



## Étude « La consommation responsable en France » : 7 Français sur 10 se disent *Consom'acteurs* !

### Faits saillants :

- 81% des Français se disent inquiets du réchauffement climatique ;
- 61% admettent que cette prise de conscience est récente ;
- 68% estiment que consommer responsable est le meilleur moyen de préserver la planète ;
- À l'échelle individuelle, le principal levier d'action est l'alimentation ;
- 3 freins néanmoins : le prix, la difficulté d'accès et la non-disponibilité des produits ;
- 1 Français sur 2 se déclare toutefois prêt à payer plus cher des produits écologiques.

**La consommation responsable est en plein essor et s'invite de plus en plus dans le panier de courses des Français. C'est ce que révèle le nouveau sondage mené par Poll&Roll pour helios, l'alternative bancaire engagée pour un futur durable.**

Réalisée à l'occasion du lancement du mouvement *Tous Consom'acteurs!*, l'étude montre que les Français ont conscience de leur impact environnemental et se perçoivent toujours davantage, en tant que consommateurs, comme acteurs de première ligne dans la lutte contre le réchauffement climatique. Des freins devront toutefois être levés pour généraliser les comportements vertueux. Le consommer mieux ne s'ancrera dans le quotidien qu'à condition d'être accessible à tous, et de ne pas rimer avec restriction, privation et exclusion sociale.

### **Réchauffement climatique : une préoccupation majeure pour 8 Français sur 10**

La terre brûle et l'on regarde ailleurs ? Pas en France ! Les résultats de l'enquête réalisée par Poll&Roll pour helios sont sans appel : le réchauffement climatique est une préoccupation partagée par 81% des Français. « *C'est le signe que les regards changent et que la société évolue sur ce sujet, commente Maeva Courtois, cofondatrice d'helios. Le dérèglement climatique émerge comme une réelle inquiétude pour une majorité de la population.* » 67% des répondants reconnaissent néanmoins que cette prise de conscience est récente, voire très récente pour 19% d'entre eux.

### **La consommation comme premier geste responsable**

Inquiets face à la menace du réchauffement, les Français ne sont pas pour autant défaitistes ni convaincus qu'il est trop tard. Au contraire ! 68% estiment qu'il est de leur devoir d'agir en adoptant une consommation éthique et responsable, tout en attendant des dirigeants politiques davantage de volontarisme et d'actes forts (40%). L'impact environnemental est ainsi devenu l'un des critères les plus importants dans la décision d'un achat (73%), après le prix (98%), le bénéfice santé (92 %) et l'origine du produit ou service (76%).

### **Chaque geste compte**

Chez 83% des Français, cet engagement se traduit au quotidien par des actes individuels et concrets, ainsi qu'une multitude de mutations qui bouleversent en profondeur les habitudes d'achat. Les ménages réduisent leur consommation de produits à fort impact écologique (35%), privilégient toujours plus les produits biologiques et *made in France* (29%), ou encore achètent

moins et de manière plus réfléchie (25%). Le levier n° 1 est l'alimentation. C'est aujourd'hui le principal champ d'action des consommateurs (74%), loin devant l'énergie (54%) ou l'habillement (47%).

### **Le prix, le principal frein**

La consommation responsable a cependant ses obstacles. Si la conscience écologique des Français est au plus haut, l'accessibilité prix reste un frein majeur pour 78% d'entre eux. La distribution de l'offre et sa diversité sont également pointées du doigt : 32% des consommateurs soulignent un manque de praticité et 31% attendent plus de variété. *« Dans le domaine de l'alimentation notamment, qui touche à une nécessité du quotidien, la volonté de changer ses habitudes ne peut suffire »*, explique Maeva Courtois. Au total, seulement 6% des Français déclarent ne pas rencontrer de freins au consommer responsable.

### **52 % des Français prêts à payer plus pour consommer mieux**

Plus de la moitié des Français (52%) se disent toutefois prêts à payer plus cher des produits respectueux de l'environnement et des Hommes. Dans le détail, 30% sont enclins à dépenser 5% de plus, tandis que 17% acceptent de payer jusqu'à 10% plus cher un produit responsable. 4% sont même prêts à déboursier un supplément de plus de 20%. Quid de l'autre moitié des consommateurs ? De toute évidence, l'inclusivité passe par le prix. Pour inciter à la consommation durable, la baisse de la TVA sur les produits responsables et les promotions sont désignées comme les mesures les plus efficaces par respectivement 72% et 50% des sondés. *« Le prix reste le premier levier de la démocratisation d'une offre écologique perçue globalement comme chère, surtout en période d'inflation. Agir sur l'accessibilité, la désirabilité et la normalisation des gestes vertueux permettra d'ancrer responsabilité et durabilité dans les nouvelles habitudes »*, conclut Maeva Courtois.

### **helios la start-up qui dépollue l'argent des Français**

Entreprise à mission créée en mars 2020, helios défend un nouveau modèle bancaire engagé et responsable qui oriente l'argent de ses clients vers des projets d'investissement respectueux de l'environnement. helios offre ainsi tous les services que peut proposer une banque digitale, mais va plus loin en lui ajoutant une dimension durable et un processus de fléchage très transparent. Un modèle qui a rapidement séduit plus de 18 000 clients et permis d'investir 6 millions d'euros dans la transition écologique et d'éviter plus de 125 000 tonnes de CO2.

### **Des actions plutôt que des mots : "Tous Consom'acteurs !" le collectif de marchands engagés**

Aujourd'hui, helios met une nouvelle fois ses actes en accord avec ses convictions. La fintech poursuit son engagement de transparence et d'exemplarité éthique en allant encore plus loin. Pour aider les Français à consommer de manière plus responsable sans faire de concessions sur leur pouvoir d'achat, elle a fondé Tous Consom'acteurs !, le plus grand réseau français de marchands éco-responsables. Au total, plus de 70 enseignes, strictement sélectionnées pour leurs engagements sociaux et environnementaux, signataires d'une charte éthique à respecter, se sont ainsi associées.

Tous consom'acteurs ! propose pour cela un programme inédit de consommation éthique et local qui : i) rend simple l'identification des commerces engagés et locaux ; ii) permet de découvrir les commerçants engagés à côté de chez soi ; iii) offre des remises éthiques pour que la différence de prix ne soit plus un obstacle pour consommer de manière éco-responsable.

### **Un programme unique pour découvrir et soutenir les commerces de proximité et engagés**

Pour aider à mieux consommer, helios a donc rassemblé la fine fleur des enseignes éthiques dans un programme de fidélité accessible via sa carte de paiement. Parce que la consommation éco-responsable ne doit pas forcément coûter plus cher, les clients helios bénéficient ainsi des prix bas toute l'année dans l'ensemble des enseignes du collectif. Ils ont l'assurance de faire leur achats auprès d'acteurs éco-responsables déterminés à relever les défis liés au changement climatique.

**LISTE DES PARTENAIRES :** OMAJ, Omie, En Immersion, WeDressFair, WeCanDoo, Zeste d'Evidence, Sailcoop, Spring, Reine Mère, Sloli, Rejeanne, Dot Drops, Ciment Paris, Lamazuna, Bomolet, Papa Outang, Pimpant, Slowy, Trust Society, Cuvée Privée, Gallia, On s'emballe à la française, Beebs, Soins de soi, Jean Fourche, Izidore, GreenGo, Le Slip Français, Atelier Ricochet, 900.Care, Maison Bohème, Refill, Turtle, Wonder We, La Mie, Enercool, Kidibam, Cyclofix, Lukine, Nerium Natura, Recyclivre, The Family Van, NaturaBox, Bibo, Studio Pomalo, Tokilia, Kazidomi, Refair, La Ruche qui dit oui, Petty Well, Toasty, Initiation Nature, Audass Paris, BOTT Lingerie, Apimani, Yepaa, Yunâni, Anotherway, Les extra-ordinaires, Oé, Hero, Vrac'ethik, Fairtrotter, Le Petit Dormeur, Maia, Poiscaille.

Laëtitia GUITTARD – [laetitia@edifice-communication.com](mailto:laetitia@edifice-communication.com) – 06 76 13 71 55

Etienne RICHER – [etienne@edifice-communication.com](mailto:etienne@edifice-communication.com) – 07 85 89 64 57

Online NZUZI – [online@edifice-communication.com](mailto:online@edifice-communication.com) – 06 76 97 15 78

### **A propos d'helios**

helios est un nouveau modèle bancaire engagé et transparent qui oriente l'argent de ses usagers vers des projets d'investissements respectueux de l'environnement. Entreprise à mission créée entre Paris et Nantes par Maeva Courtois et Julia Ménayas en mars 2020.

Adossée à la licence bancaire de la plateforme Solaris SE, la startup propose une carte de paiement, tous les services bancaires du quotidien ainsi qu'un conseiller dédié, le tout accessible depuis une application mobile et un site web.

Pour en savoir plus : <https://www.helios.do>

Accédez au document de synthèse de l'étude (PDF) :

<https://www.helios.do/assets/pdf/Sondage-pouvoir-achat-consommation-ethique-sept23.pdf>

Accédez à notre kit média (qui contient une section sur "Tous Consom'acteurs !") :

<https://helios-do.invisionapp.com/board/Helios-media-kit-ckioek1az00g716oie9exx0e6>