

## **78 % des Français voient dans le prix un obstacle majeur à l'adoption plus large de comportements de consommation responsables**

### ***Étude « Pouvoir d'achat et consommation éthique »***

- **La moitié des français** se disent prêts à payer plus cher pour des produits respectueux de l'environnement.
- **68 %** des Français estiment que la consommation responsable est le meilleur outil pour agir à leur échelle contre le réchauffement climatique.
- **35 % des Français** consomment déjà de manière plus responsable et ont diminué leur consommation à fort impact écologique.
- **78 % des Français** voient dans le prix un obstacle majeur à l'adoption plus large de comportements de consommation responsables.

**Et si la consommation responsable devenait la norme en France ? Une récente étude Discurv (anciennement Poll&Roll) réalisée en septembre 2024 par helios, l'alternative bancaire engagée pour un futur durable, révèle une tendance forte : les Français sont de plus en plus conscients des enjeux environnementaux et prêts à agir. Cette enquête, menée pour [la deuxième année consécutive](#), met en lumière une volonté collective de consommer autrement, tout en pointant les freins économiques qui subsistent. Décryptage.**

#### **Une prise de conscience qui s'accélère**

Le réchauffement climatique n'est plus une abstraction pour les Français. Selon l'étude, 64 % d'entre eux considèrent que leur préoccupation à ce sujet est récente. Cette prise de conscience s'accompagne d'une conviction : **68 % estiment que la consommation responsable est leur meilleure arme pour lutter contre le changement climatique.**

#### **Un désir d'agir par ses achats...**

Les citoyens réalisent que chaque achat est un acte qui peut influencer positivement l'environnement. Ainsi, **73 % des Français affirment que l'impact environnemental est un**

# helios

**critère important dans leurs décisions d'achat**, une proportion en hausse par rapport à 2023<sup>1</sup>. De plus, la part des Français considérant ce critère comme "très important" a progressé de 3 points par rapport à l'année précédente<sup>2</sup>, signe que la conscience écologique s'ancre davantage dans les habitudes de consommation.

## **...malgré le prix, principal frein à la consommation responsable**

Cependant, cette volonté se heurte à une réalité économique. L'étude souligne que **D** Il est intéressant de noter que **52 % des répondants se disent prêts à payer plus cher pour des produits respectueux de l'environnement**. Toutefois, **47 % estiment que ces produits devraient être proposés à des prix comparables à ceux des produits conventionnels**. Cette dualité souligne l'importance de rendre la consommation responsable accessible à tous, sans distinction de pouvoir d'achat.

## **Baisse de la TVA sur les produits responsables, mise en place d'un score éco-responsable... une majorité de français favorables à des mesures pour baisser la facture**

Les mesures perçues comme les plus efficaces pour inciter les consommateurs à se tourner vers des marques et produits responsables montrent une évolution intéressante en 2024 par rapport à 2023. **La baisse de la TVA sur les produits responsables reste la mesure la plus plébiscitée, avec 69% des répondants en 2024**, légèrement en baisse par rapport aux 72% de 2023. Ensuite, **la mise en place d'un score éco-responsable, semblable au Nutriscore, est jugée efficace par 33% des répondants en 2024**, une légère progression par rapport à l'année précédente. Enfin, l'intérêt pour les promotions proposées par les marques et commerçants responsables reste élevé à 50%, indiquant que le prix demeure un facteur clé pour encourager des pratiques de consommation plus éthiques.

## **Le collectif Tous Consom'acteurs, une réponse concrète à une consommation responsable accessible**

Pour lever les freins économiques, helios a lancé Tous Consom'acteurs !, le plus grand réseau français de commerçants éco-responsables, regroupant plus de 100 enseignes engagées. Ce

programme vise à offrir des avantages concrets aux consommateurs en rendant les produits et services écologiques plus abordables. En facilitant l'accès à ces enseignes, helios encourage les citoyens à intégrer durablement ces choix dans leur quotidien. Cette initiative contribue à démocratiser la consommation responsable, en la rendant plus attractive et financièrement accessible.

---

<sup>1</sup> <https://www.helios.do/assets/pdf/CP-helios-lancement-TCA-oct23.pdf>

<sup>2</sup> *Ibid.*

# helios

*“Les résultats de l'étude sont porteurs d'espoir. La volonté des Français de changer leurs habitudes est réelle et croissante. En levant les obstacles économiques, il est possible de catalyser une transformation profonde de notre société. La transition écologique n'est plus une option, mais une nécessité. Les Français sont prêts à s'engager, mais pour passer du désir à l'action, ils ont besoin de soutien pour franchir le pas.”*

**Maeva Courtois, Dirigeante et cofondatrice d'helios**

## **Méthodologie :**

- Organisme partenaire : Poll&roll et Discurv
- Cible : ensemble des Français de 18 ans et plus
- Mode de collecte : questionnaires en ligne
- Dates de collecte : du 11 au 13 octobre 2023 et du 2 au 10 septembre 2024
- Taille de l'échantillon : 2000 répondants

**>> Etude complète [ici](#)**

## **À propos d'helios**

Entreprise à mission créée entre Paris et Nantes par Maeva Courtois et Julia Ménayas en mars 2020, helios oriente l'argent de ses usagers vers des projets d'investissements respectueux de l'environnement. La startup propose plusieurs produits, une carte de paiement internationale, tous les services bancaires du quotidien, des produits d'épargne et un conseiller dédié, le tout disponible depuis l'espace client sur smartphone et sur ordinateur.

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

## **Contacts presse**

Agence Relations

Jihane Teretal

[jihane@jt-conseil.com](mailto:jihane@jt-conseil.com)

06 08 27 68 85