudes d'achat**

*Les Français unanimes à considérer que le « commerce équitable est une démarche positive »*

**Pour 88% des Français, le commerce équitable est une démarche positive soit une quasi-unanimité.** Dans le détail, quelques disparités se dessinent parmi les profils des individus interrogés : si les résidents de l'agglomération parisienne sont quasi-unanimes (à 93%) à valider la démarche, les habitants des communes rurales sont un peu moins nombreux (mais toutefois 85%) à juger que le commerce équitable est une démarche positive.

*Près de 3 Français sur 10 achètent mensuellement des produits issus du commerce équitable*

Le soutien des Français pour cette démarche se traduit également dans leur caddie. En effet ils sont près de 80% à acheter des produits issus du commerce équitable lorsqu'ils font leurs courses, que ce soit de façon régulière (28% d'acheteurs mensuels) ou plus occasionnelle (48%) soit **76% d'achats au moins annuels parmi les Français.**

Les résidents de l'agglomération parisienne (43%) comptent le plus d'acheteurs réguliers (contre 28% des Français). Ils sont suivis de près par les salariés du secteur public (38%) et les cadres (37%) également surreprésentés parmi les acheteurs les plus fidèles.

**Les Français et le commerce équitable : leviers et freins à l'achat**

*Les Français qui achètent des produits issus du commerce équitable ont pour principal objectif l'amélioration des conditions de vie des petits producteurs*

## **FACTEURS D'ACHAT SELON LES FRANÇAIS**

Les facteurs de choix des produits issus du commerce équitable varient peu selon la fréquence d'achat. Ainsi les acheteurs aussi bien réguliers qu'occasionnels aspirent avant tout à contribuer par leurs achats à **l'amélioration des conditions de vie des petits producteurs** (76%) tout comme les acheteurs Français dans leur ensemble. Parmi ceux-ci, ce sont les hauts revenus (81%) et les femmes (80%) qui basent le plus fortement leurs achats sur ce motif. Dans un deuxième temps, il s'agit plus globalement de **faire un geste citoyen et solidaire** (44%) en faveur des pays du Sud.

Parmi les autres raisons qui expliquent le mieux le fait que les consommateurs Français achètent des produits issus du commerce équitable, 37% d'entre eux (et plus encore les bas revenus : 42%) affirment vouloir **faire un geste pour la planète en soutenant le développement durable**. Enfin 31% des acheteurs français lient ces achats à la volonté de **faire évoluer les règles du commerce mondial**.

# Principaux enseignements (2/2)

*Le prix, principal frein à l'achat plus fréquent de produits issus du commerce équitable*

## FREINS A L'ACHAT PERCUS PAR LES FRANCAIS

Si nous avons pu constater que le contexte économique actuel n'altérerait pas la motivation des Français à soutenir le commerce équitable, il semble néanmoins avoir un impact dans leur porte-monnaie. Car **selon les Français, c'est principalement le prix qui freine à ne pas acheter davantage de produits issus du commerce équitable** (50% de citations). Qu'il s'agisse d'acheteurs réguliers ou non, ce sont principalement les salariés du secteur public (60%), les individus âgés d'entre 35 et 49 ans et les femmes (56%) qui mettent en avant le prix trop élevé de ces produits. Les Français parlent en connaissance de cause : plus leur niveau de revenus mensuels est bas, plus cette affirmation est partagée.

D'un point de vue plus éthique, les Français ont des doutes concernant le circuit de redistribution et sont **41% à ne pas être convaincus que le commerce équitable profite réellement aux petits producteurs** (et 45% chez les individus âgés de 50 ans et plus). A noter que les Français semblent être mieux avertis : le fait de distinguer les produits du commerce équitable des autres produits ne bloque désormais plus si fortement, cité par 20% d'entre eux. Enfin **la tendance du made in France continue à s'imposer** et 38% des Français jugent que la préférence pour des produits français peut constituer un frein à acheter des produits issus du commerce équitable).

## Les Français et la consommation responsable

*Consommer des produits alimentaires issus d'une production locale et de circuits courts pour avoir une consommation responsable...passe aussi par le made in France*

Les précédents résultats viennent confirmer cette tendance. Le fait de consommer responsable passe avant tout par une consommation de produits alimentaires issus d'une production locale pour plus de 9 Français sur 10. Ils sont également 87% à penser que **ces produits doivent être issus de circuits courts** et, dans un cadre qui diffère de celui du commerce équitable, **80% à relier le made in France à la consommation responsable**.

*Les principaux objectifs de la consommation responsable : la garantie des impacts sociaux et environnementaux*

Les Français semblent peu divisés sur la question. Ils sont **61% à juger qu'on a recours à la consommation responsable pour protéger l'environnement mais également pour garantir des conditions de travail décentes**. A marge quasiment égale, ils sont 59% à penser que la consommation responsable permet aussi une meilleure garantie quant à la qualité des produits consommés.



# Les Français et le commerce équitable : opinion et fréquence de consommation



# Les Français unanimes à considérer que « le commerce équitable est une démarche positive »

Pour vous le commerce équitable est une démarche...

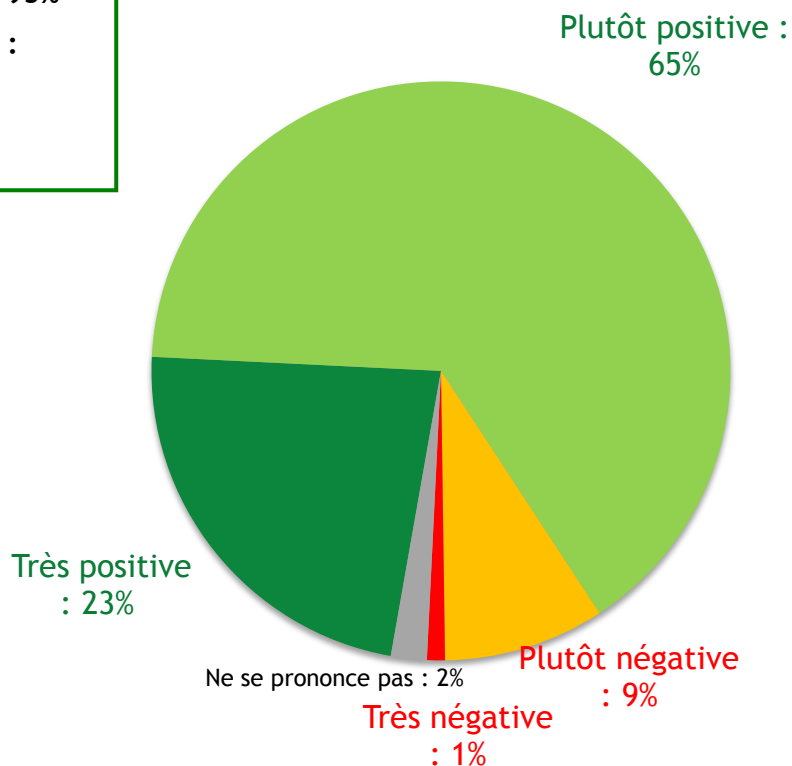
Base : Français âgés de 18 ans et plus (1010)

## ST Positive 88%

« Le commerce équitable est une démarche positive »

- Salariés du secteur public : 93%
- Résidents aggro. parisienne : 93%... contre habitants de communes rurales : 85%
- Cadres : 92%

## ST Négative 10%



# Près de 3 Français sur 10 achètent mensuellement des produits issus du commerce équitable

En moyenne, vous achetez des produits issus du commerce équitable... ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus (1010)

**ST Acheteurs réguliers**

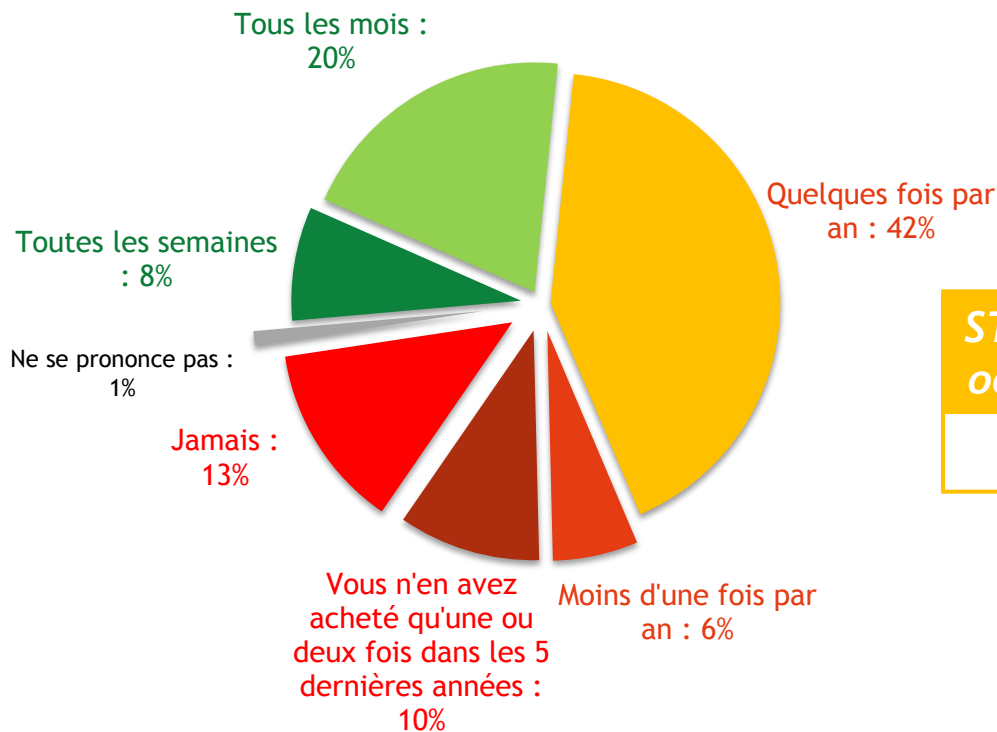
**28%**

- Résidents aggro. parisienne : 43%
- Salariés du secteur public : 38%
- Cadres : 37%
- Revenus mens. foyer > 3500€ : 36%
- Niveau d'études > Bac : 34%

**ST Non acheteurs**

**23%**

- Revenus < 1500€ : 45%
- Employés : 33%
- 25-34 ans : 27%



**ST Acheteurs occasionnels**

**48%**

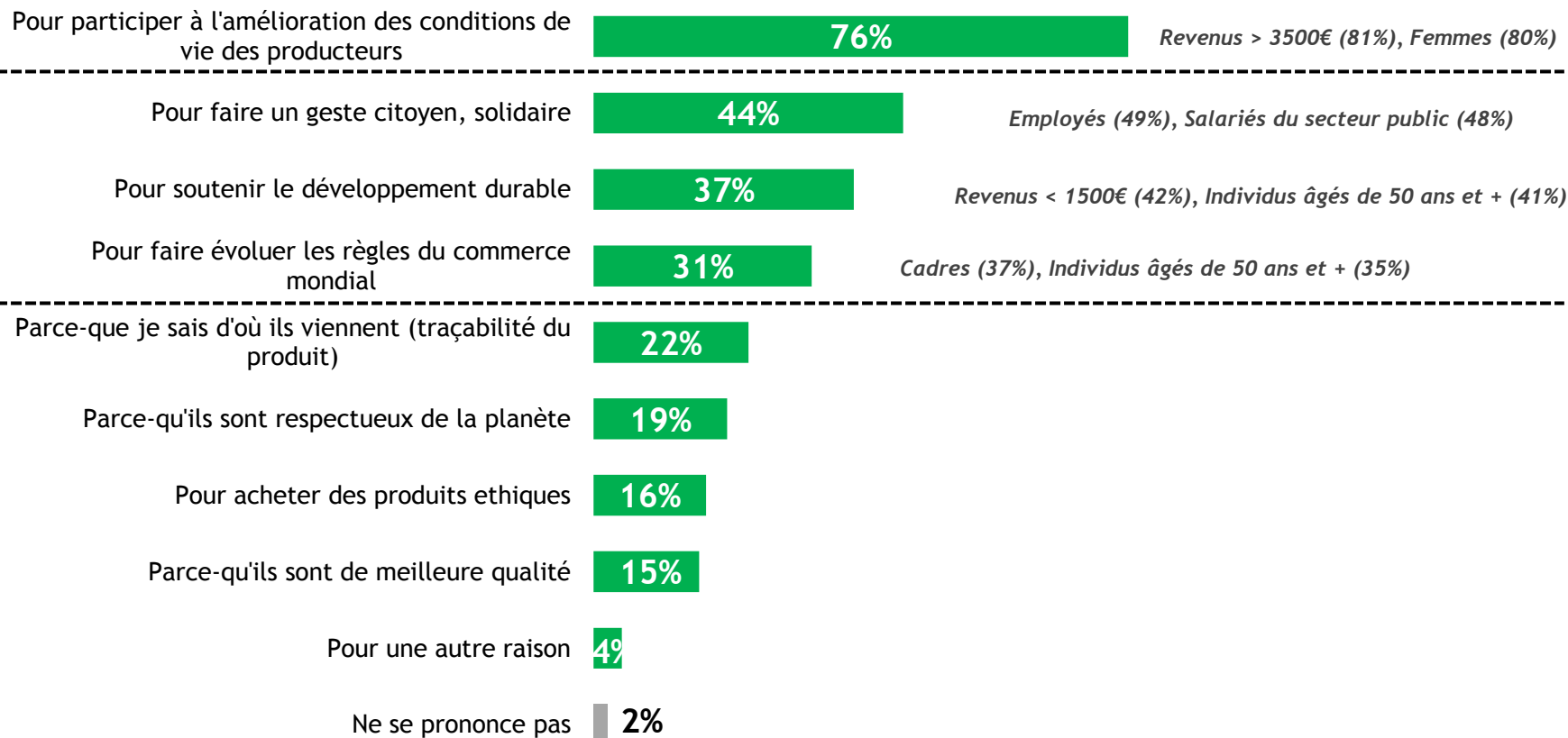


# Les Français et le commerce équitable : leviers et freins à l'achat

# Les acheteurs de produits issus du commerce équitable veulent prioritairement participer à l'amélioration des conditions de vie des producteurs

Quelles raisons parmi les suivantes expliquent le mieux le fait que vous achetez des produits issus du commerce équitable ?

Base : Aux personnes qui achètent au moins une fois par an un produit issu du commerce équitable (763)



# Principaux leviers à l'achat

## Détails par profil des acheteurs

Quelles raisons parmi les suivantes expliquent le mieux le fait que vous achetez des produits issus du commerce équitable ?

*Base : Aux personnes qui achètent au moins une fois par an un produit issu du commerce équitable (763)*

### Les acheteurs réguliers

Pour participer à l'amélioration des conditions de vie des petits producteurs

81%

Pour soutenir le développement durable

42%

### Les acheteurs occasionnels

Pour participer à l'amélioration des conditions de vie des producteurs

72%

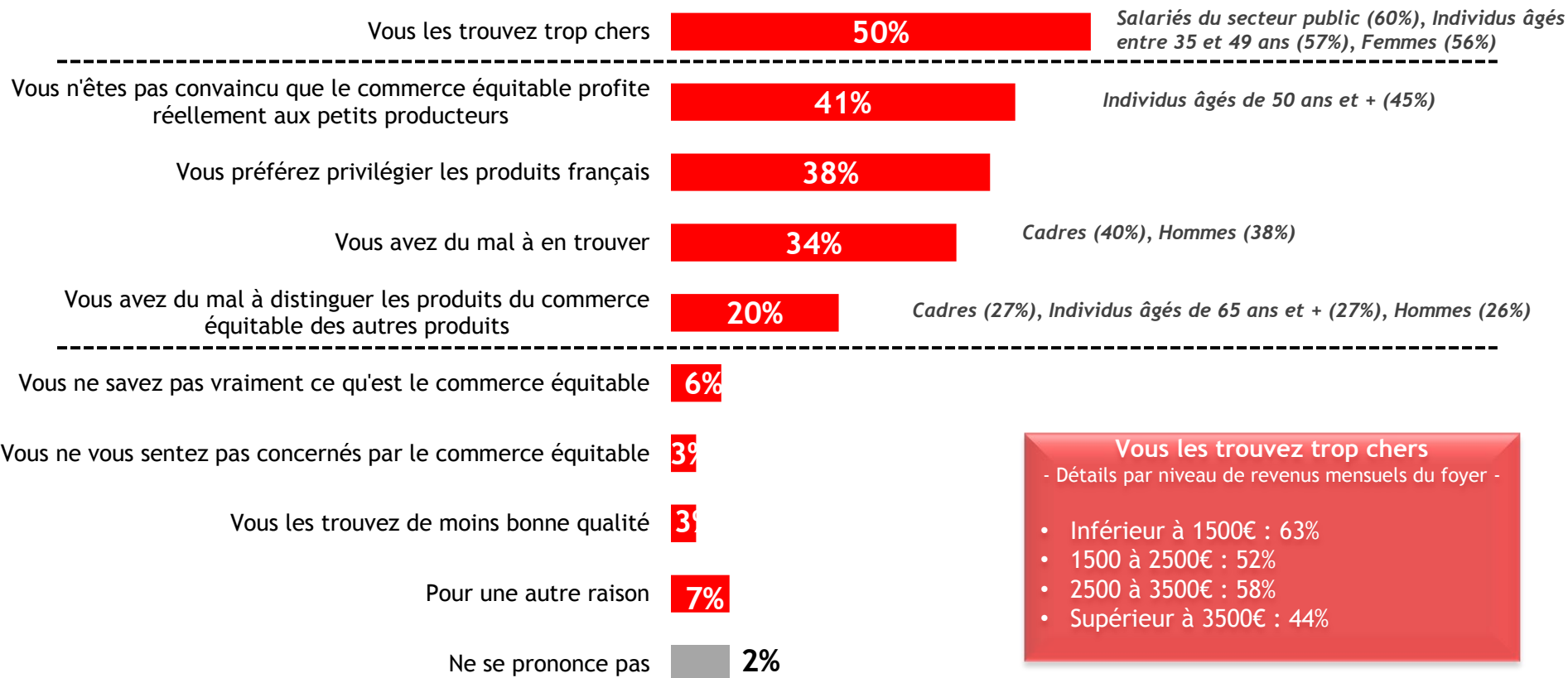
Pour faire un geste citoyen, solidaire

46%

# Le prix, le doute sur le circuit de redistribution et la préférence pour le made in France, principaux freins à l'achat de produits issus du commerce équitable

Quelles raisons parmi les suivantes expliquent le mieux le fait que vous n'achetiez pas davantage de produits issus du commerce équitable ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus (1010)



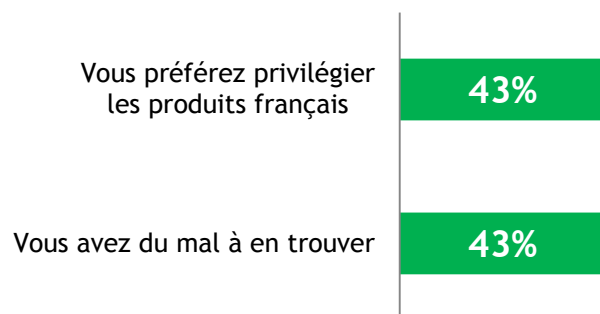
# Principaux freins à l'achat

## Détails par profil des acheteurs

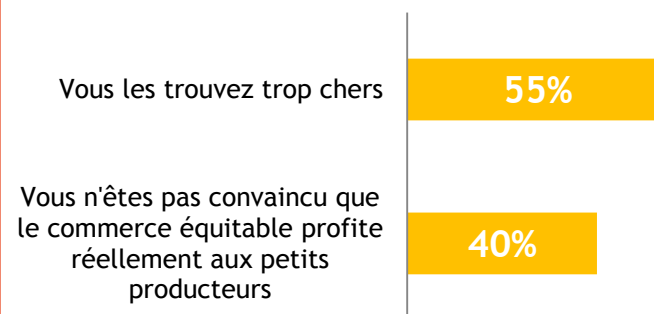
Quelles raisons parmi les suivantes expliquent le mieux le fait que vous n'achetiez pas davantage de produits issus du commerce équitable ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus (1010)

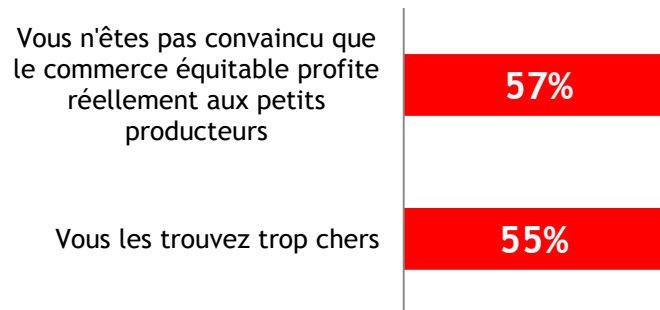
### Les acheteurs réguliers



### Les acheteurs occasionnels



### Les non acheteurs





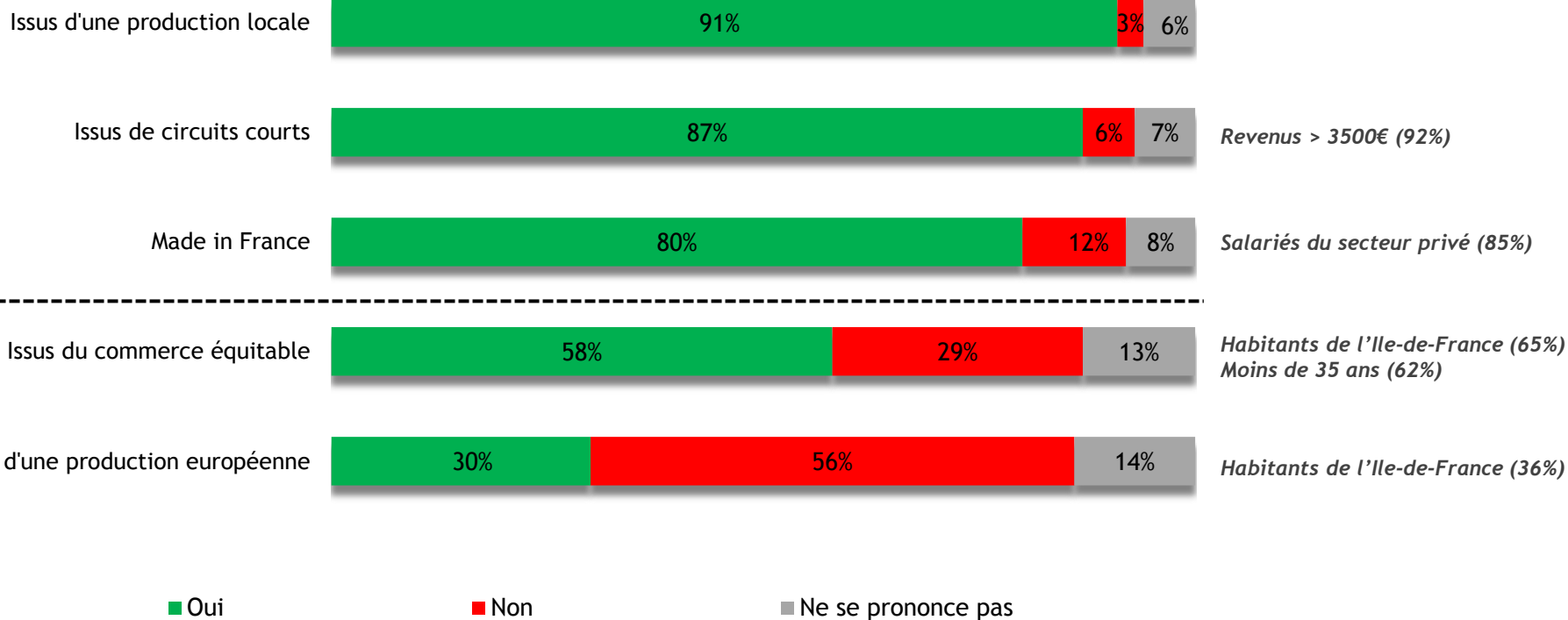
# Les Français et la consommation responsable



# La consommation responsable c'est avant tout consommer des produits alimentaires issus d'une production locale, d'un circuit court, made in France

Pour vous, « consommer responsable » passe par une consommation de produits alimentaires...

Base : Français âgés de 18 ans et plus (1010)



# Garantir des impacts sociaux et environnementaux vertueux, principaux objectifs de la consommation responsable selon les Français

Selon vous, pour quelle(s) raison(s) a-t-on recours à la consommation responsable ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus (1010)

