Consommation durable : typologie des consommateurs de 2004 à 2014

10 octobre 2014

Le 18 septembre dernier, Ethicity a publié son étude annuelle sur la consommation responsable, réalisée en partenariat avec l'ADEME. Menée depuis 2004, cette étude repose, pour l'édition 2014, sur une enquête par questionnaire postal auprès d'un panel de 3 700 personnes, représentatif de la population française (15-74 ans). Huit groupes de consommateurs sont identifiés, cette typologie permettant de préciser les leviers de changement et les attentes spécifiques à chaque groupe :

Source : Ethicity

Depuis 2004, période marquée surtout par la recherche de bénéfices collectifs (préservation de la planète, souci d'éthique), l'engagement des personnes interrogées a évolué avec l'apparition d'enjeux sociaux et économiques (locatif, participatif, partage). Des préoccupations plus individuelles entrent également en compte, comme la recherche de qualité (ex : produit de meilleur goût) ou une envie de simplicité (objectif d'économies, choix d'authenticité).

En 2014, les individus engagés représentent la moitié de la population, contre 39 % en 2004 ; cet engagement s'est également féminisée (57 % de femmes en 2014 contre 51 % en 2004) et n'est plus « l'exclusivité des privilégiés et intellectuels parisiens ». Cette année, les cadres, professions intermédiaires et retraités de CSP supérieures représentent 36 % du panel, et les personnes vivant en région parisienne environ 18 %.

Julia Gassie, Centre d'études et de prospective

Source : Ethicity