Les préoccupations environnementales et sociales des consommateurs plus élevées dans les pays émergents qu'en Europe

17 janvier 2014

Une étude à l'échelle mondiale du cabinet de marketing Nielsen bat en brèche l'idée selon laquelle les préoccupations sociales et environnementales sont l'affaire des pays riches. Les consommateurs soucieux des pratiques des entreprises, et se disant prêts à payer plus pour cela, seraient proportionnellement plus nombreux dans les pays émergents qu'en Europe.

Les pays où les consommateurs se disent les plus sensibles à l'attitude des entreprises en matière de RSE seraient en effet l'Inde (75 %), les Philippines (71 %), la Thaïlande (68 %), l'Indonésie (66 %), l'Égypte (64 %) et le Vietnam (64 %). À l'inverse, la France fait partie des pays où les consommateurs semblent les moins sensibles, avec 31 % de réponses positives. Dans le même ordre de grandeur, le Japon est prêt à acheter responsable à 31 %, l'Allemagne à 38 %, la Norvège à 39 % et les États-Unis à 44 %.

En comparant ces résultats à ceux d'une étude similaire réalisée en 2011, les auteurs constatent une rapide évolution. À l'échelle internationale, la part des consommateurs enquêtés prêts à payer plus cher leurs biens de consommation, à condition que les entreprises aient un impact positif sur la société, serait passée de 45 à 50% en 2 ans.

De tels résultats sont à prendre avec prudence, la méthode (sondage en ligne auprès de 29 000 consommateurs dans 58 pays) comportant des limites (seuls les internautes sont consultés). Cependant, une tendance de fond significative est ici illustrée. L'apparition d'une classe moyenne dans les pays émergents, importante en nombre, et qui devrait tirer la consommation mondiale de demain, s'accompagne d'une exigence croissante vis-à-vis des pratiques sociales et environnementales des entreprises.

Alexandre Martin, Centre d'études et de prospective

Source : *The Nielsen Compagny* [http://se.nielsen.com/site/NielsenGlobalReportConsumersWhoCareAugust2013.pdf.pdf – ce lien n'est plus valide]