

## CONSOMMATION RESPONSABLE: QUELLES SONT LES REPRÉSENTATIONS ET LES PRATIQUES DES FRANÇAIS?

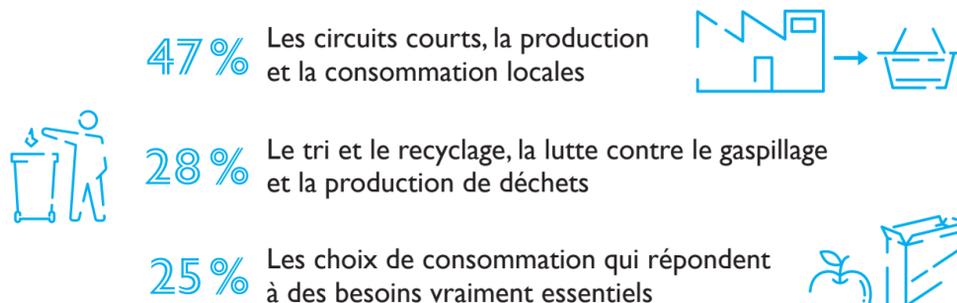
Enjeu majeur de l'économie circulaire et des réflexions sur la réponse à l'urgence environnementale, la consommation responsable s'est renforcée avec la crise sanitaire, venue accélérer les aspirations des Français à réduire leur impact sur l'environnement.

Avec leur Observatoire, l'ObSoCo et Citeo livrent un panorama étendu du rapport des Français à la consommation et aux modes de vie responsables.

Voici quelques enseignements clés.

### Consommation responsable: une notion aux définitions multiples

À la question, « En quelques mots, que signifie pour vous consommer responsable? », les Français répondent à :



### La dimension environnementale en tête des préoccupations

Pour 61% des Français, la question environnementale est jugée « très préoccupante » et appelle des changements radicaux pour produire et consommer moins et mieux.



59% déclarent avoir significativement intégré l'impact environnemental dans leurs choix de consommation, devant les impacts sociaux et sociétaux (40%).



90% des interrogés pensent que l'action humaine produit souvent des conséquences catastrophiques sur la nature.



### Le tri et le recyclage, des actions clés

91% des personnes interrogées disent pratiquer le tri des déchets ménagers régulièrement ou systématiquement.



86% des répondants placent le tri et le recyclage en tête des leviers d'actions efficaces pour l'environnement.

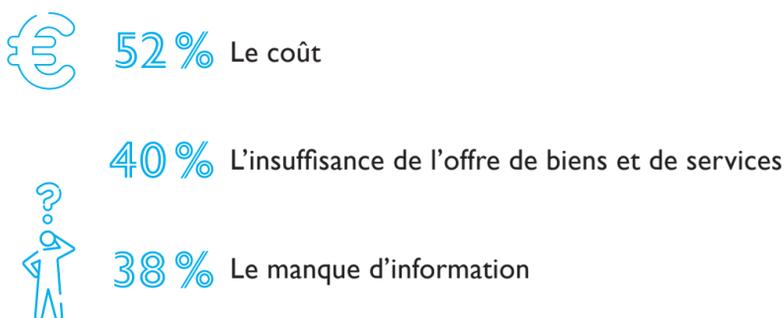


Derrière le tri et le recyclage, les répondants citent la réduction de la consommation d'énergie à 84% et la lutte contre le gaspillage à 79%.

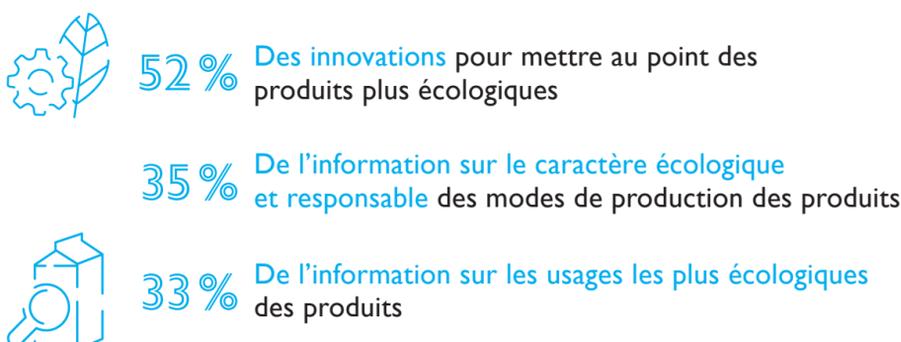


### Des freins et des leviers pour faciliter la consommation responsable

Près de 60% des Français estiment qu'il est difficile de consommer de façon responsable. 3 principaux freins sont cités :



Pour les y aider, ils attendent en priorité des marques :



Les données de l'Observatoire l'ObSoCo - Citeo sont issues d'une enquête en ligne conduite du 26 août au 22 septembre 2020 auprès d'un échantillon de 3 851 personnes, représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans. Cliquez [ici](#) pour accéder au communiqué de presse. Cliquez [ici](#) pour découvrir les principaux enseignements.

Donnons ensemble une nouvelle vie à nos produits