
BAROMETRE DU COMPORTEMENT RSE DES FRANCAIS

JUILLET 2024 – 2400567

VOS CONTACTS AU SEIN
DU PÔLE SOCIETY DE CSA

- Julie Gaillot : julie.gaillot@csa.eu
- Camille Brun : camille.brun@csa.eu



Méthodologie

MODE DE RECUEIL

Questionnaire
auto-administré
en ligne



DATES DE TERRAIN



CIBLES INTERROGÉES

Échantillon représentatif de **1026 Français** âgés de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas sur les critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de région et de catégorie d'agglomération

Échantillon de **1005 visiteurs** du site internet du magazine GEO (dont 60 sont également abonnés au magazine)

Échantillon de **477 abonnés** au magazine GEO

PARTIE

INTRODUCTIVE

The background of the right page features a dark blue gradient. In the foreground, there are stylized, light blue silhouettes of people holding hands in a circle, representing a community or social engagement. In the background, there are several dark green silhouettes of evergreen trees.

INDICE D'ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Le calcul de l'indice d'engagement

Un **questionnaire identique pour les trois profils** (grand public, visiteurs du site internet, abonnés au magazine) construit en **différentes thématiques** (voyages, transports du quotidien, mode de vie, mode de consommation, numérique, engagement citoyen...) pour pouvoir **calculer un indice d'engagement sociétal global** et des **indices par thématiques**.

Chaque question s'est vue **attribuée un score de 0 à 100** à partir de l'échelle de réponse :

→ **Pour les questions portant sur des comportements « positifs » :**

1. Oui, tout le temps = 100
2. Oui, souvent = 75
3. Oui, parfois = 50
4. Oui, rarement = 25
5. Non, jamais = 0

→ **Pour les questions portant sur des comportements « négatifs »**

(utilisation de la voiture, achat de fast fashion, utilisation de l'avion pour de courts trajets...) :

1. Oui, tout le temps = 0
2. Oui, souvent = 25
3. Oui, parfois = 50
4. Oui, rarement = 75
5. Non, jamais = 100

Ce scoring nous a permis de **calculer ensuite un indice d'engagement** (en faisant une moyenne simple) **pour chaque thématique** (voyages, transports du quotidien, mode de vie, mode de consommation, engagement social et citoyen...) et enfin **un indice d'engagement sociétal global** (moyenne simple de l'ensemble des indices thématiques).

Plus le score est élevé, plus le comportement est vertueux.

L'indice d'engagement sociétal des Français : à peine la moyenne !

Indice d'engagement sociétal

FRANÇAIS

53/100



69



MODE DE VIE
ECO-GESTES
ET ENERGIE

66



NUMÉRIQUE

53



MODES DE
CONSO.

45



TRANSPORTS
DU QUOTIDIEN

43



VOYAGES &
TOURISME

41



ENGAGEMENT
SOCIAL &
CITOYEN

Indices / 100

L'indice d'engagement sociétal des Français selon le genre

HOMMES

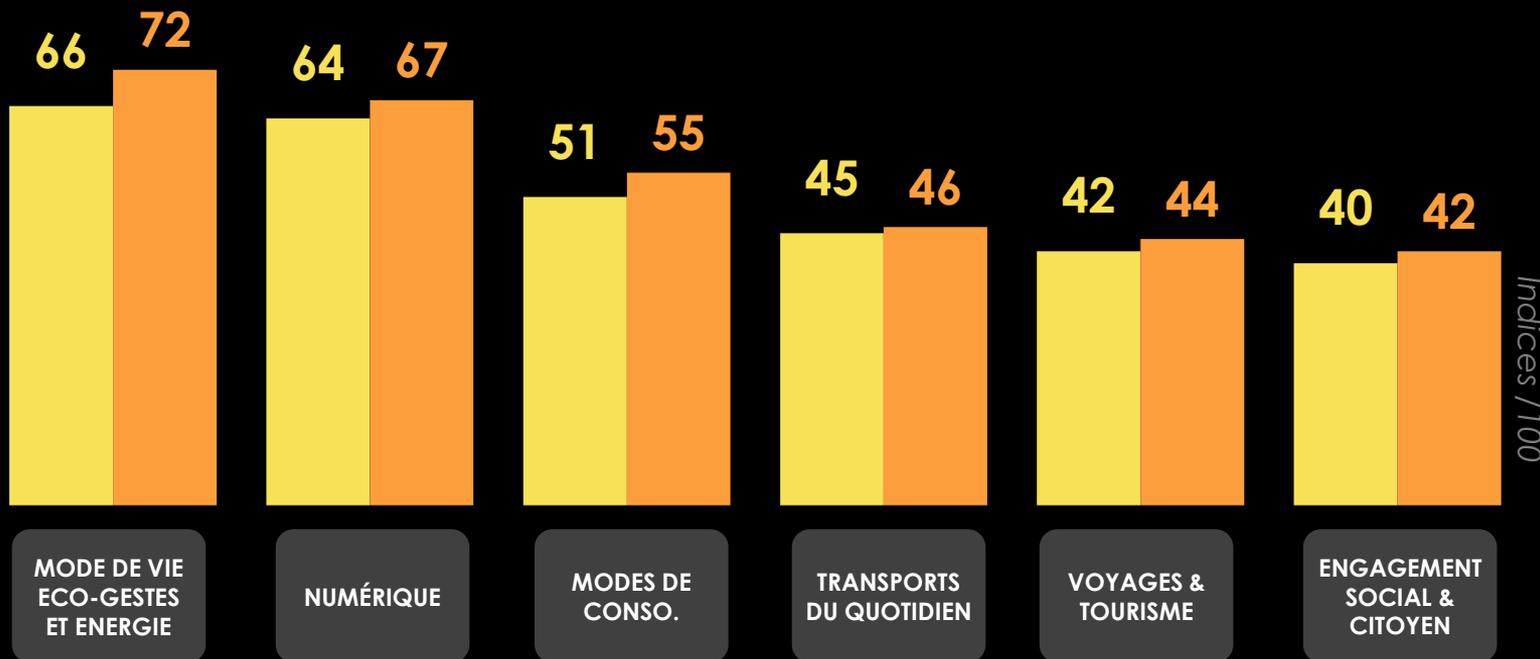
51/100

Indice d'engagement sociétal

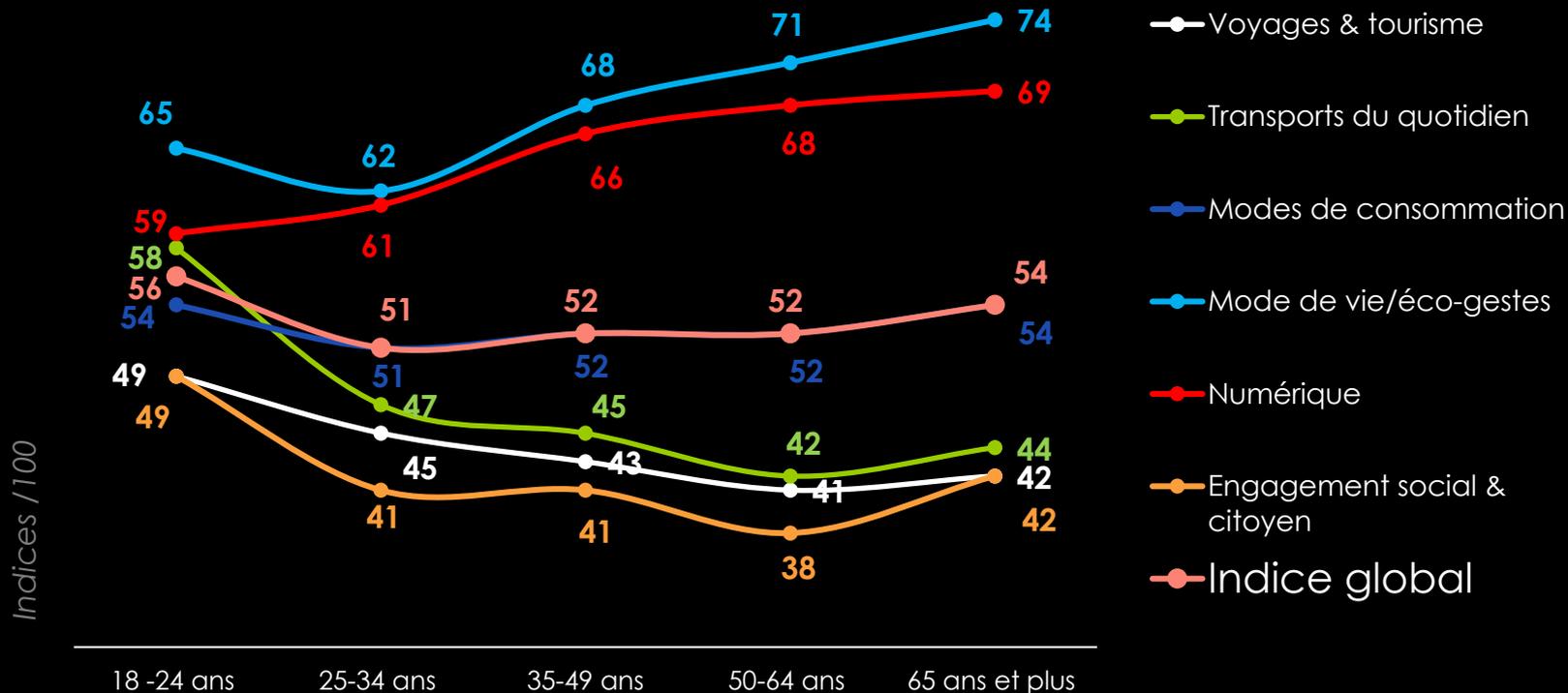
54/100

FEMMES

Indice d'engagement sociétal



L'indice d'engagement sociétal des Français selon l'âge



56/100

51/100

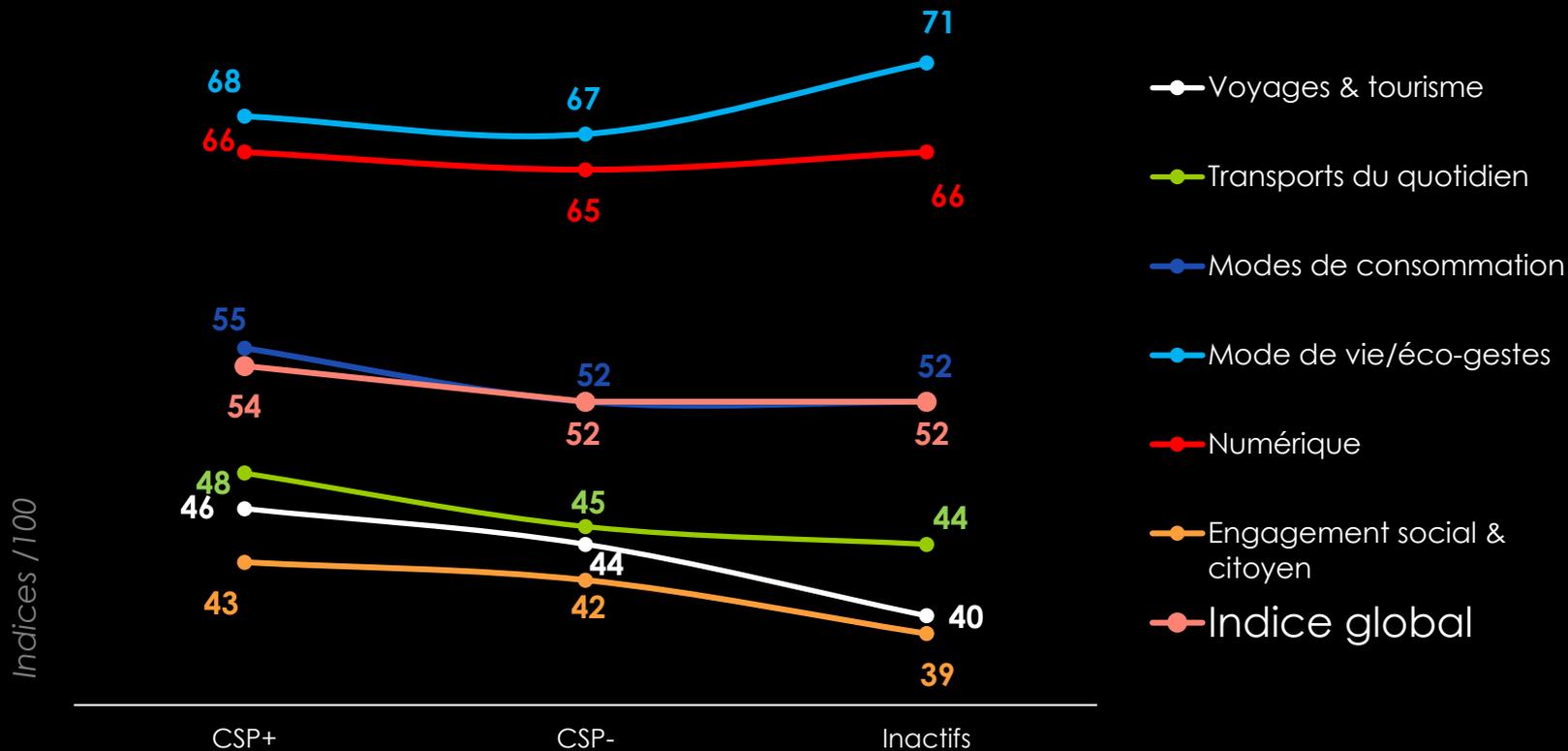
52/100

52/100

54/100

Indice d'engagement sociétal

L'indice d'engagement sociétal des Français selon la catégorie socio-professionnelle



54/100

52/100

52/100

Indice d'engagement sociétal

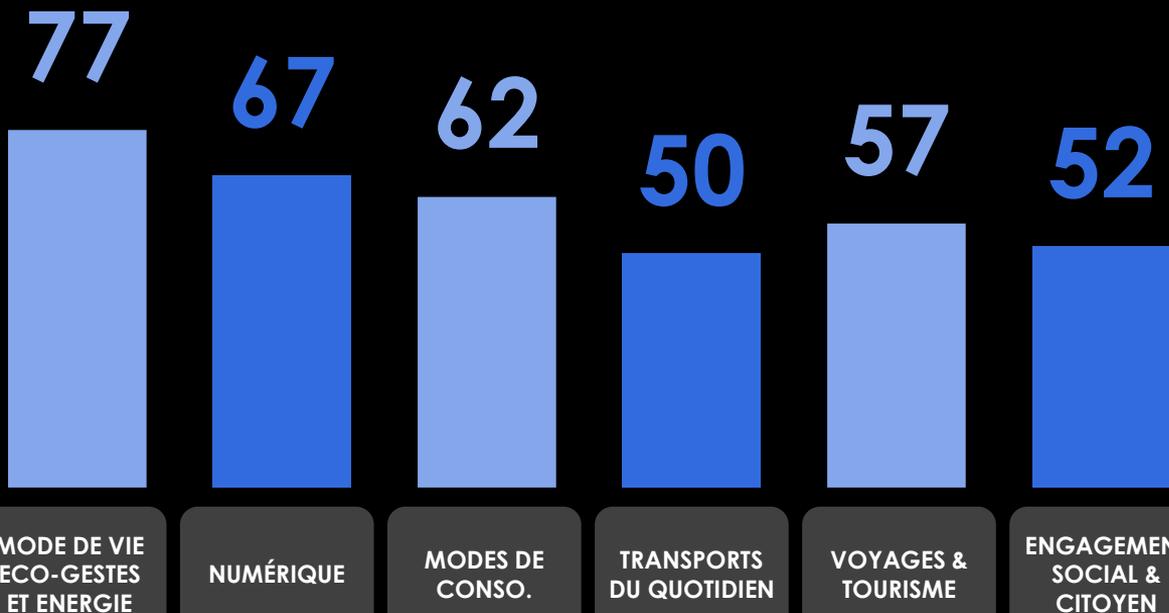
L'indice d'engagement sociétal des visiteurs du site GEO : un comportement plus vertueux que celui de l'ensemble des Français

Indice d'engagement sociétal

VISITEURS
DU SITE GEO



61/100



Indices / 100

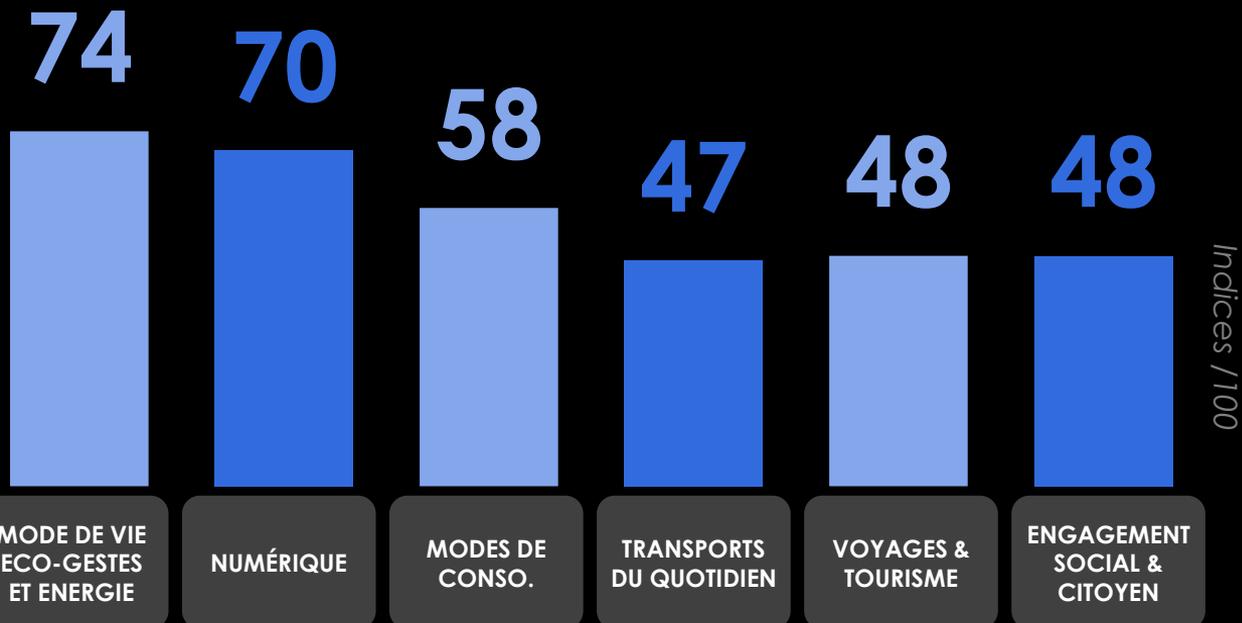
L'indice d'engagement sociétal des abonnés du magazine GEO : les abonnés se placent juste derrière les visiteurs

Indice d'engagement sociétal

ABONNÉS
DE GEO



58/100



Des visiteurs du site GEO qui se révèlent plus engagés.

	FRANÇAIS	VISITEURS SITE GÉO	ABONNÉS GÉO
INDICE D'ENGAGEMENT SOCIÉTAL	53/100	61/100	58/100
Indice mode de vie	69	77	74
Indice numérique	63	67	70
Indice consommation	53	62	58
Indice transports	45	50	47
Indice voyages	43	57	48
Indice engagement social & citoyen	41	52	48

Indices / 100

PREMIÈRE PARTIE

Mode de vie :
des comportements
vertueux qui sont
entrés durablement
dans les mœurs des
trois profils.

INDICE MODE DE VIE



FRANÇAIS

69/100



VISITEURS DU SITE GEO

76/100



ABONNÉS DE GEO

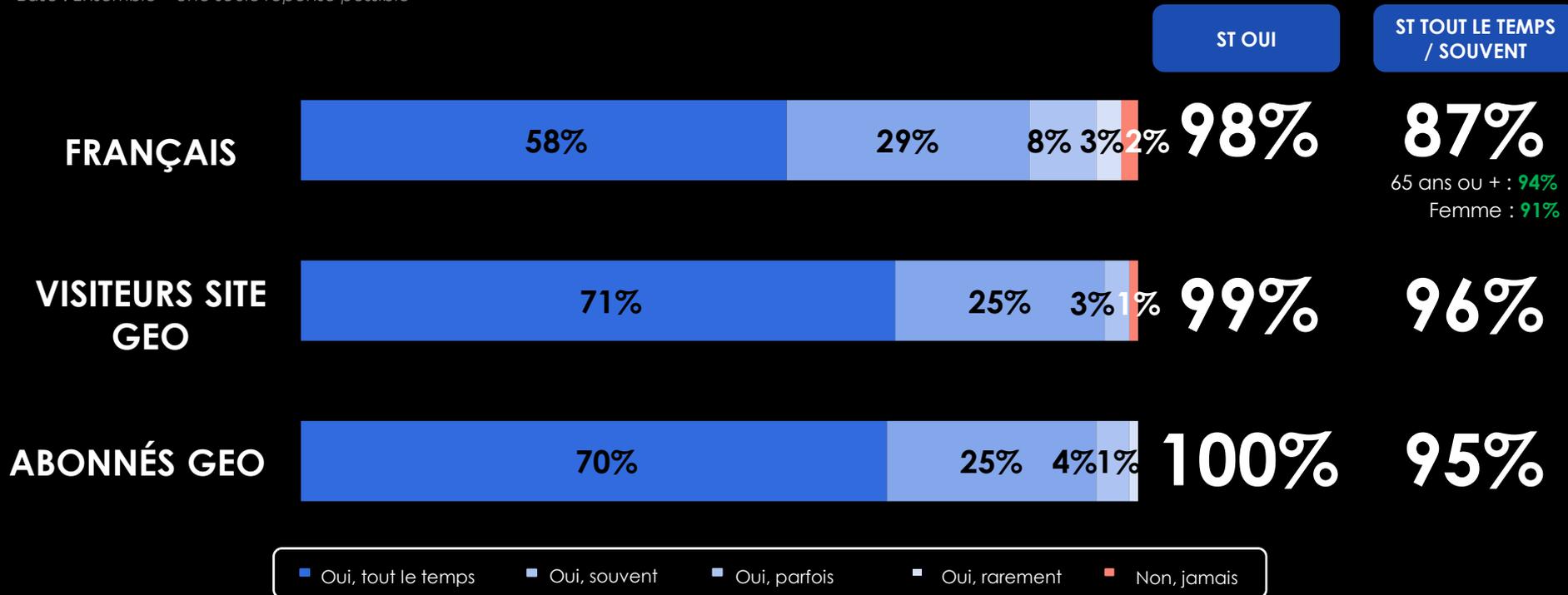
74/100

Non au gaspillage alimentaire !

Q11. Au sein de votre foyer, veillez-vous à ...

LIMITER LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE ?

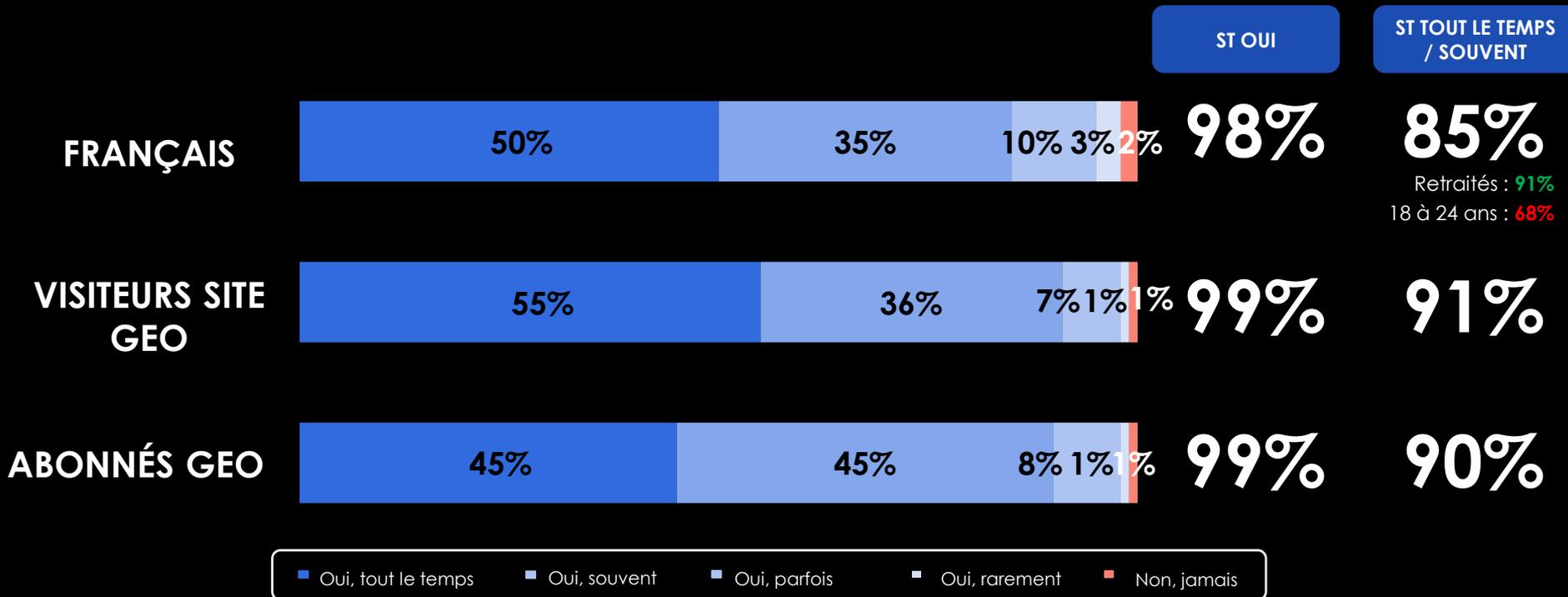
Base : Ensemble – Une seule réponse possible



Et oui aux économies d'énergie

Q11. Au sein de votre foyer, veillez-vous à ...
ECONOMISER L'ÉNERGIE ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

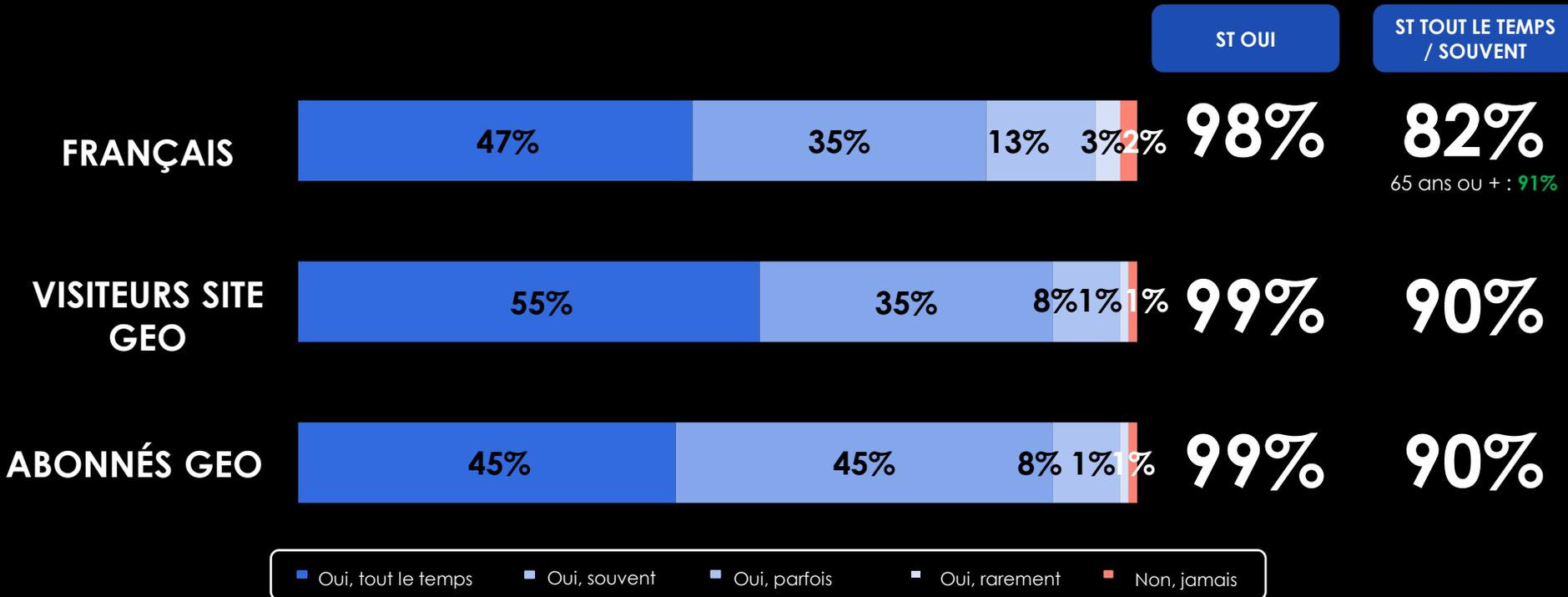


Préserver la ressource en eau, une évidence

Q11. Au sein de votre foyer, veillez-vous à ...

ECONOMISER L'EAU ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

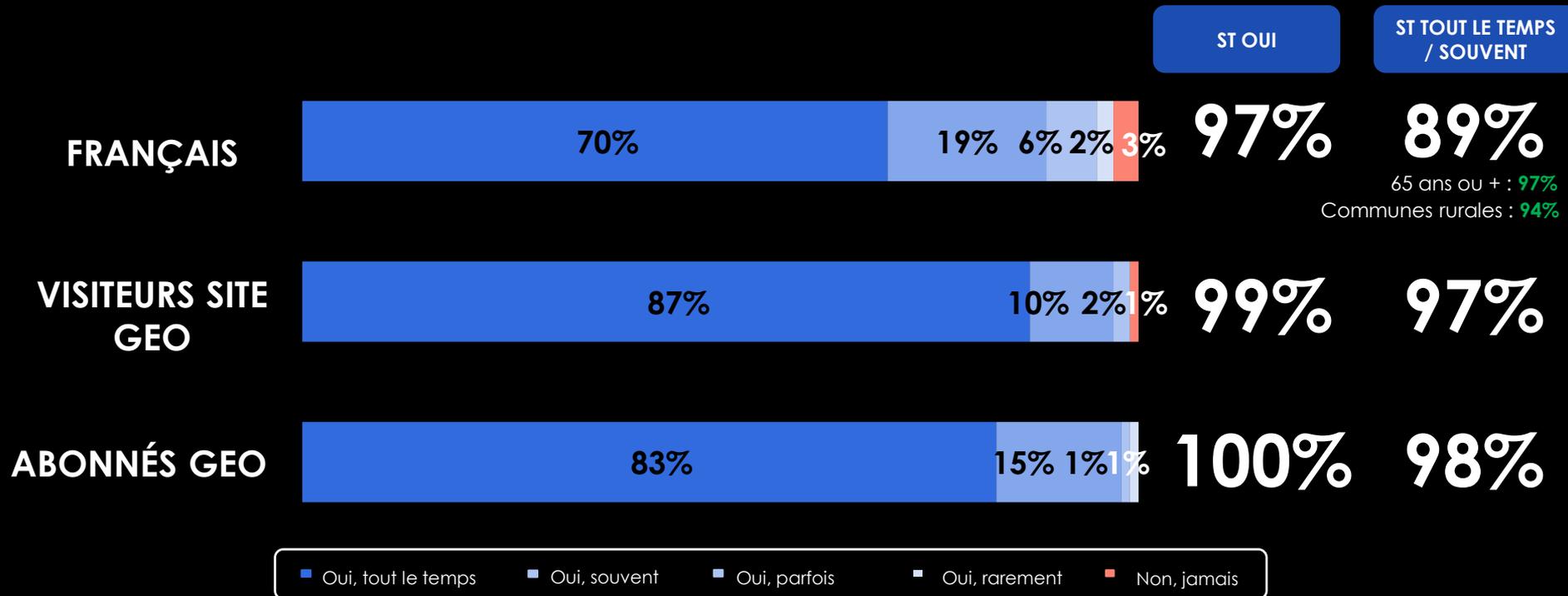


Tout comme le tri des déchets

Q11. Au sein de votre foyer, veillez-vous à ...

TRIER VOS DÉCHETS ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

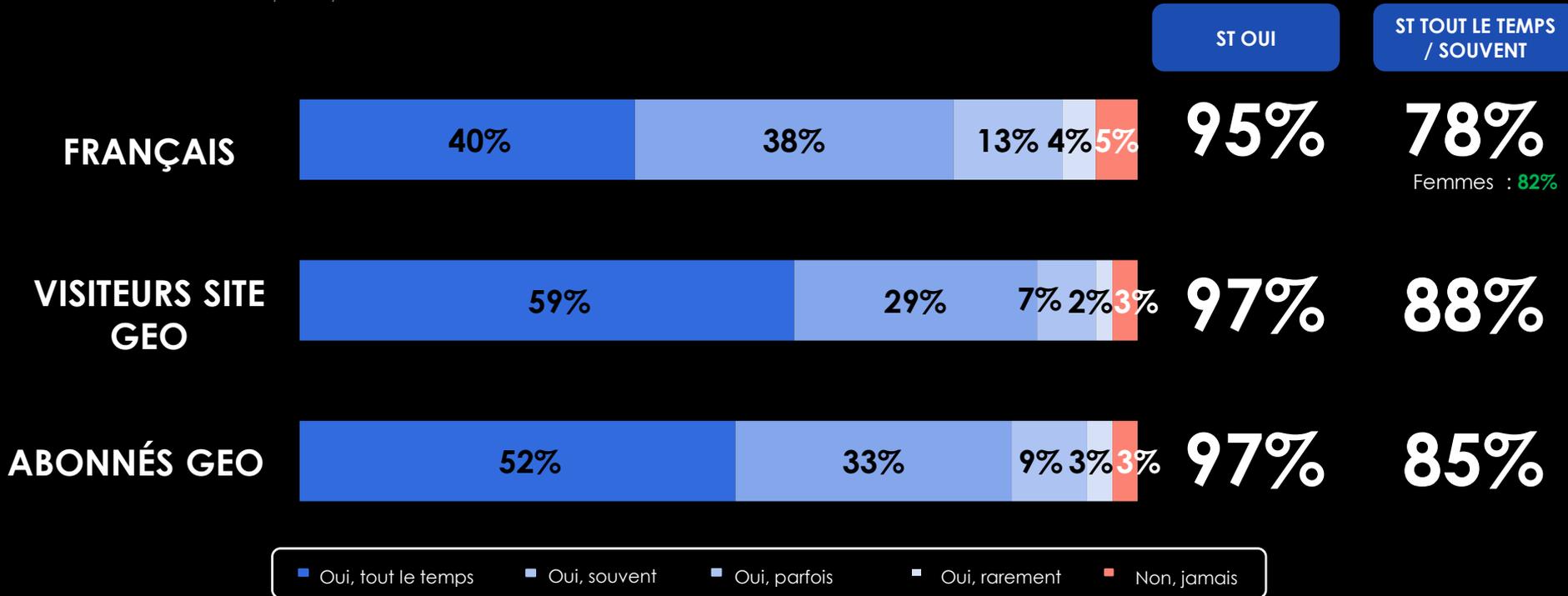


Et veiller à la classe énergétique des appareils électro-ménager...

Q14. Lorsque vous achetez un appareil électro-ménager,

VEILLES-VOUS À SA CLASSE ÉNERGÉTIQUE (ALLANT DE A À G) ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

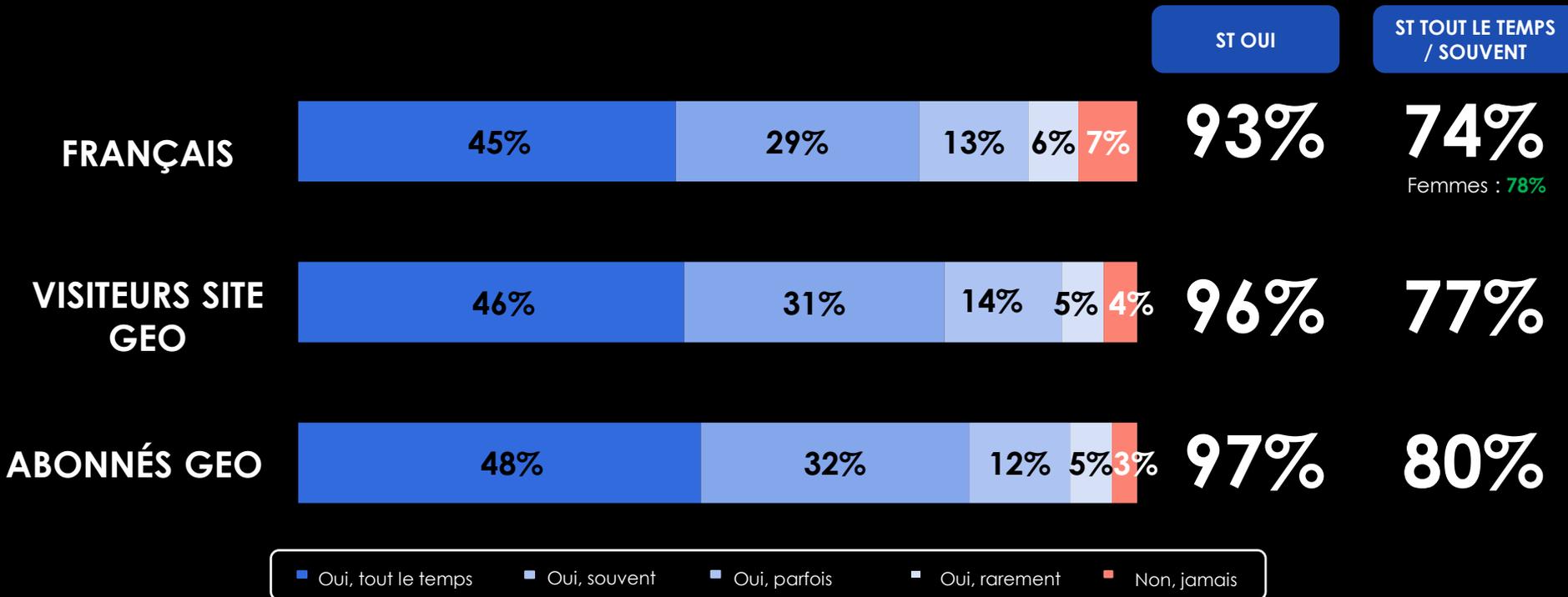


... ainsi qu'éteindre / débrancher ses appareils

Q12. Et plus précisément est-ce que vous veillez à ...

ETEINDRE LES APPAREILS ET DÉBRANCHER LES CHARGEURS NON-UTILISÉS ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

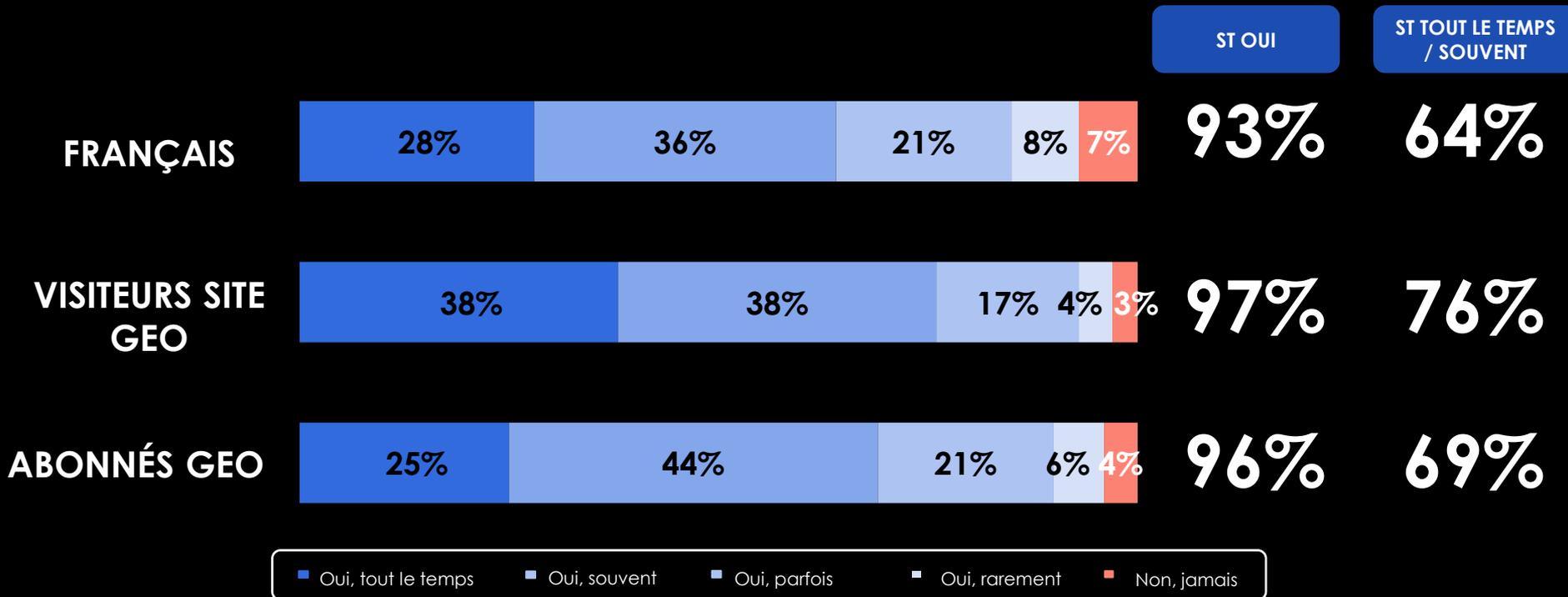


Les trois profils veillent également à limiter l'utilisation de produits ménagers chimiques

Q11. Au sein de votre foyer, veuillez-vous à ...

LIMITER L'UTILISATION DE PRODUITS MÉNAGERS CHIMIQUES, DES AÉROSOLS, ETC. ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

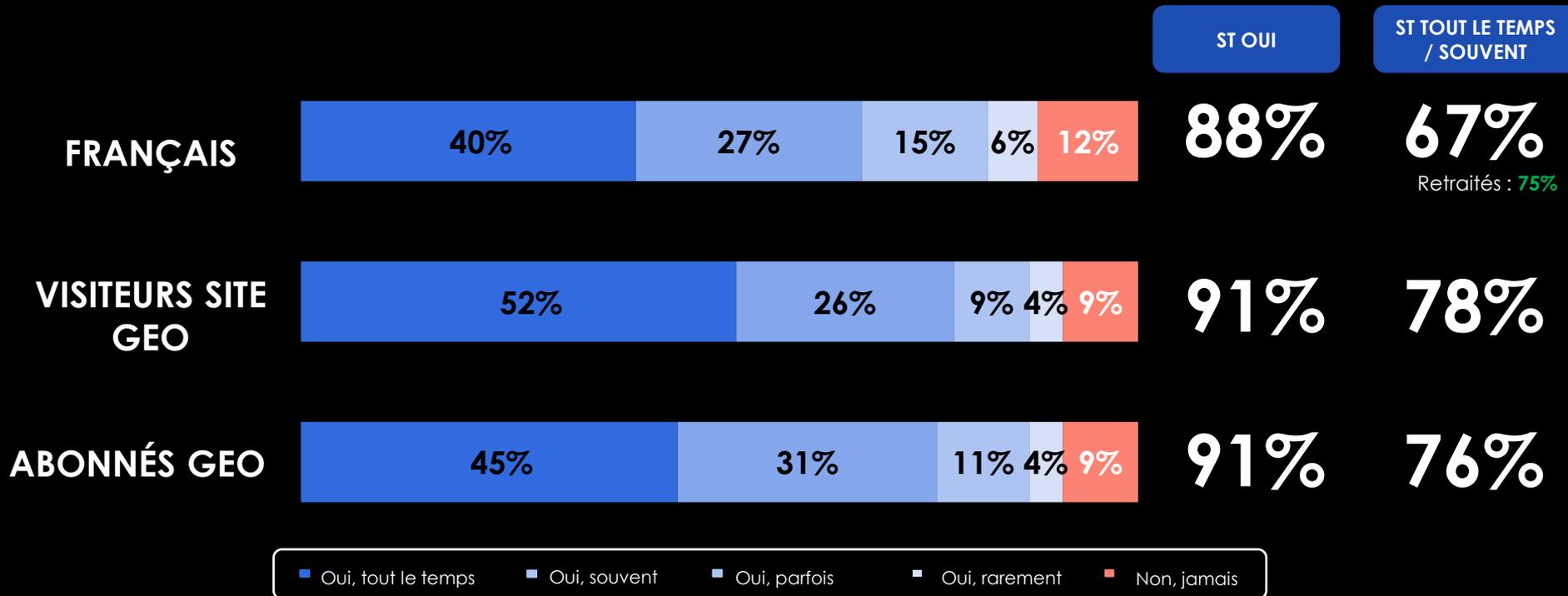


Le fait de ne pas monter régulièrement son chauffage au-delà de 19°C est devenu commun et cela auprès des trois cibles...

Q12. Et plus précisément est-ce que vous veillez à ...

NE PAS MONTER VOTRE CHAUFFAGE AU-DELÀ DE 19°C ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

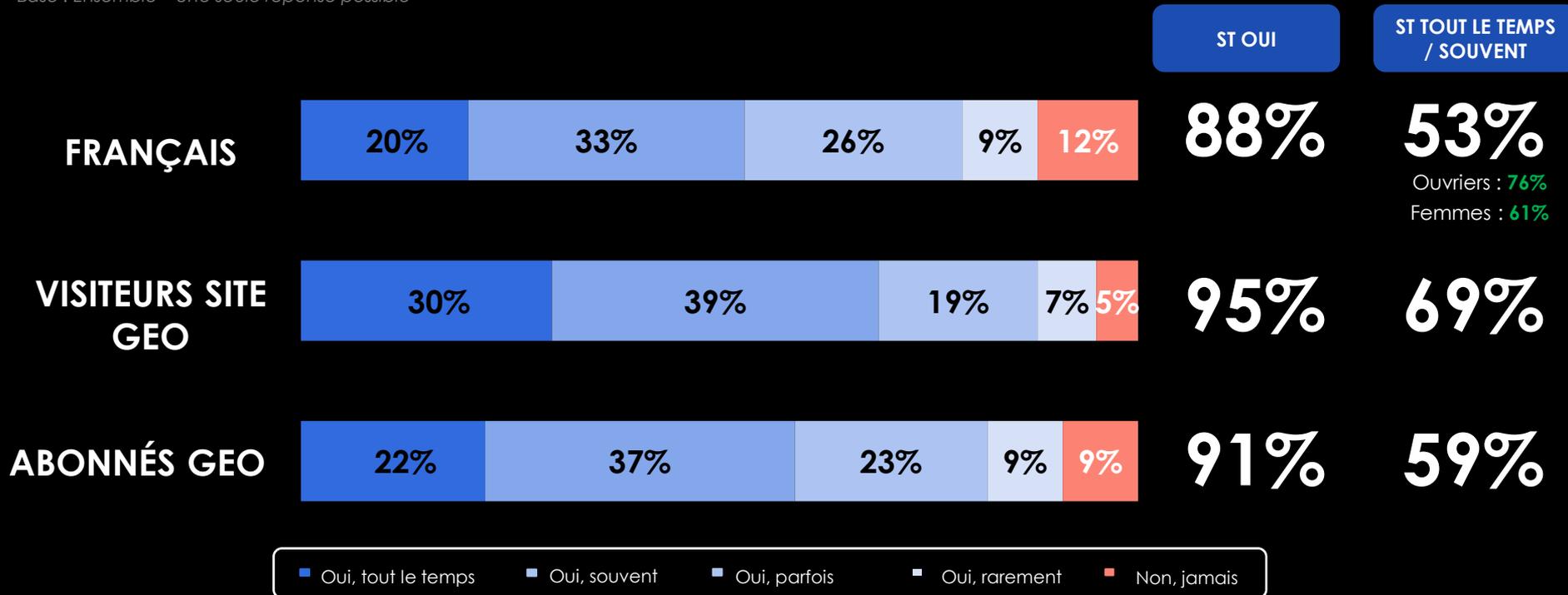


... tout comme chercher à faire réparer ses vêtements avant de les jeter, même si ce n'est pas systématique

Q15. Lorsque vos vêtements s'abîment ...

VOUS CHERCHEZ À LES RÉPARER ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

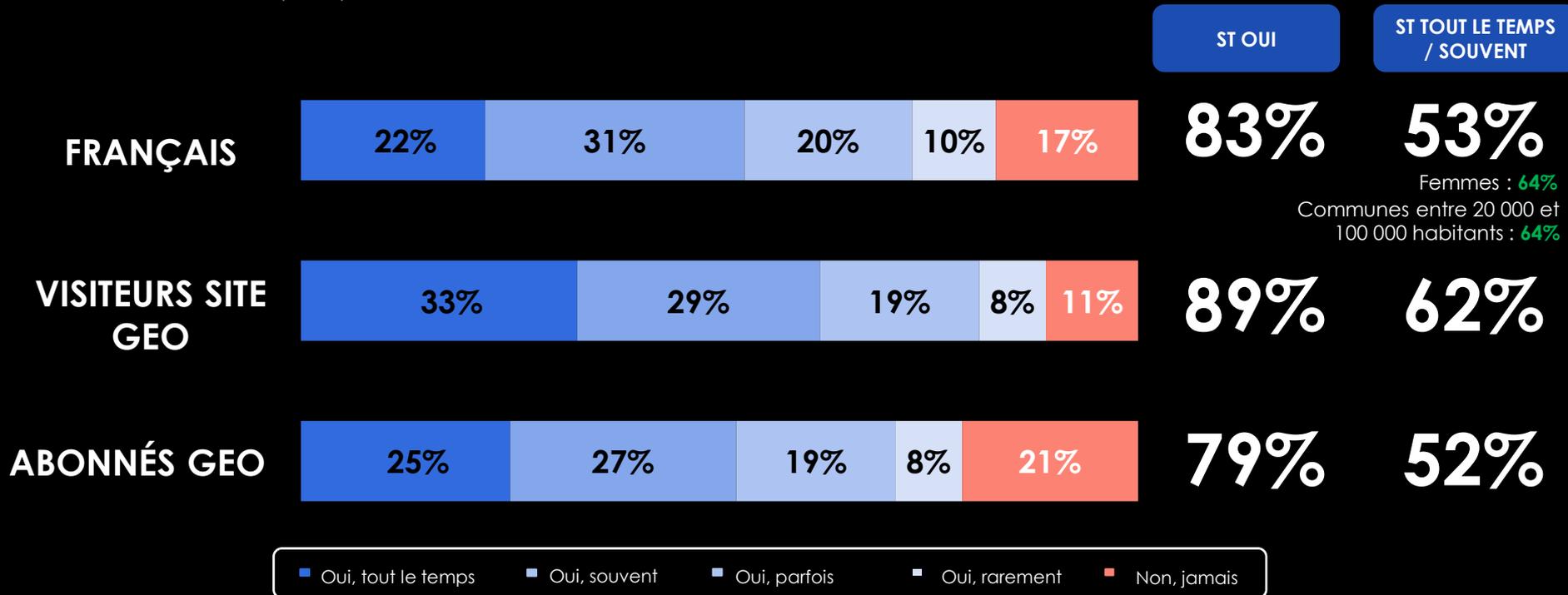


Revendre ou donner ses vêtements : un réflexe partagé par toutes les cibles mais qui pourrait être plus systématique

Q15. Lorsque vos vêtements s'abîment ...

VOUS CHERCHEZ À LES REVENDRE D'OCCASIONS OU À LES DONNER ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

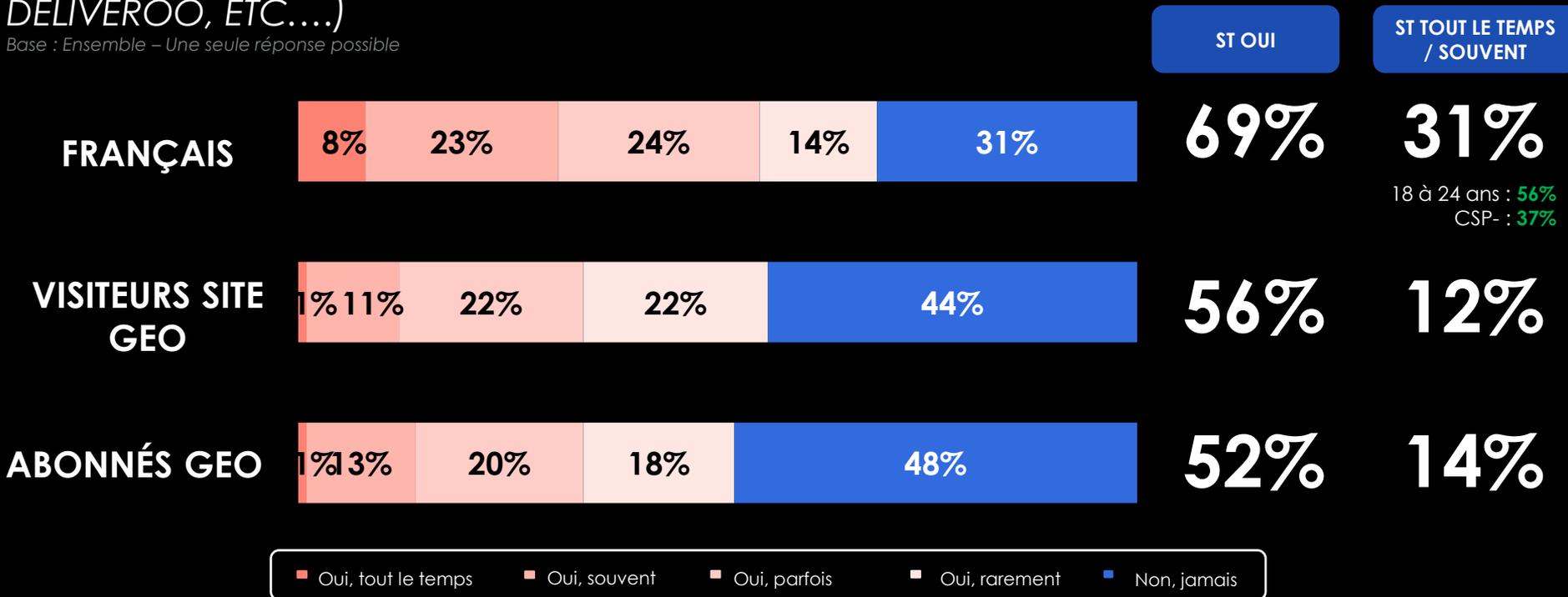


Le fait de commander en ligne et de se faire livrer est plus répandu auprès du grand public que parmi les abonnés ou visiteurs du site.

Q10. Vous arrive-t-il de ...

COMMANDER EN LIGNE ET VOUS FAIRE LIVRER DES PRODUITS DISPONIBLES FACILEMENT EN MAGASIN OU À EMPORTER À PROXIMITÉ DE CHEZ VOUS ? (UBER EATS, AMAZON, DELIVEROO, ETC....)

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

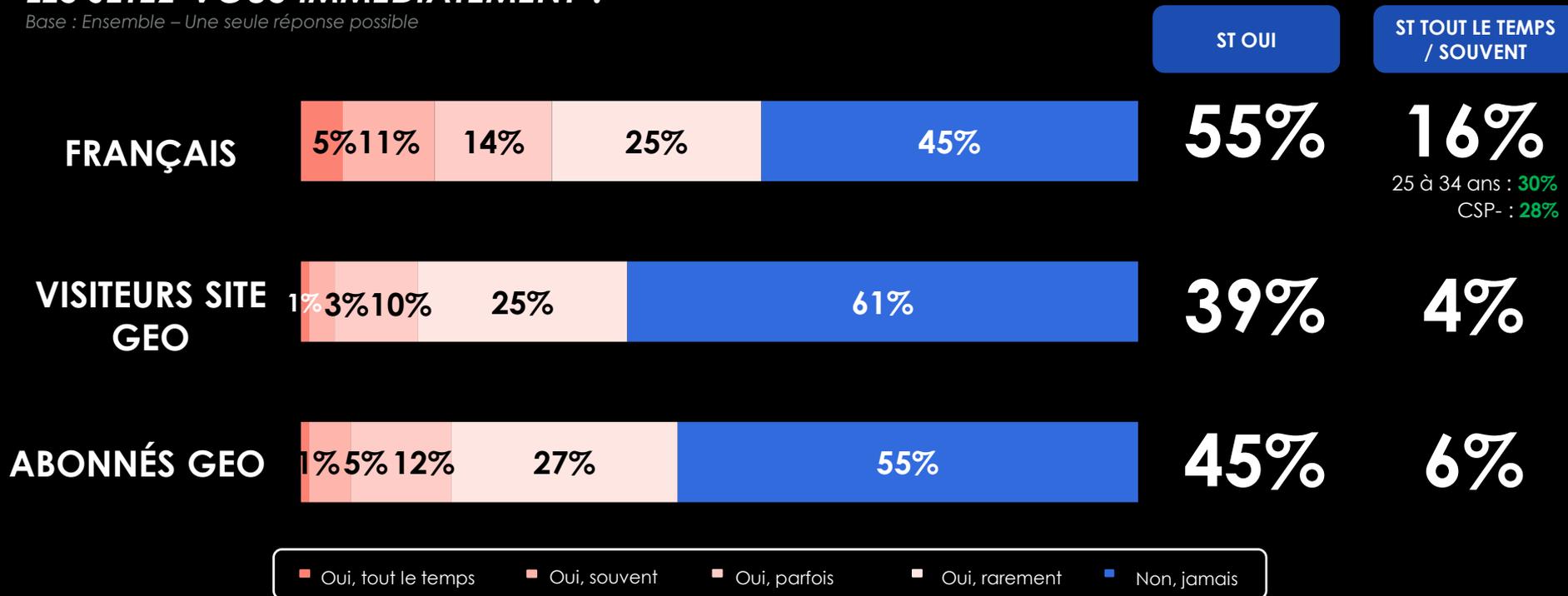


Une majorité des Français avoue jeter immédiatement ses vêtements lorsqu'ils s'abîment, c'est un peu moins répandu chez les abonnés et encore moins chez les visiteurs du site.

Q15. Lorsque vos vêtements s'abîment ...

LES JETEZ-VOUS IMMÉDIATEMENT ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

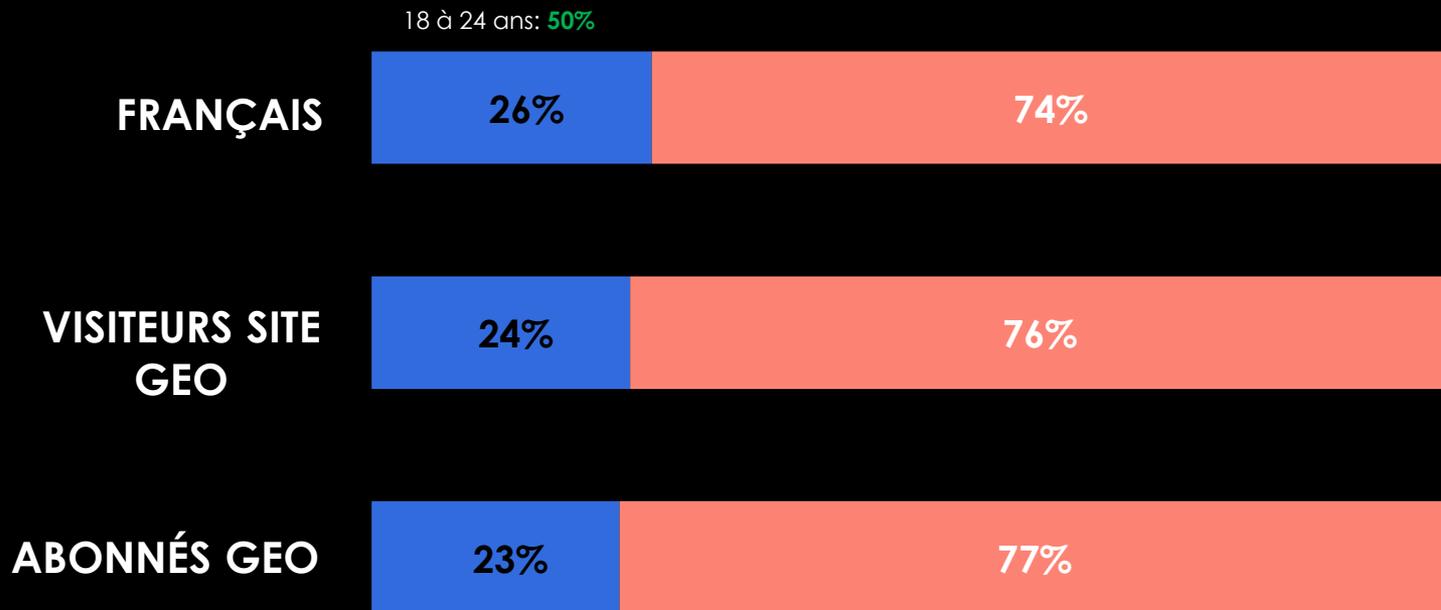


Un quart des répondants (quelle que soit la cible) a sauté le pas et a souscrit un contrat avec un fournisseur d'électricité verte... et c'est même un jeune sur deux auprès du grand public!

Q13. Au sein de votre foyer, avez-vous ...

SOUSCRIT UN CONTRAT AVEC UN FOURNISSEUR D'ÉLECTRICITÉ VERTE ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible



■ Oui ■ Non

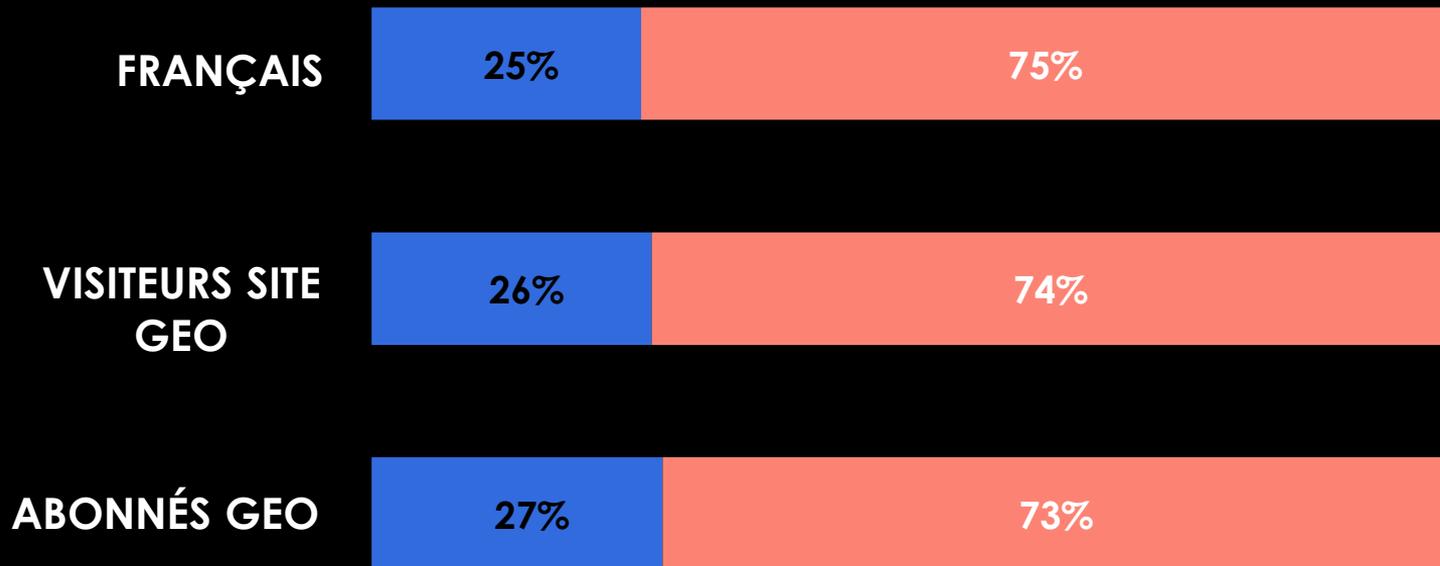
... et la même proportion a déjà fait installer des équipements de production d'énergie renouvelable (c'est même davantage dans les communes rurales).

Q13. Au sein de votre foyer, avez-vous ...

INSTALLÉ DES ÉQUIPEMENTS DE PRODUCTION D'ÉNERGIE RENOUVELABLE ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

Communes rurales : 41%



■ Oui ■ Non

Les visiteurs du site et les abonnés : champions des comportements écoresponsables dans leur vie de tous les jours

INDICE MODE DE VIE	FRANÇAIS		VISITEURS SITE GÉO		ABONNÉS GÉO	
	69/100		76/100		74/100	
Limitier le gaspillage alimentaire	98%	87%	99%	96%	100%	95%
Economiser l'énergie	98%	85%	99%	91%	99%	90%
Economiser l'eau	98%	82%	99%	90%	99%	90%
Trier ses déchets	97%	89%	99%	97%	100%	98%
Veiller à la classe énergétique des appareils électroménager	95%	78%	97%	88%	97%	85%
Eteindre ses appareils et débrancher les chargeurs non-utilisés	93%	74%	96%	77%	97%	80%
Limitier l'utilisation de produits ménagers chimiques, des aérosols, etc.	93%	64%	97%	64%	96%	69%
Ne pas monter son chauffage au-delà de 19°C	88%	67%	91%	78%	91%	76%
Réparer ses vêtements abimés	88%	53%	95%	69%	91%	59%
Revendre ou donner ses vêtements abimés	83%	53%	89%	62%	79%	52%
Commander en ligne/se faire livrer des produits disponibles à proximité de chez soi	69%	31%	56%	12%	52%	14%
Jeter ses vêtements abimés	55%	16%	39%	4%	45%	6%

DEUXIÈME PARTIE

Numérique :
Les « bons réflexes »
sont bien connus et
appliqués par les
trois profils et
notamment par les
abonnés au
magazine.

INDICE NUMÉRIQUE



FRANÇAIS

66/100



VISITEURS DU SITE GEO

67/100



ABONNÉS DE GEO

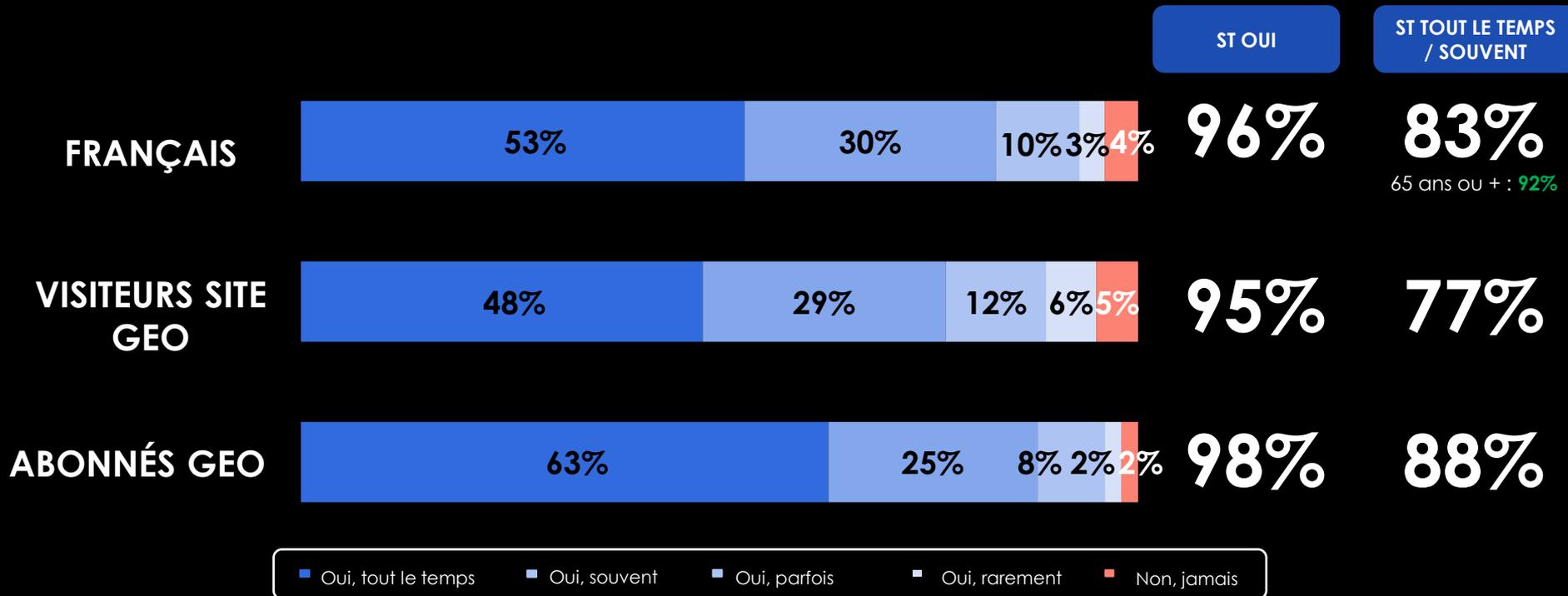
70/100

Le tri des courriels : un réflexe de bon sens numérique

Q16. Concernant vos pratiques numériques ...

TRIEZ-VOUS VOS COURRIELS ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

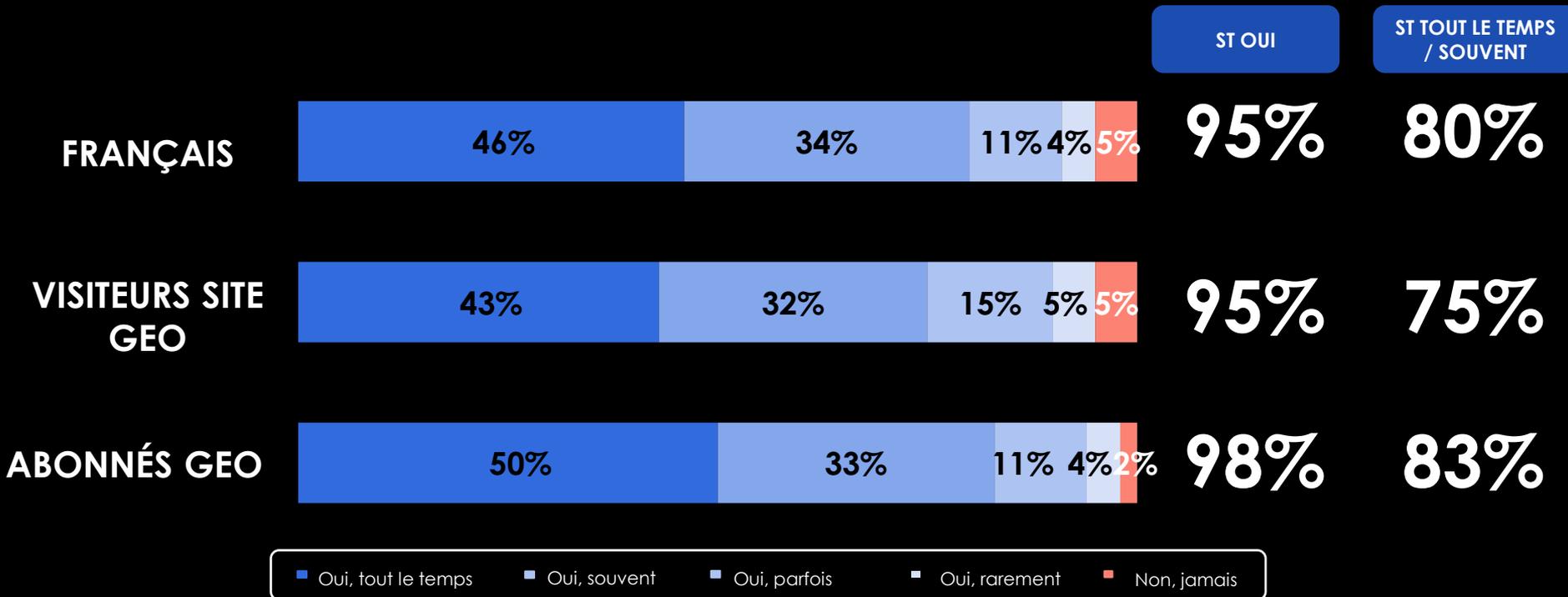


... tout comme le fait de se désabonner des newsletters inutiles

Q16. Concernant vos pratiques numériques ...

VOUS DÉSABONNEZ-VOUS DES NEWSLETTERS QUI VOUS SONT INUTILES ?

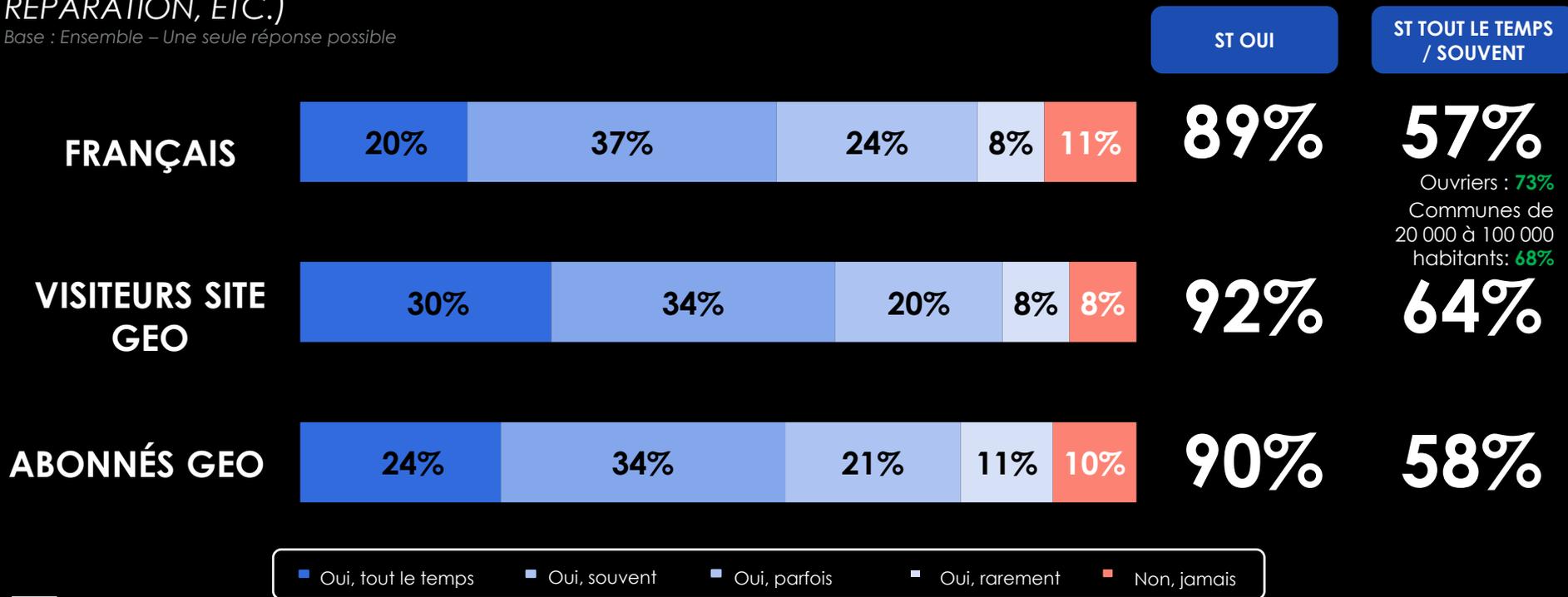
Base : Ensemble – Une seule réponse possible



Chez tous les profils, on cherche à faire durer dans le temps ses appareils technologiques, malgré quelques hésitations...

Q18. LORSQUE VOS OUTILS NUMÉRIQUES, TECHNOLOGIQUES OU ENCORE ÉLECTROMÉNAGERS COMMENCENT À SE DÉTÉRIORER, ESSAYEZ-VOUS DE LES FAIRE PERDURER DANS LE TEMPS PAR DIVERS MOYENS ? (REVENTE À UN SERVICE DE RECONDITIONNEMENT, REVENTE D'OCCASION ENTRE PARTICULIER, RÉPARATION, ETC.)

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

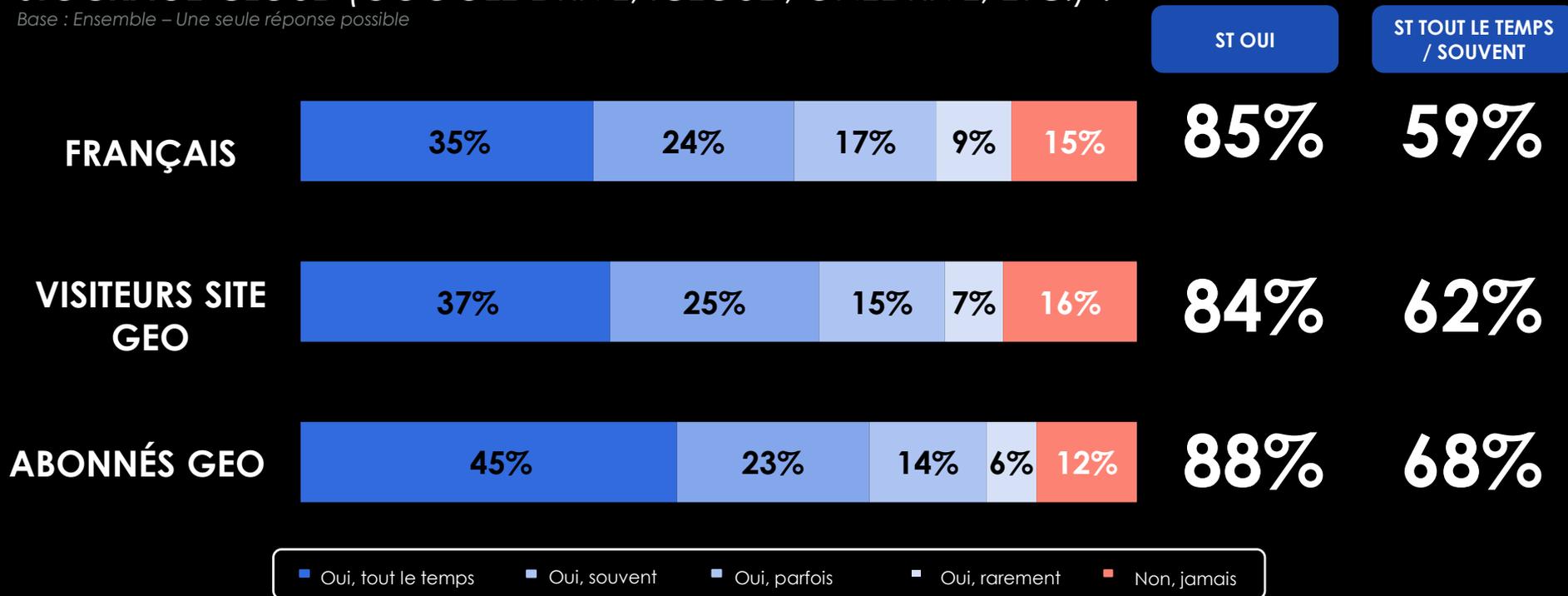


... et on favorise le stockage local de ses données, même si cette pratique peut encore progresser.

Q16. Concernant vos pratiques numériques ...

FAVORISEZ-VOUS LE STOCKAGE LOCAL (DISQUE DUR) PAR RAPPORT AU MODE DE STOCKAGE CLOUD (GOOGLE DRIVE, ICLOUD, ONEDRIVE, ETC.) ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

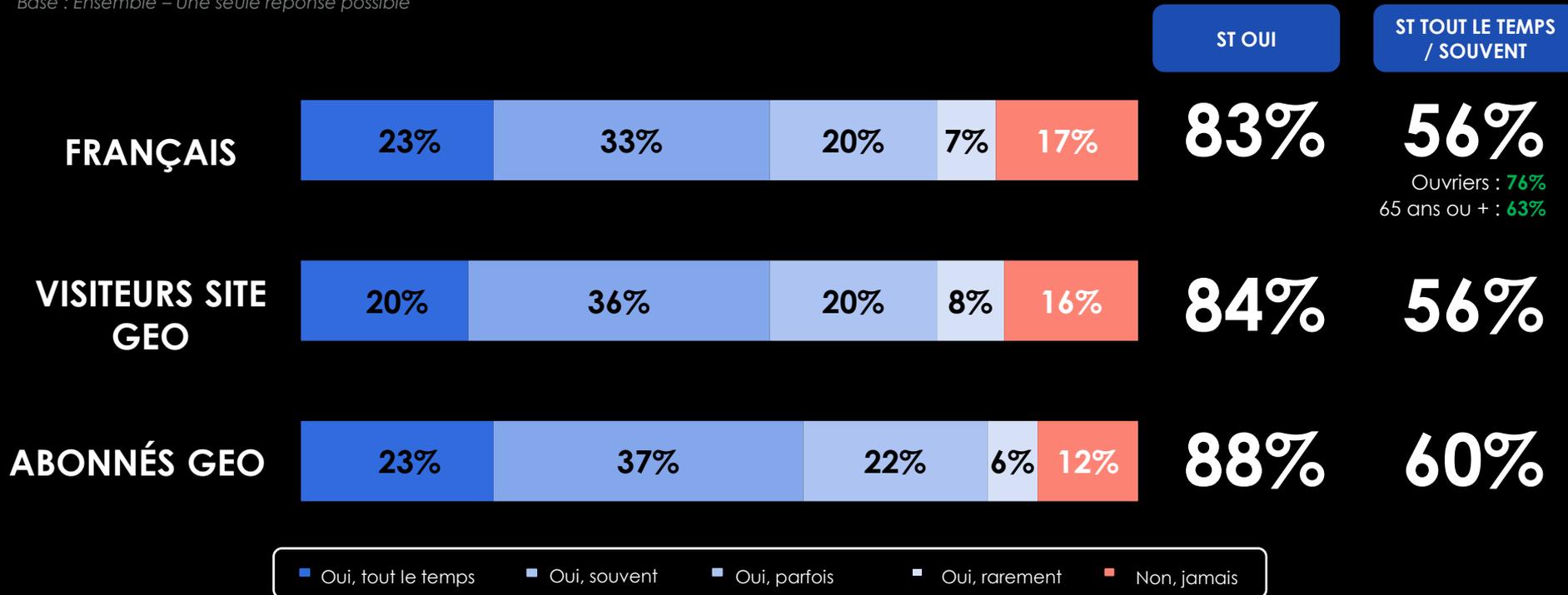


limiter l'envoi de PJ, un réflexe également partagé par une large majorité (et notamment par les abonnés) mais qui pourrait être plus fréquent.

Q16. Concernant vos pratiques numériques ...

LIMITEZ-VOUS L'ENVOI DE PIÈCE JOINTES DANS VOS MAILS ?

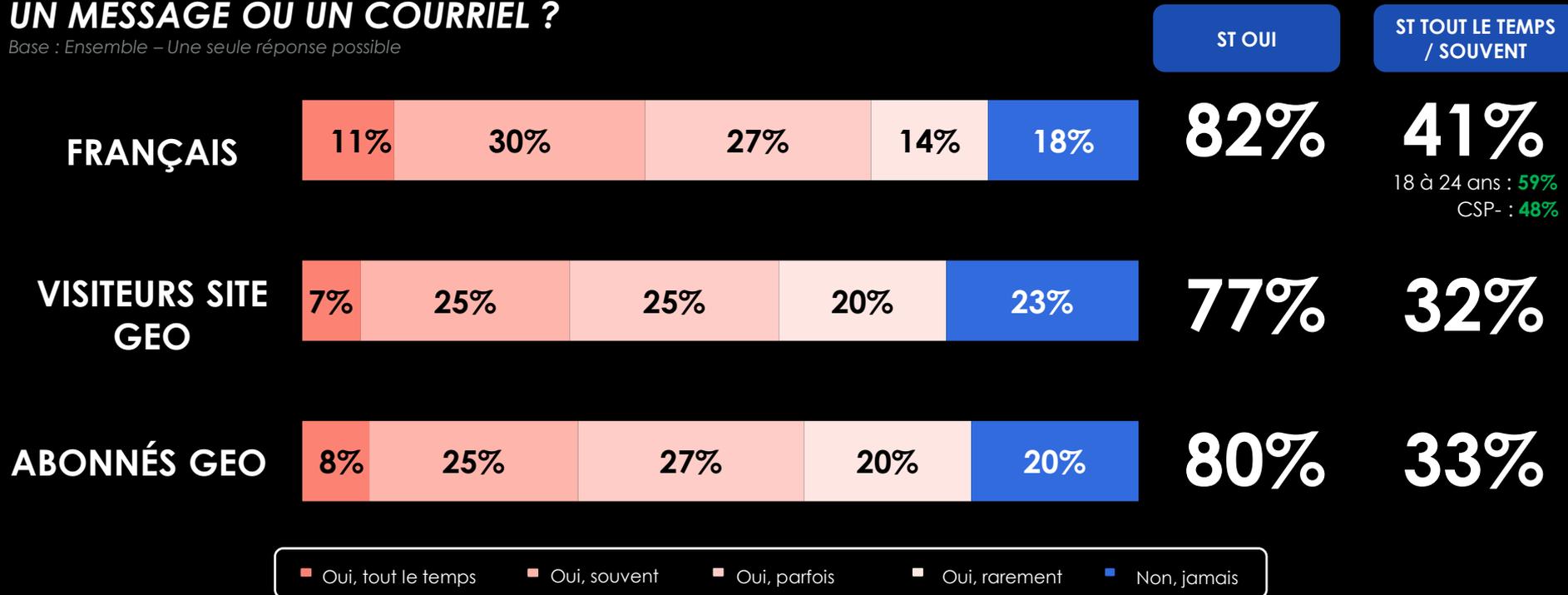
Base : Ensemble – Une seule réponse possible



Malgré tout, une large majorité privilégie la communication à distance plutôt que l'échange en direct

Q17. LORSQUE VOUS AVEZ QUELQUE CHOSE À MONTRER OU À DIRE À UNE PERSONNE, ET QUE VOUS POUVEZ DIRECTEMENT ALLER LA VOIR, VOUS ARRIVE-T-IL DE PLUTÔT LUI ENVOYER UN MESSAGE OU UN COURRIEL ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible



Des abonnés particulièrement attentifs à leur empreinte numérique.

INDICE NUMÉRIQUE

FRANÇAIS

66/100

VISITEURS SITE
GÉO

67/100

ABONNÉS GÉO

70/100

Trier ses courriels

96%

83%

95%

77%

98%

88%

Se désabonner des newsletters inutiles

95%

80%

95%

75%

98%

83%

Faire perdurer ses outils technologiques et électroménagers lorsqu'ils se détériorent

89%

57%

92%

64%

90%

58%

Favoriser le stockage local au stockage cloud

85%

59%

84%

62%

88%

68%

Limiter l'envoi de pièces-jointes dans ses mails

83%

56%

84%

56%

88%

60%

Privilégier l'envoi d'un message/courriel plutôt que de s'adresser directement à la personne lorsque cela est possible

82%

41%

77%

32%

80%

33%

■ ST OUI ■ ST OUI TOUT LE TEMPS/SOUVENT

TROISIEME PARTIE

Consommation :
le grand public en
retrait par rapport
aux visiteurs du site
et aux abonnés

INDICE MODE DE CONSOMMATION



FRANÇAIS

53/100



VISITEURS DU SITE GEO

62/100



ABONNÉS DE GEO

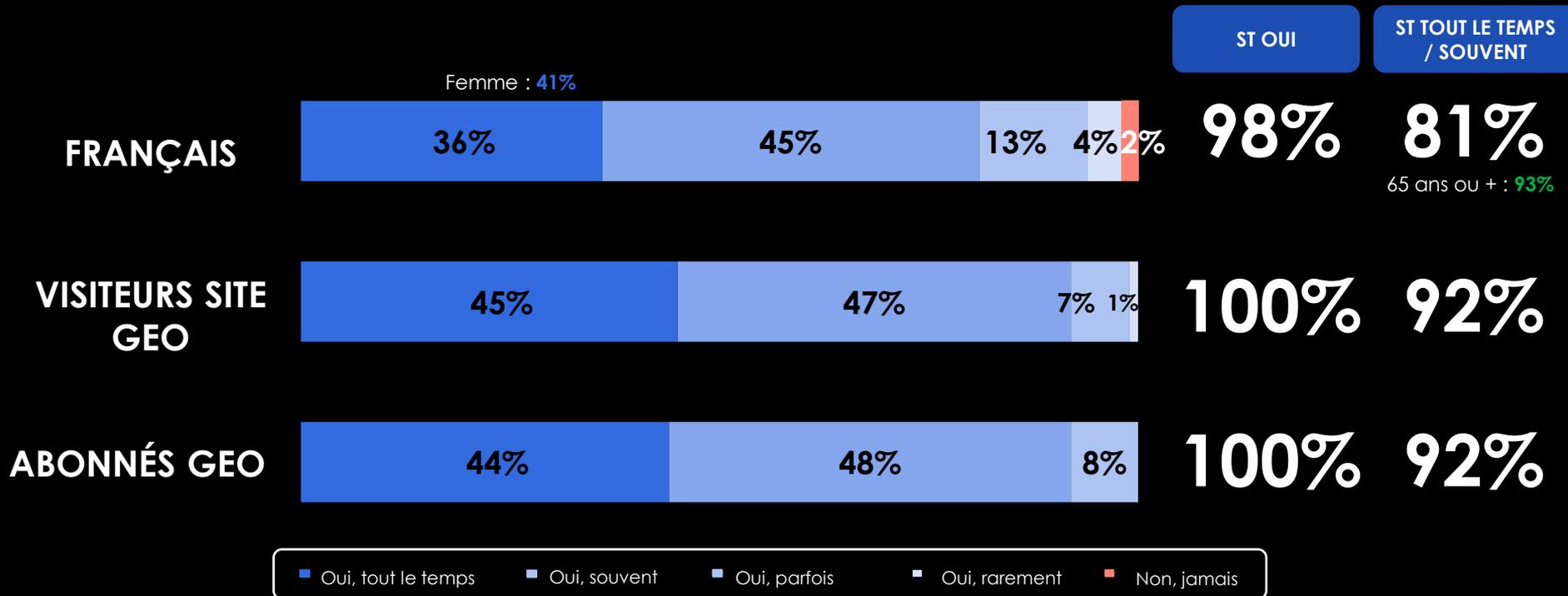
58/100

Privilégier les produits de saison : une évidence

Q7. Lors de vos achats alimentaires ...

ACHETEZ-VOUS DES PRODUITS DE SAISON ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

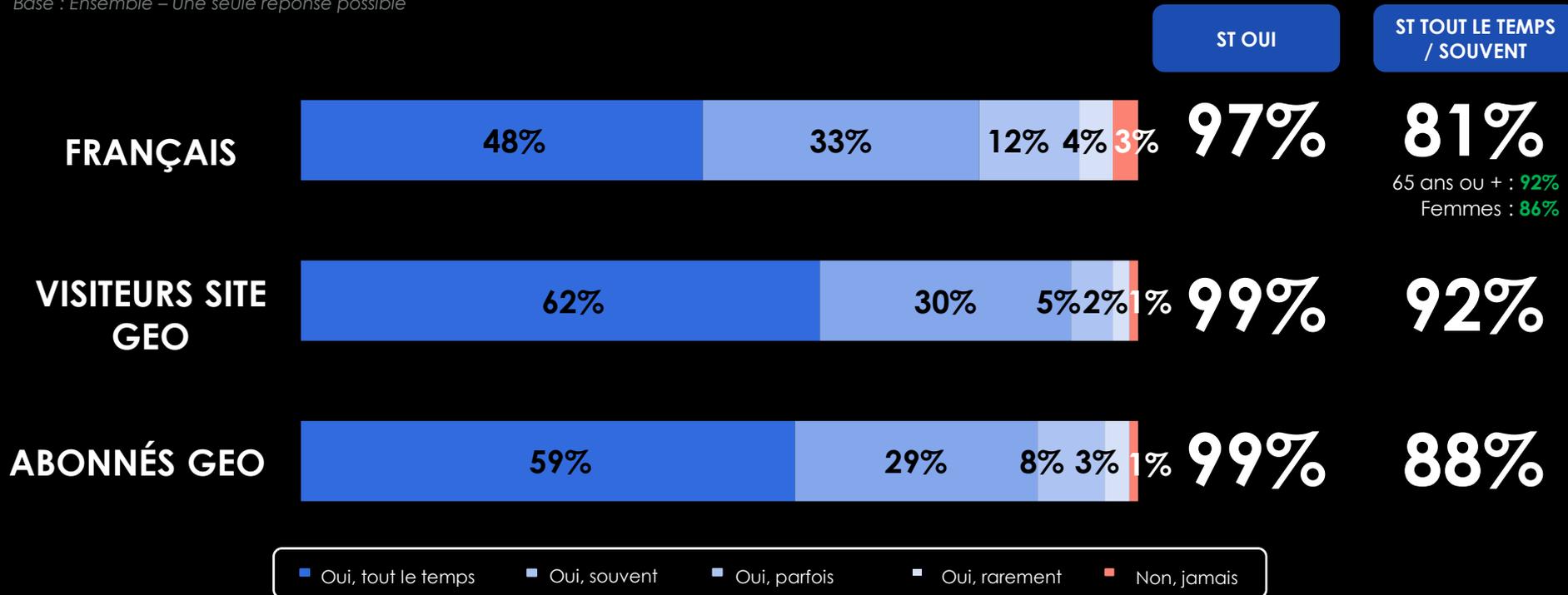


... tout comme le « fait maison », notamment dans un contexte économique marqué par l'inflation.

Q8. Concernant vos repas ...

PRIVILÉGIEZ-VOUS QUAND C'EST POSSIBLE LES PRODUITS À CUISINER CHEZ VOUS PLUTÔT QUE LES PLATS PRÉPARÉS ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

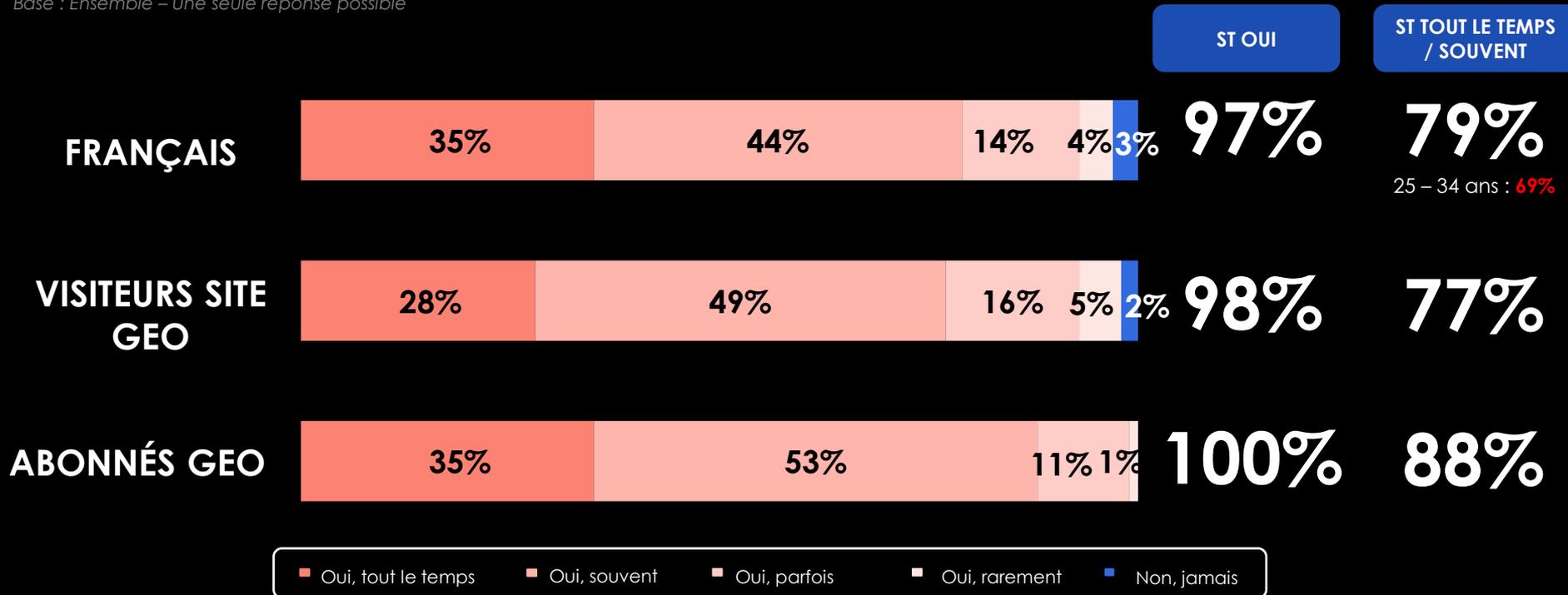


Une consommation de produits d'origine animale qui concerne toujours une part importante de tous les profils

Q8. Concernant vos repas ...

MANGEZ-VOUS DES PRODUITS D'ORIGINE ANIMALE (VIANDE, POISSONS, ŒUFS, PRODUITS LAITIERS, ETC.) ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

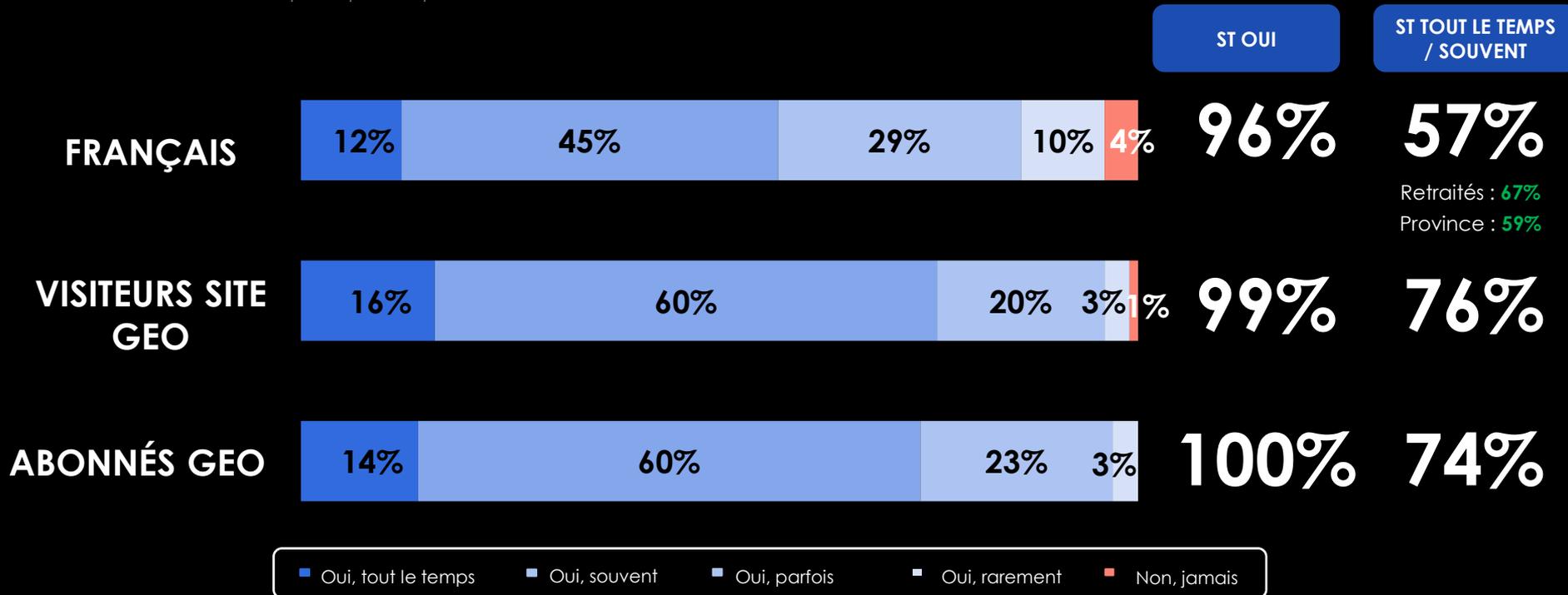


Un attachement fort aux produits alimentaires locaux, même si le grand public en achète moins souvent que les deux autres cibles

Q7. Lors de vos achats alimentaires ...

ACHETEZ-VOUS DES ALIMENTS DE PRODUCTION LOCALE ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

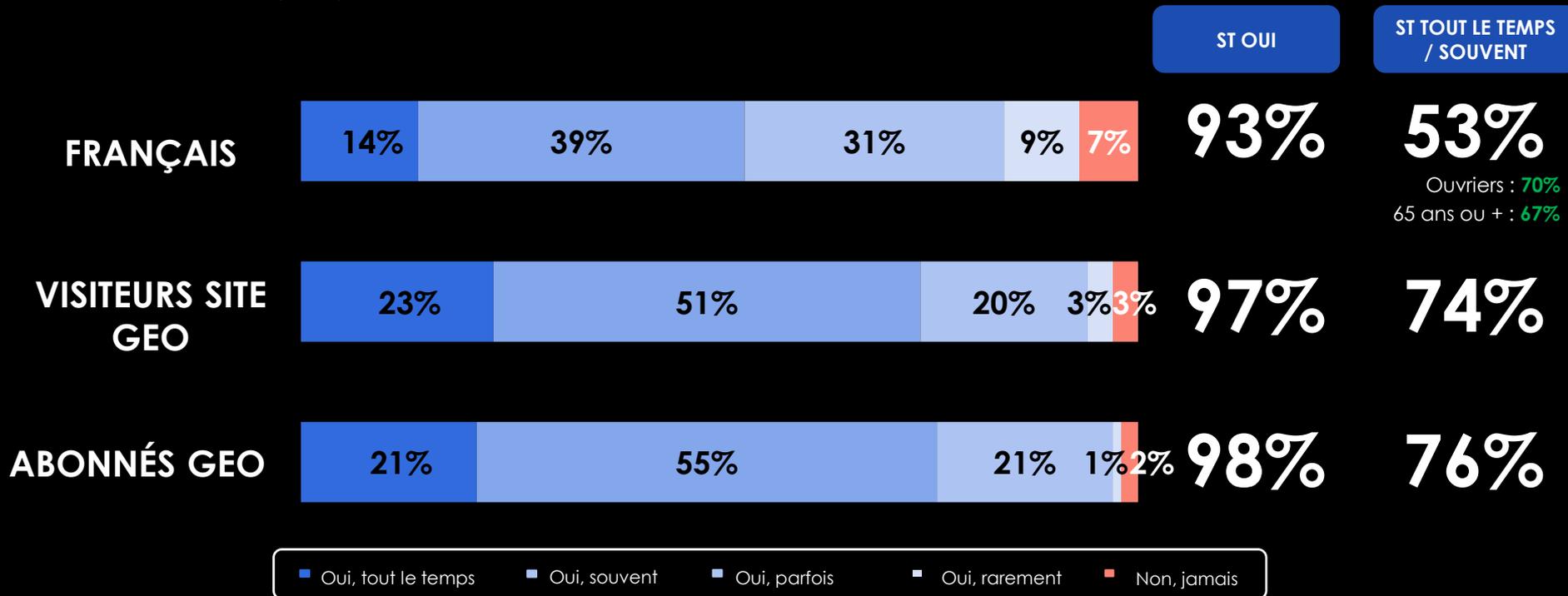


Une préférence pour le « made in France » qui se retrouve auprès de toutes les cibles mais le grand public en achète malgré tout moins fréquemment...

Q4. Lors de vos achats courants ...

EST-CE QUE VOUS PRIVILÉGIEZ LES PRODUITS "MADE IN FRANCE" ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

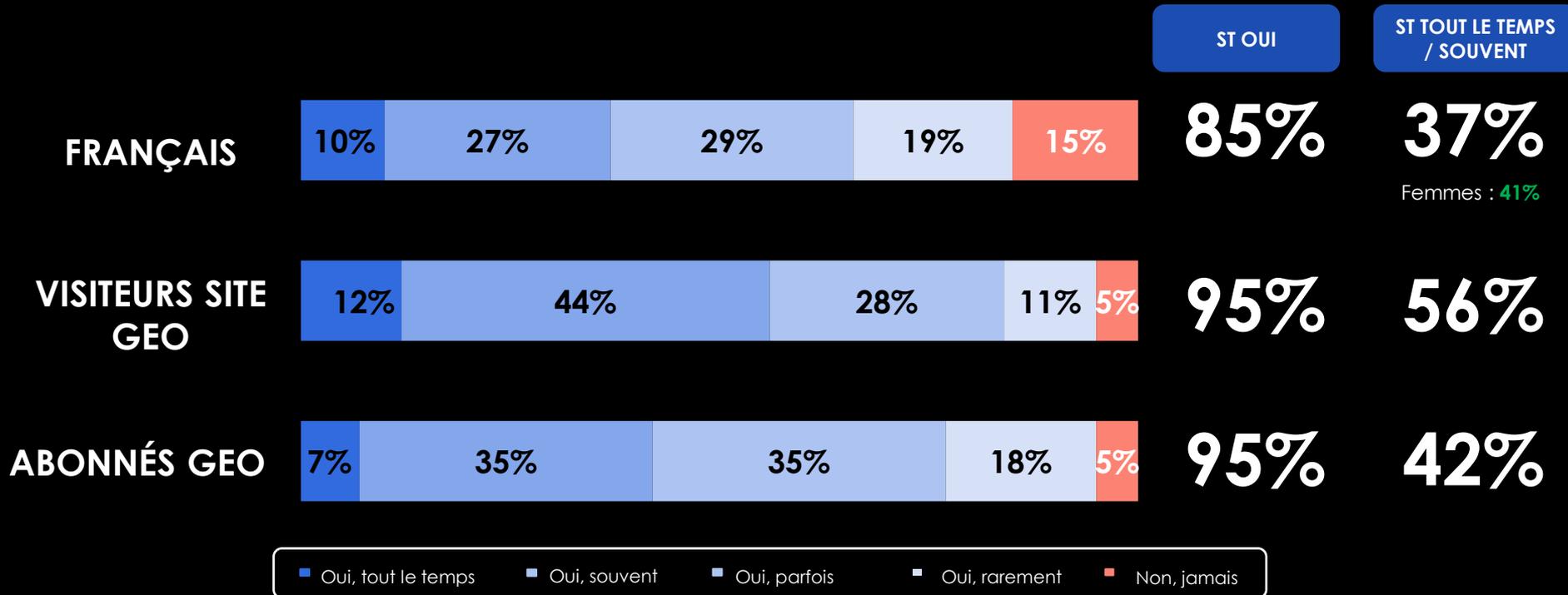


Des profils friands de produits bio, même si leurs bourses ne leur permettent probablement pas d'en acheter aussi fréquemment qu'ils le souhaitent.

Q7. Lors de vos achats alimentaires ...

ACHETEZ-VOUS DES PRODUITS BIO ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

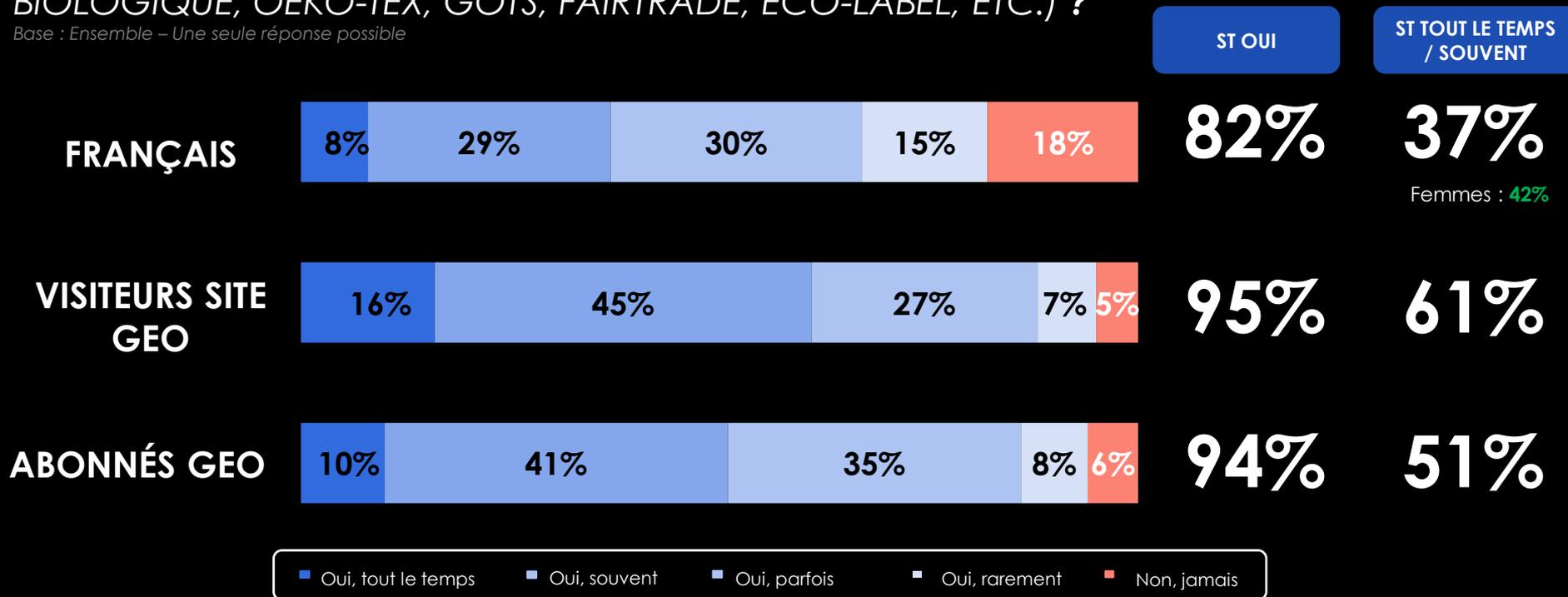


Des profils qui privilégient également l'achat de produits certifiés durables, et de manière plus fréquente pour les abonnés et visiteurs du site.

Q5. Lors de vos achats courants ...

PRIVILÉGIEZ-VOUS DES PRODUITS CERTIFIÉS DURABLES, DOTÉS D'UN LABEL (COTON/LIN BIOLOGIQUE, OEKO-TEX, GOTS, FAIRTRADE, ECO-LABEL, ETC.) ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

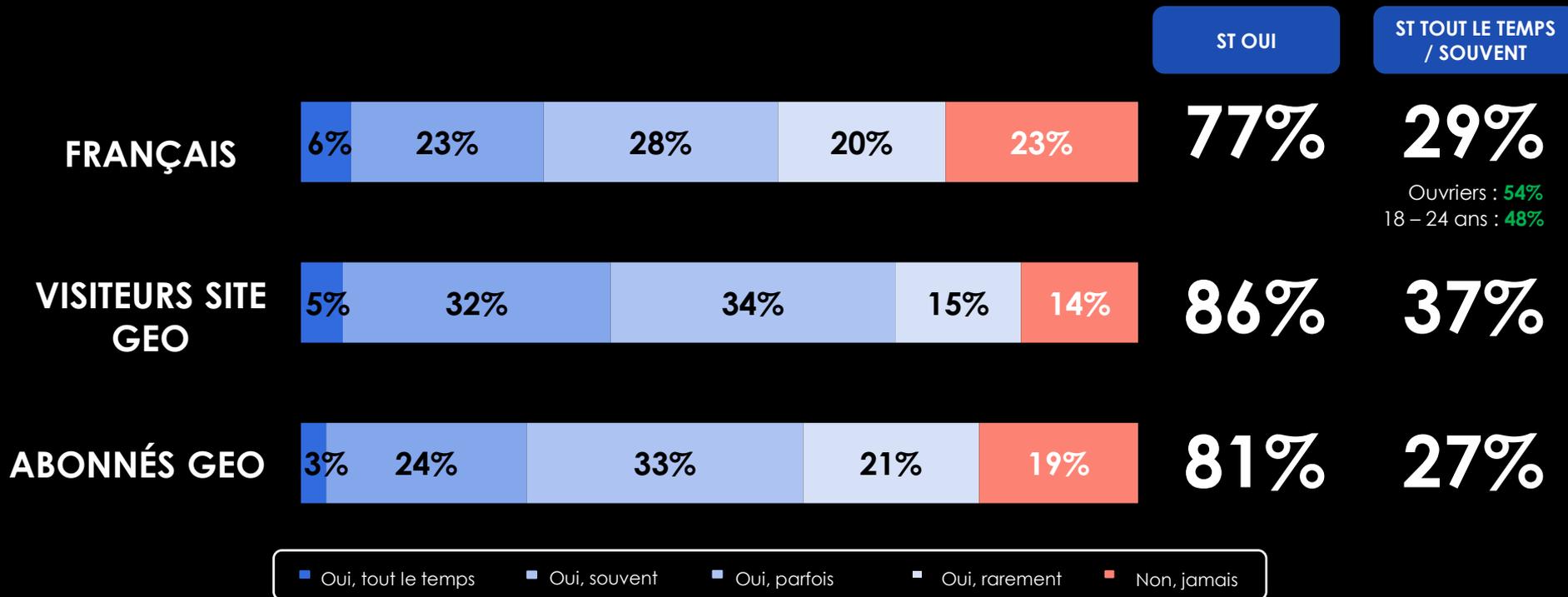


Acheter en vrac ou sans emballage, oui, mais pas tout le temps.

Q7. Lors de vos achats alimentaires ...

ACHETEZ-VOUS DES PRODUITS VENDUS EN VRAC/SANS EMBALLAGE?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

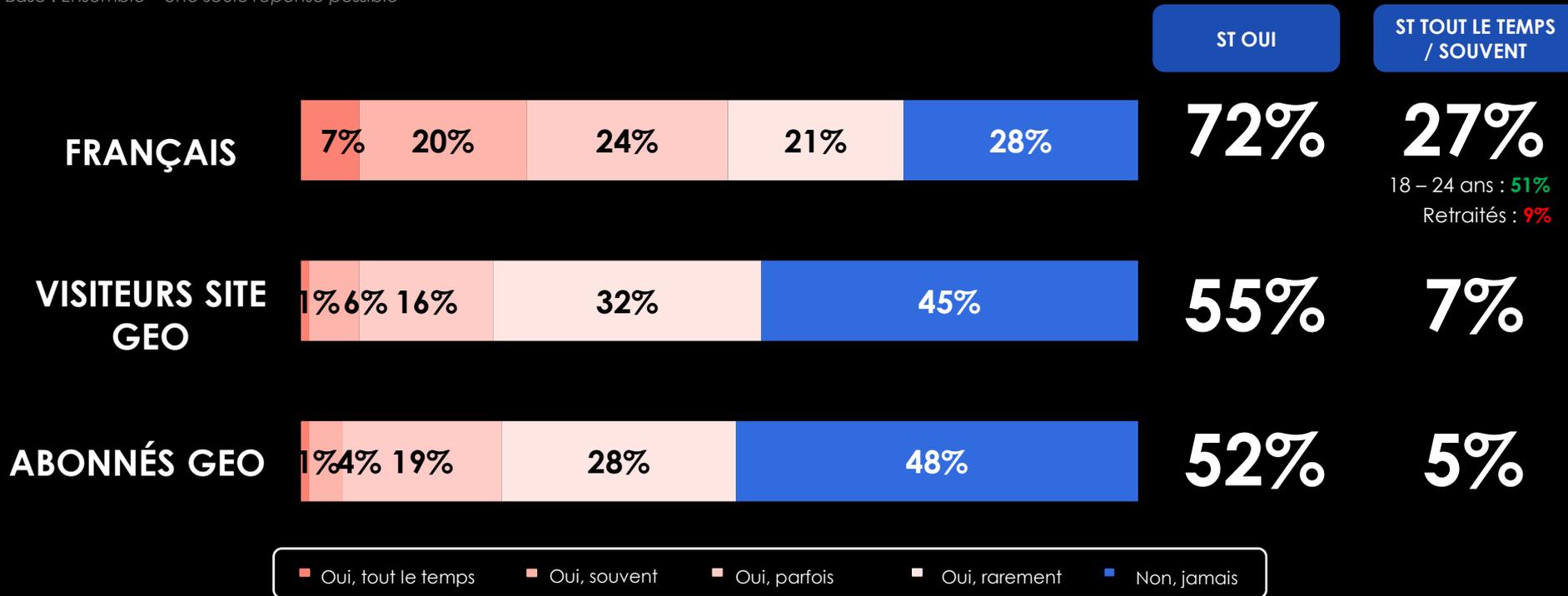


Malgré ces comportements vertueux, la « fast fashion » séduit toujours une majorité de personnes interrogées.

Q9. Lors de vos achats vestimentaires, vous arrive-t-il d'acheter ...

DES MARQUES ISSUES DE LA « FAST FASHION » (SHEIN, TEMU, H&M, ZARA, KIABI, ETC.) ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

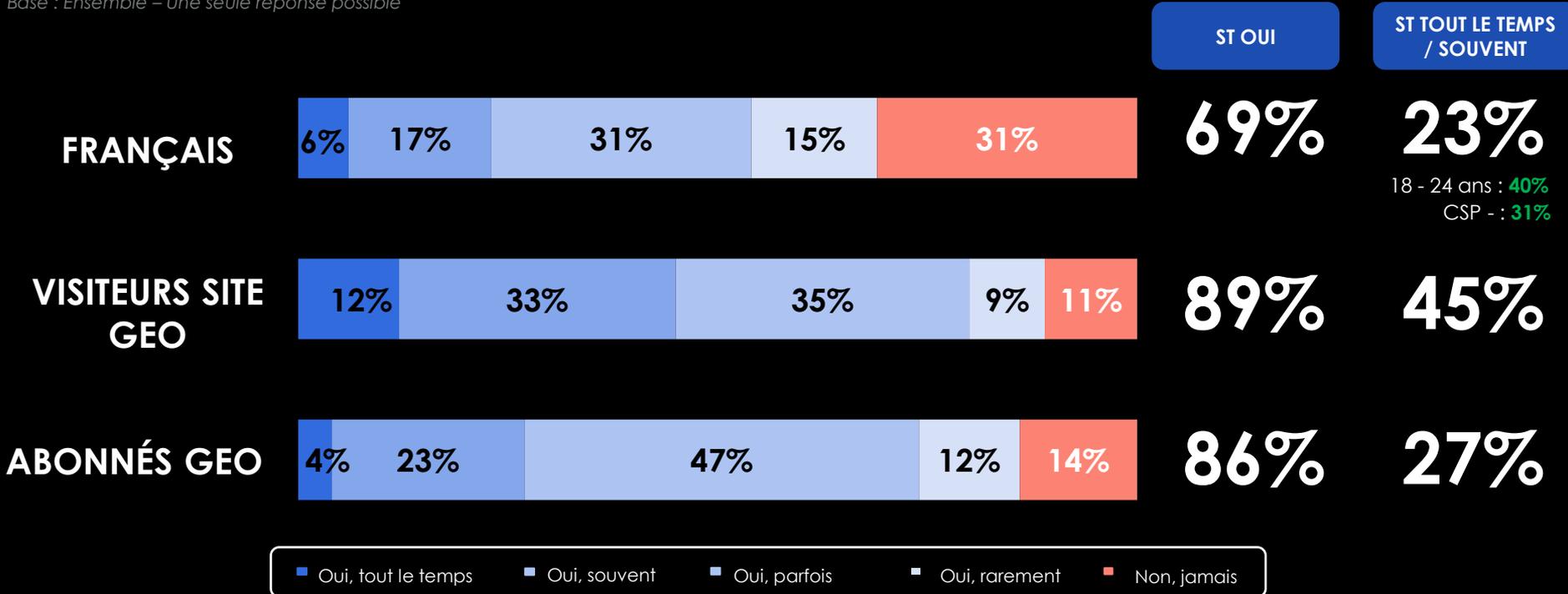


Se passer d'un produit car il n'est pas « écolo » ? Oui, mais pas tout le temps.

Q6. Vous arrive-t-il de ...

RENONCER À DES PRODUITS / MARQUES QUE VOUS AVIEZ L'HABITUDE D'ACHETER CAR VOUS ESTIMEZ QU'ILS NE SONT PAS SUFFISAMMENT RESPONSABLES ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

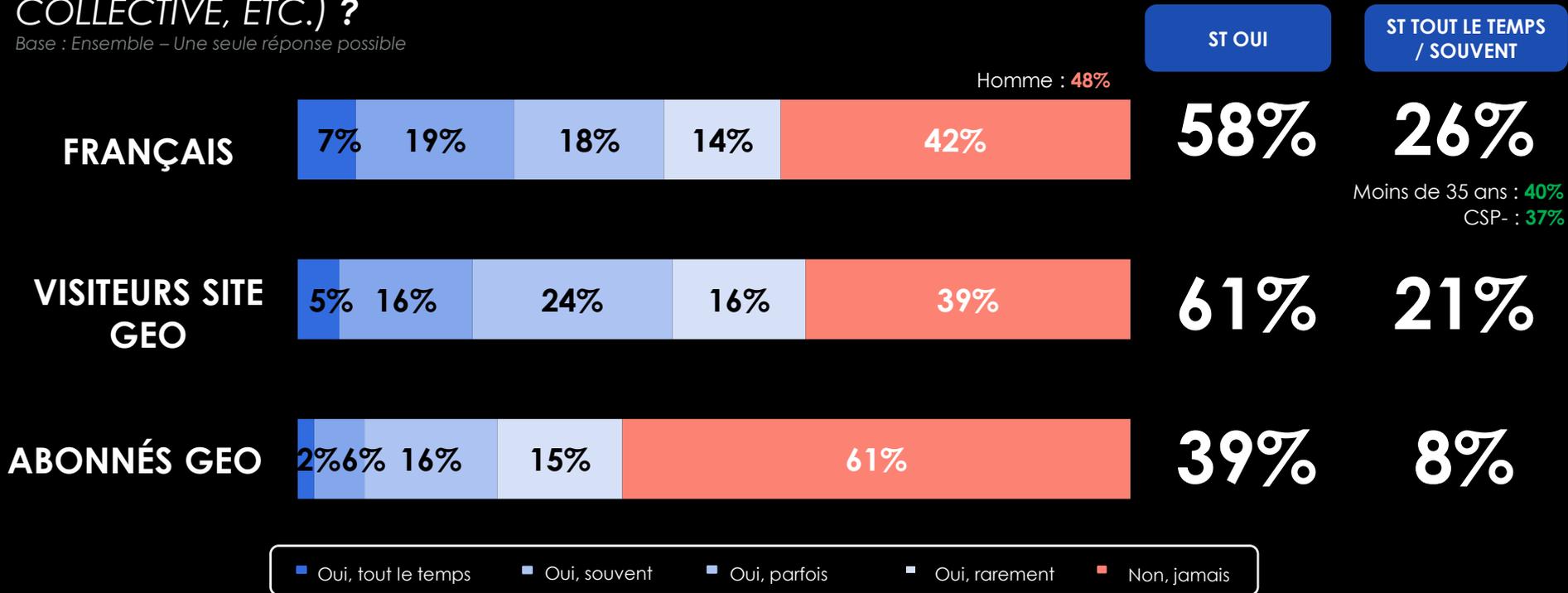


Quant aux vêtements de seconde main, une pratique boudée par les abonnés.

Q9. Lors de vos achats vestimentaires, vous arrive-t-il d'acheter ...

DES VÊTEMENTS D'OCCASIONS (FRIPERIE, EMMAÛS, VINTED, LE BON COIN, VESTIAIRE COLLECTIVE, ETC.) ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible



Les abonnés et les visiteurs du site, plus adeptes de comportements vertueux en matière de consommation (notamment alimentaire).

	FRANÇAIS		VISITEURS DU SITE GÉO		ABONNÉS DE GÉO	
INDICE CONSOMMATION	53/100		62/100		58/100	
Acheter des produits de saison	98%	81%	100%	92%	100%	92%
Privilégier des produits à cuisiner chez soi plutôt que les plats préparés	97%	81%	99%	92%	99%	88%
Manger des produits d'origine animale	97%	79%	98%	77%	100%	88%
Acheter des aliments de production locale	96%	57%	99%	76%	100%	74%
Privilégier les produits «made in France »	93%	53%	97%	74%	98%	76%
Acheter des produits bio	85%	37%	95%	56%	95%	42%
Privilégier des produits certifiés durables, dotés d'un label	82%	37%	95%	61%	94%	51%
Acheter des produits vendus en vrac/sans emballages	77%	29%	86%	37%	81%	27%
Acheter des marques issues de la « fast fashion »	72%	27%	55%	7%	52%	5%
Renoncer à des produits/marques pas suffisamment responsables	69%	23%	89%	45%	86%	27%
Acheter des vêtements d'occasions	58%	26%	61%	21%	39%	8%

QUATRIÈME PARTIE

A photograph of a person sitting on a train seat, looking out the window. The image is overlaid with a blue tint. The person is wearing a dark jacket and is looking towards the left side of the frame. The train interior is visible, including the window and the seat.

Transports : encore
des progrès à faire !

INDICE TRANSPORTS DU QUOTIDIEN



FRANÇAIS

45/100



VISITEURS DU SITE GEO

50/100



ABONNÉS DE GEO

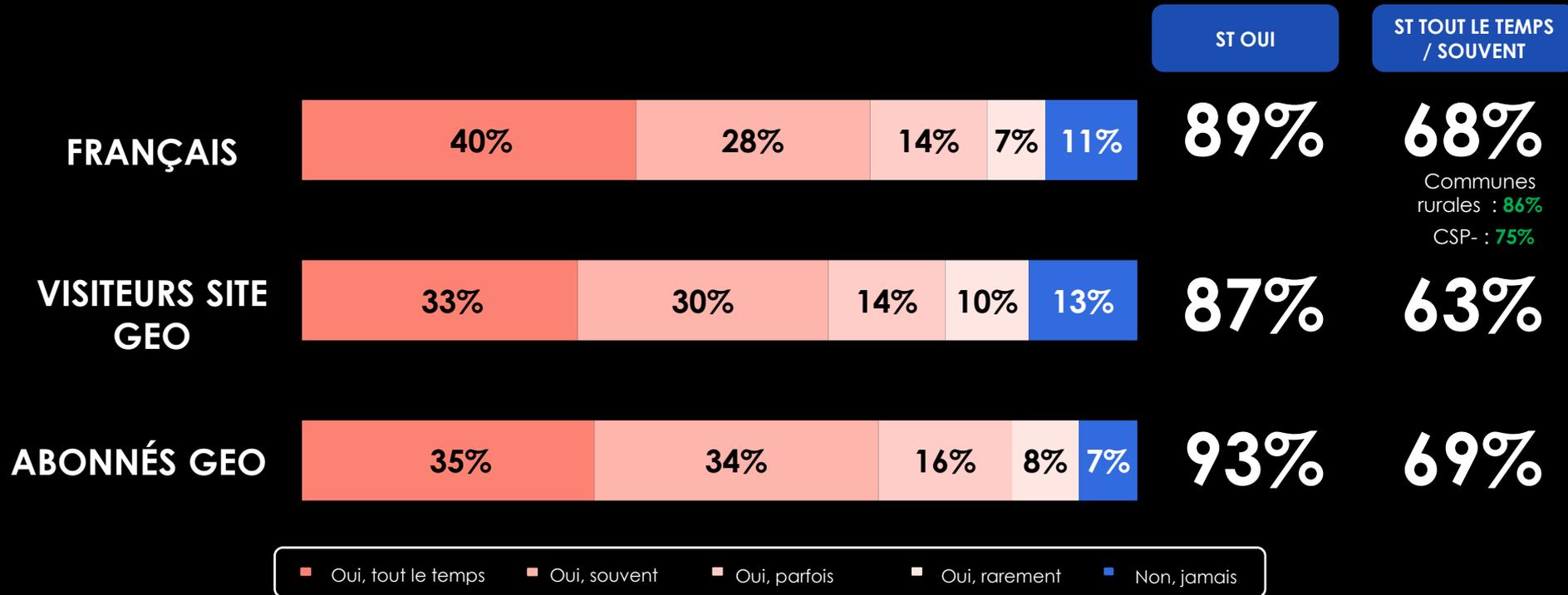
47/100

L'utilisation de la voiture reste fréquente auprès de toutes les cibles...

Q2. Pour vos déplacements quotidiens...

UTILISEZ-VOUS LA VOITURE OU LA MOTO/SCOOTER ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

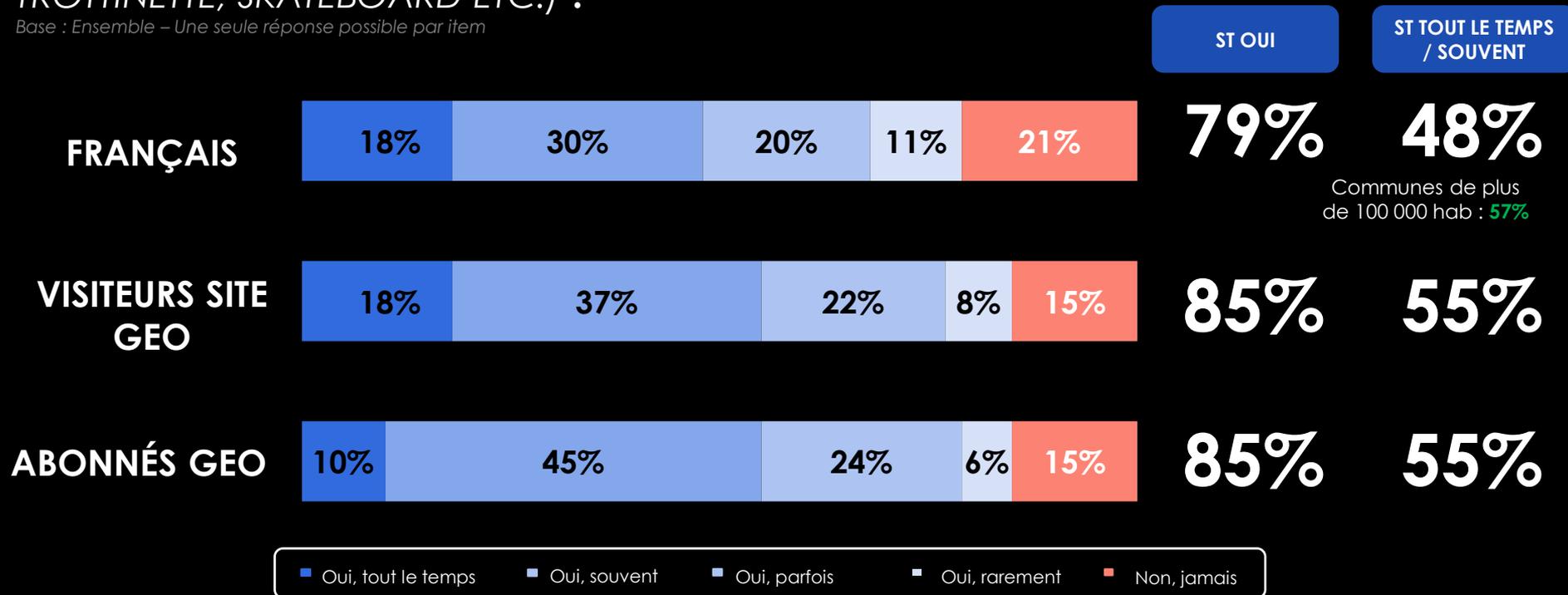


... même si les modes de transports doux & non polluants sont pratiqués par une large majorité des trois cibles, mais selon une fréquence variable.

Q2. Pour vos déplacements quotidiens...

UTILISEZ-VOUS DES MODES DE TRANSPORTS DOUX/NON POLLUANTS (MARCHE À PIED, VÉLO, TROTINETTE, SKATEBOARD ETC.) ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item



Une nette majorité des trois profils utilise les transports en commun, mais selon une fréquence limitée.

Q2. Pour vos déplacements quotidiens...

UTILISEZ-VOUS LES TRANSPORTS EN COMMUN ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

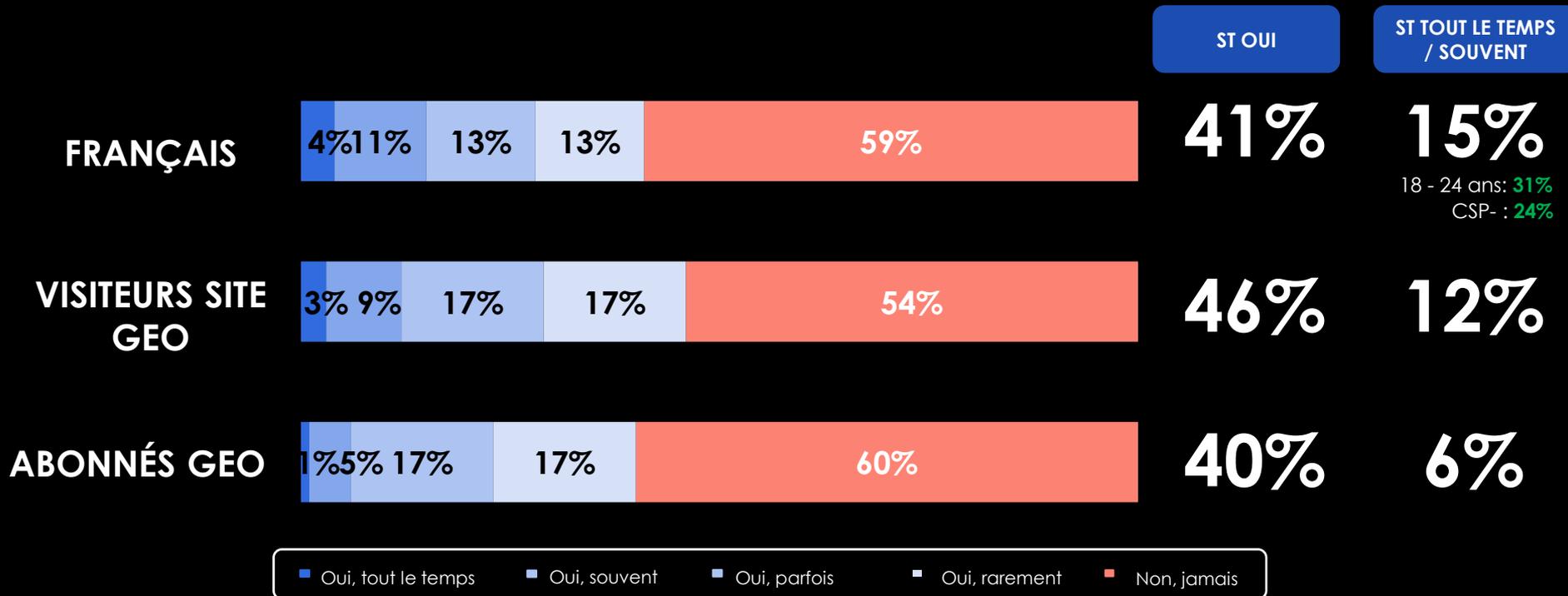


Le covoiturage concerne une part non négligeable des trois profils, mais de manière très ponctuelle.

Q2. Pour vos déplacements quotidiens...

FAITES-VOUS DU COVOITURAGE ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

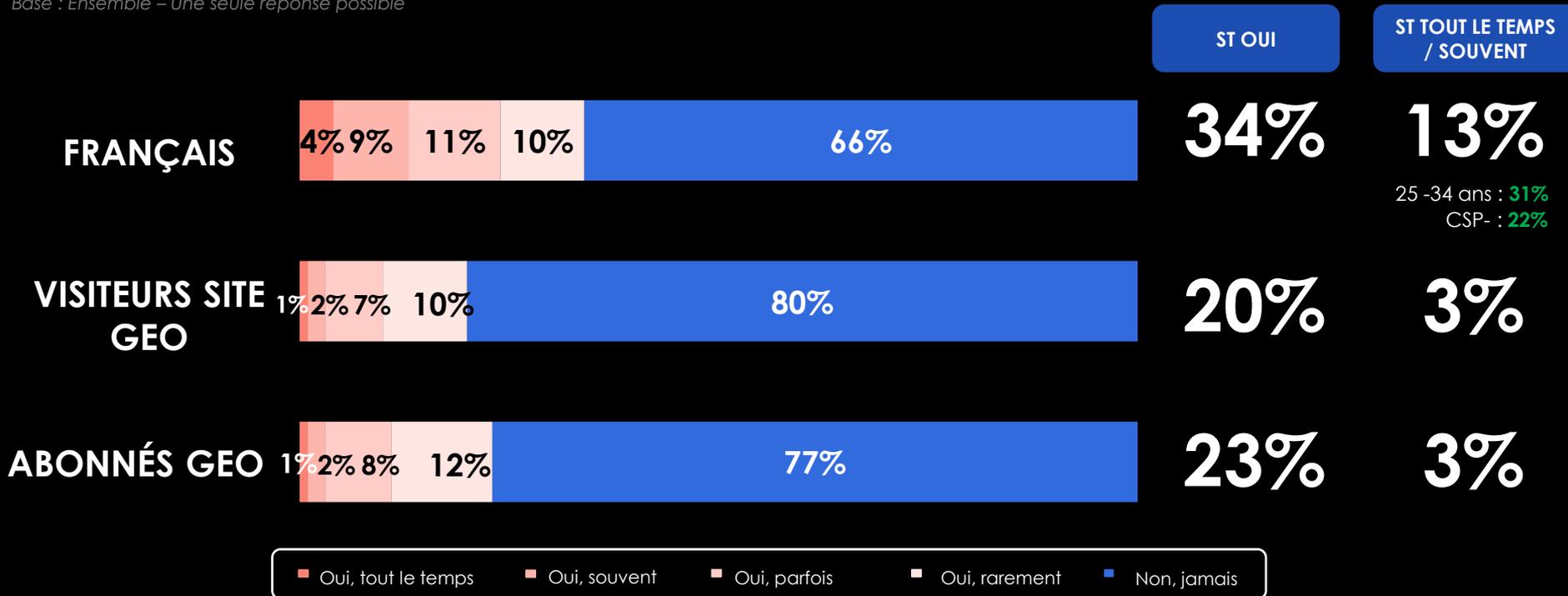


L'utilisation de l'avion dans le cadre de déplacements courts reste minoritaire quel que soit le profil.

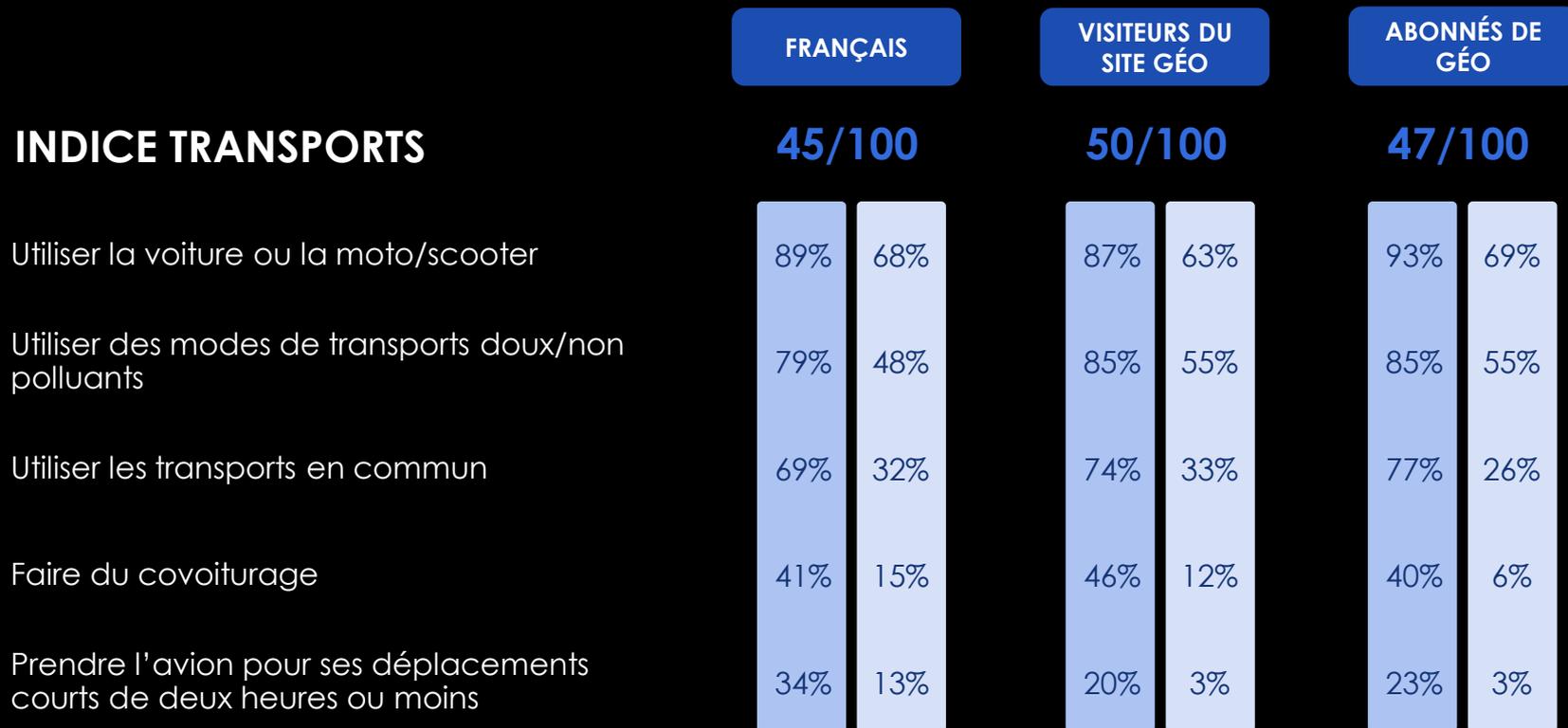
Q3. Vous arrive-t-il de ...

PRENDRE L'AVION POUR VOS DÉPLACEMENTS COURTS DE DEUX HEURES OU MOINS (PROFESSIONNELS ET/OU PERSONNELS) ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible



Des Français et des abonnés au magazine qui n'obtiennent pas la moyenne sur la thématique des transports du quotidien, pénalisés en grande partie par une utilisation massive de la voiture.



CINQUIÈME PARTIE

Voyages :
voyager
responsable, tout le
monde y pense mais
des pratiques qui
sont loin d'être
systématiques.

INDICE VOYAGES & TOURISME



FRANÇAIS

43/100



VISITEURS DU SITE GEO

57/100



ABONNÉS DE GEO

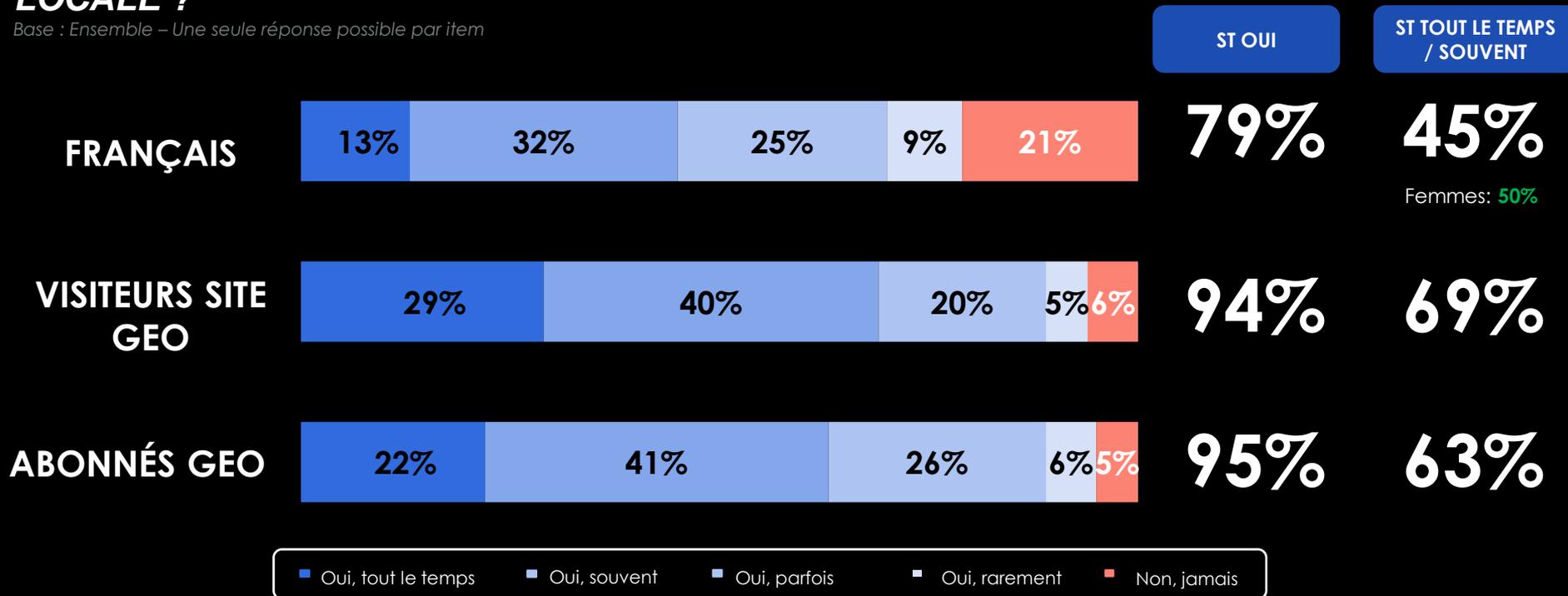
48/100

L'aspect économique du tourisme est pris en compte par toutes les cibles mais de manière moins systématique par le grand public.

Q1. Lorsque vous parlez en vacances ...

PRIVILÉGIEZ-VOUS DES SÉJOURS BÉNÉFICIAINT À L'ÉCONOMIE ET À LA POPULATION LOCALE ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

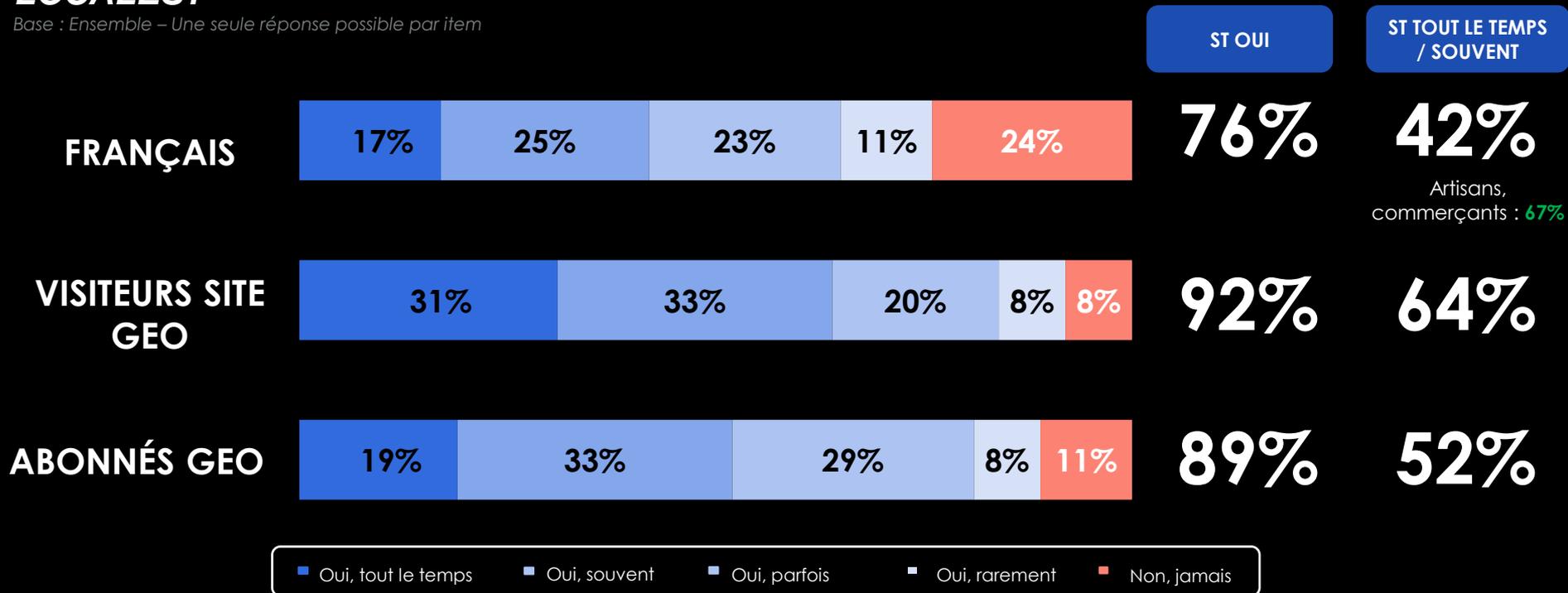


Les activités qui préservent l'environnement sont également privilégiées par toutes les cibles et de manière plus fréquente par les visiteurs du site.

Q1. Lorsque vous partez en vacances ...

PRIVILÉGIEZ-VOUS DES ACTIVITÉS QUI PRÉSERVENT LA FAUNE ET LA FLORE LOCALES?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

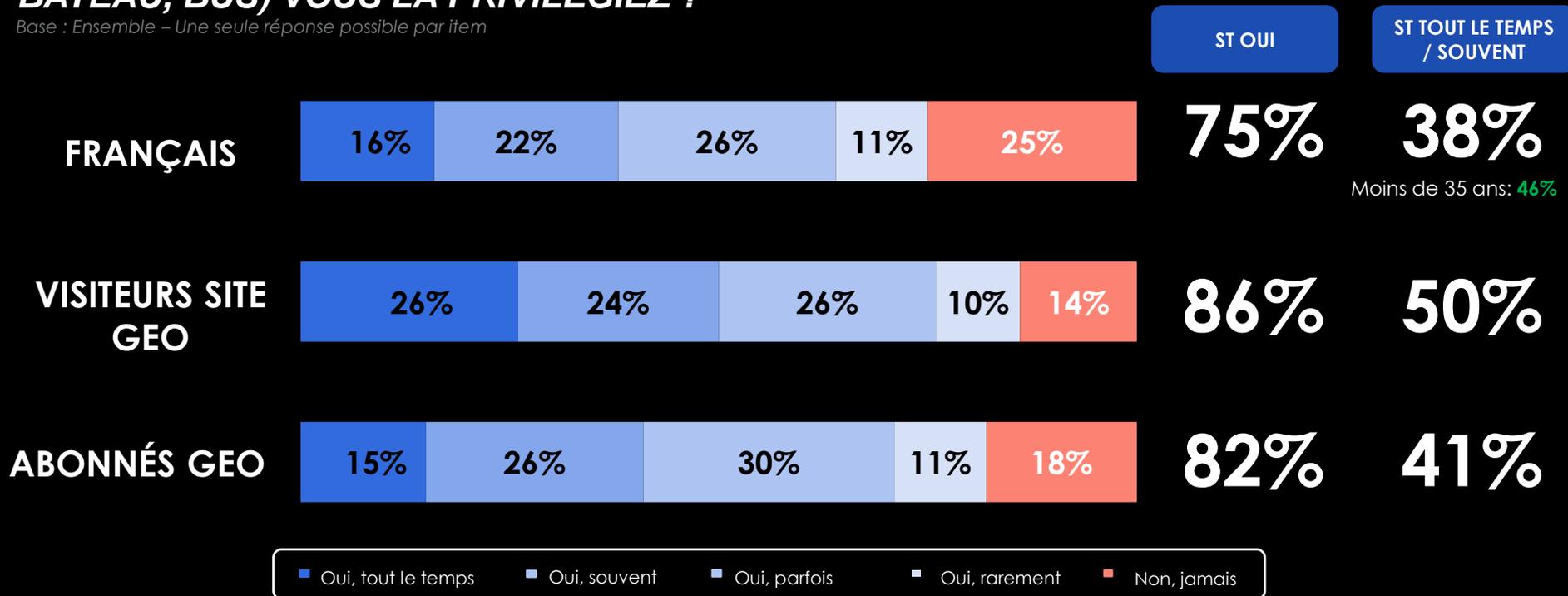


Si une alternative à l'avion existe, elle est privilégiée par toutes les cibles même si le grand public et les abonnés hésitent davantage.

Q1. Lorsque vous partez en vacances...

DANS LE CAS OÙ UNE ALTERNATIVE À L'AVION EST POSSIBLE (TRAIN, BATEAU, BUS) VOUS LA PRIVILÉGIEZ ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

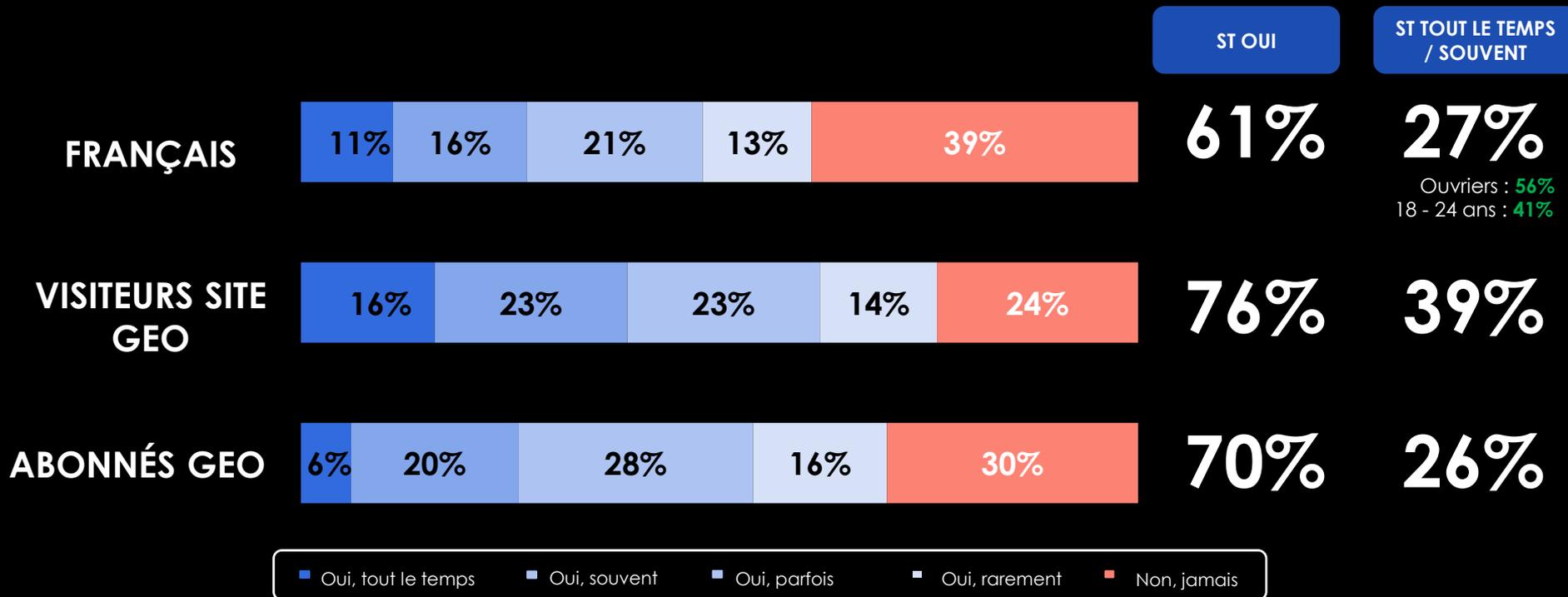


Les séjours à faible impact environnemental : l'envie existe mais la pratique reste aléatoire.

Q1. Lorsque vous partez en vacances ...

PRIVILÉGIEZ-VOUS DES SÉJOURS À FAIBLE IMPACT ENVIRONNEMENTAL ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

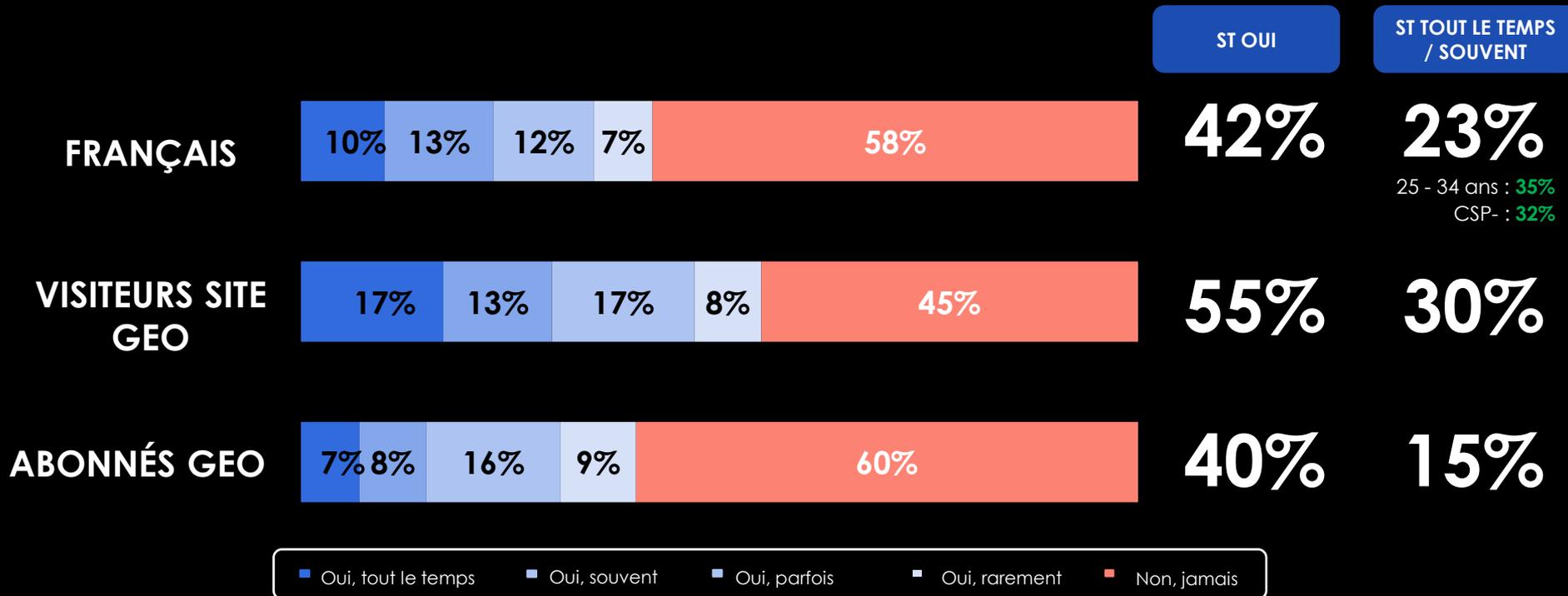


Le renoncement à l'avion (« Flygskam »), une pratique majoritaire uniquement auprès des visiteurs du site internet.

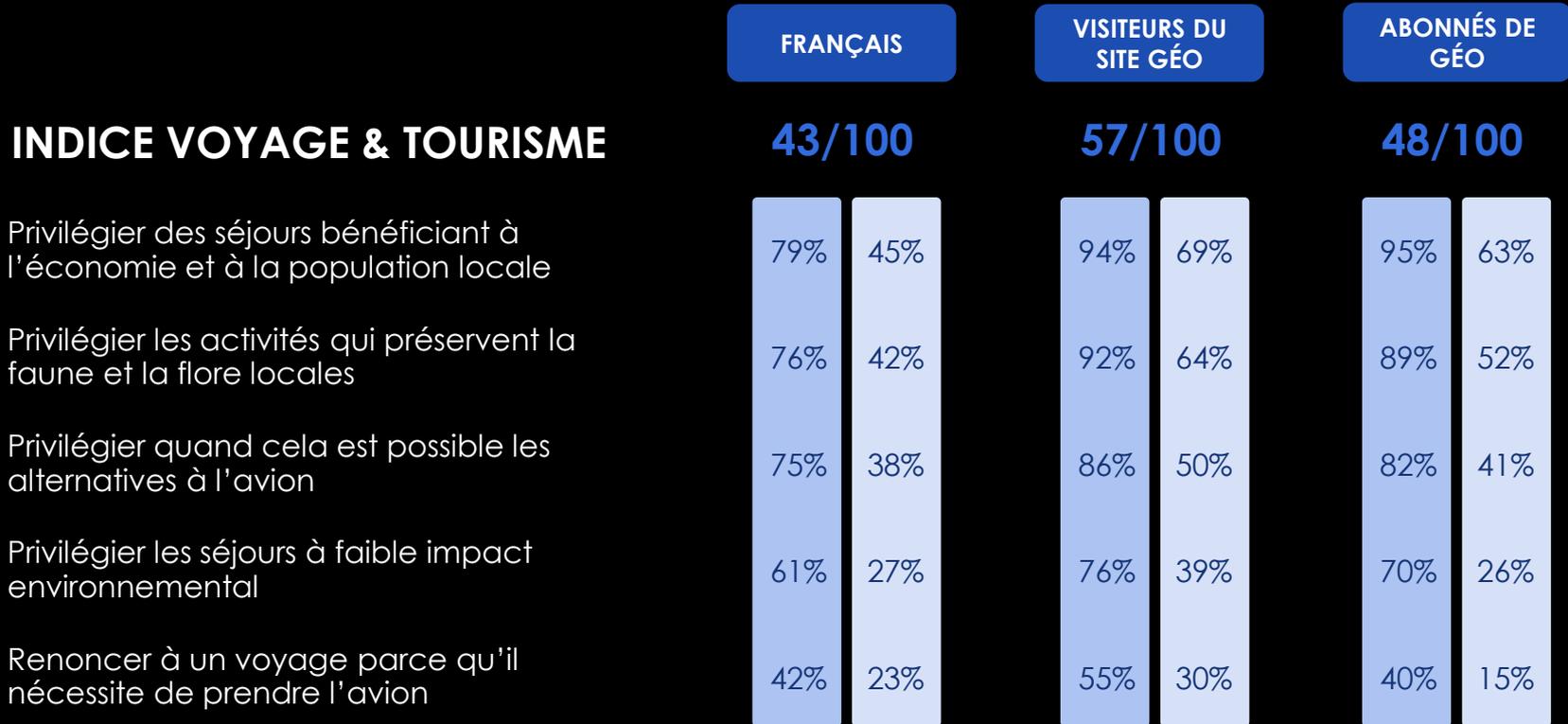
Q1. Lorsque vous partez en vacances... vous arrive-t-il de...

RENONCER À UN VOYAGE PARCE QU'IL NÉCESSITE DE PRENDRE L'AVION ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item



Les visiteurs du site internet sont les plus attentifs à observer un comportement écoresponsable en matière de voyages et de tourisme.



SIXIEME PARTIE

Engagement social
et citoyen :
si voter est un
réflexe, les autres
pratiques semblent
moins solidement
installées.

INDICE D'ENGAGEMENT SOCIAL & CITOYEN



FRANÇAIS

41/100



VISITEURS DU SITE GEO

52/100



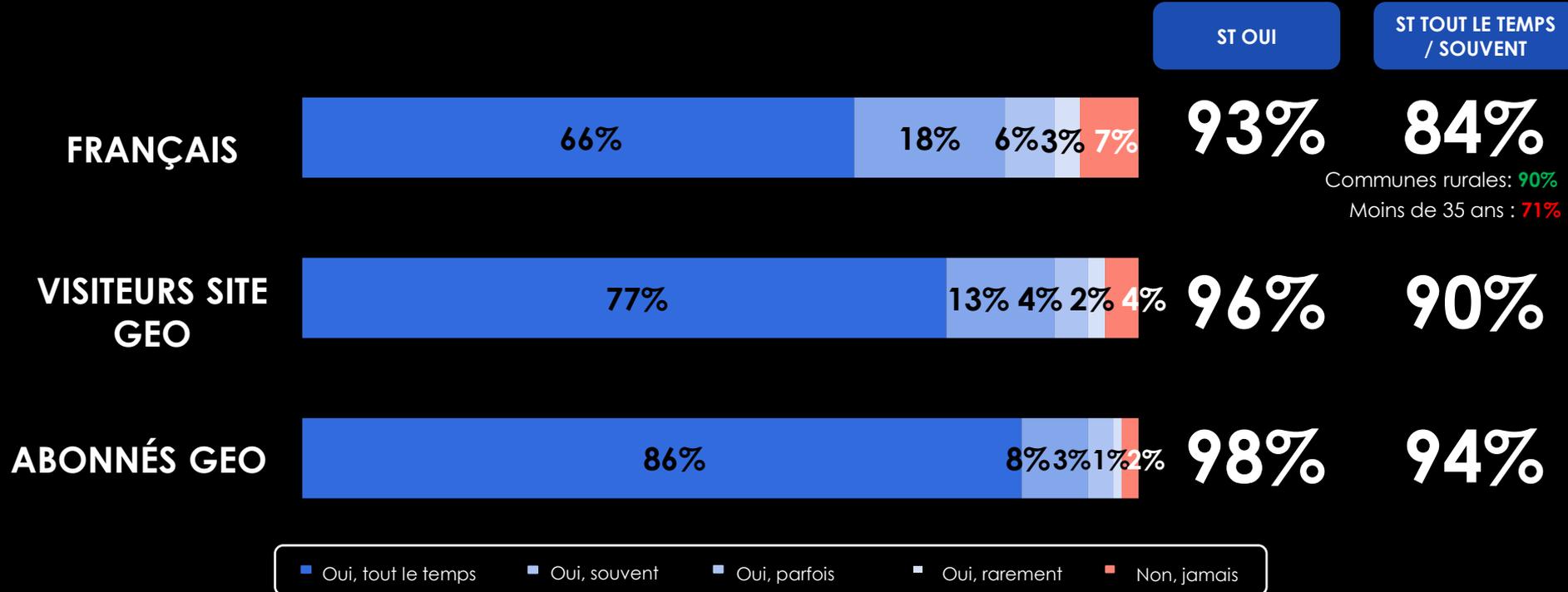
ABONNÉS DE GEO

48/100

Des Français, visiteurs du site et abonnés au magazine particulièrement investis pour aller voter (dans un contexte porté par la campagne des législatives anticipées).

Q19. EST-CE QUE VOUS VOTEZ AUX ÉLECTIONS ?

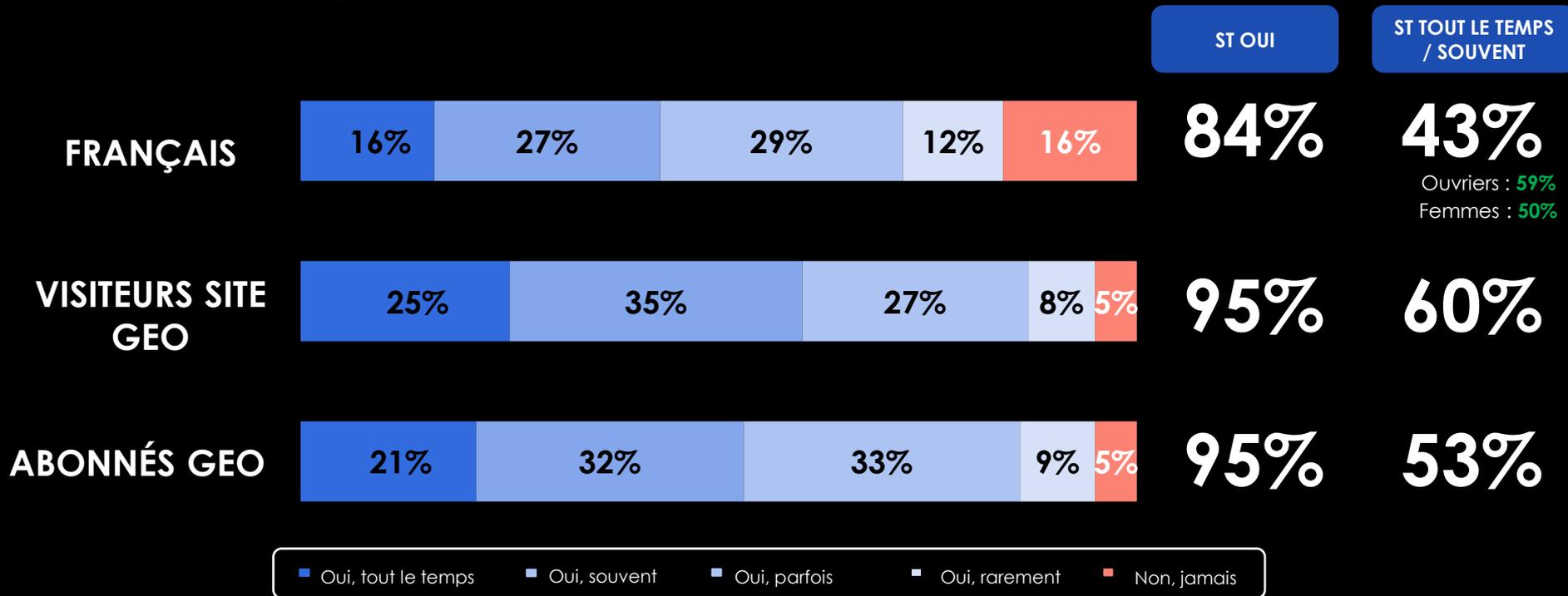
Base : Ensemble – Une seule réponse possible



Le don (jouets, vêtements, livres ou denrées alimentaires) est pratiqué par toutes les cibles mais pas de manière systématique.

Q21. FAITES-VOUS DES DONNÉS MATÉRIELS (JOUETS, VÊTEMENTS, LIVRES, DENRÉES ALIMENTAIRES, ETC.) À DES ASSOCIATIONS ?

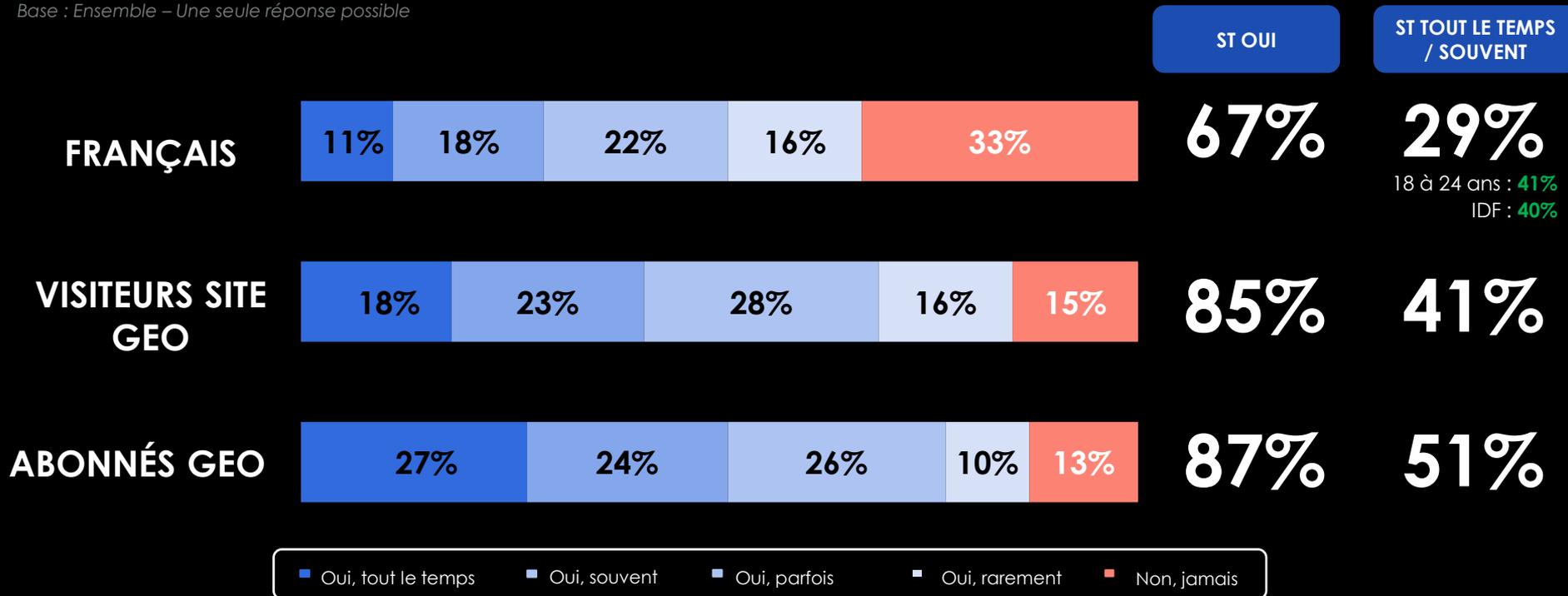
Base : Ensemble – Une seule réponse possible



Idem pour les dons monétaires.

Q22. FAITES-VOUS DES DONN MONÉTAIRES À DES ASSOCIATIONS ET/OU À DES PERSONNES DANS LE BESOIN ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

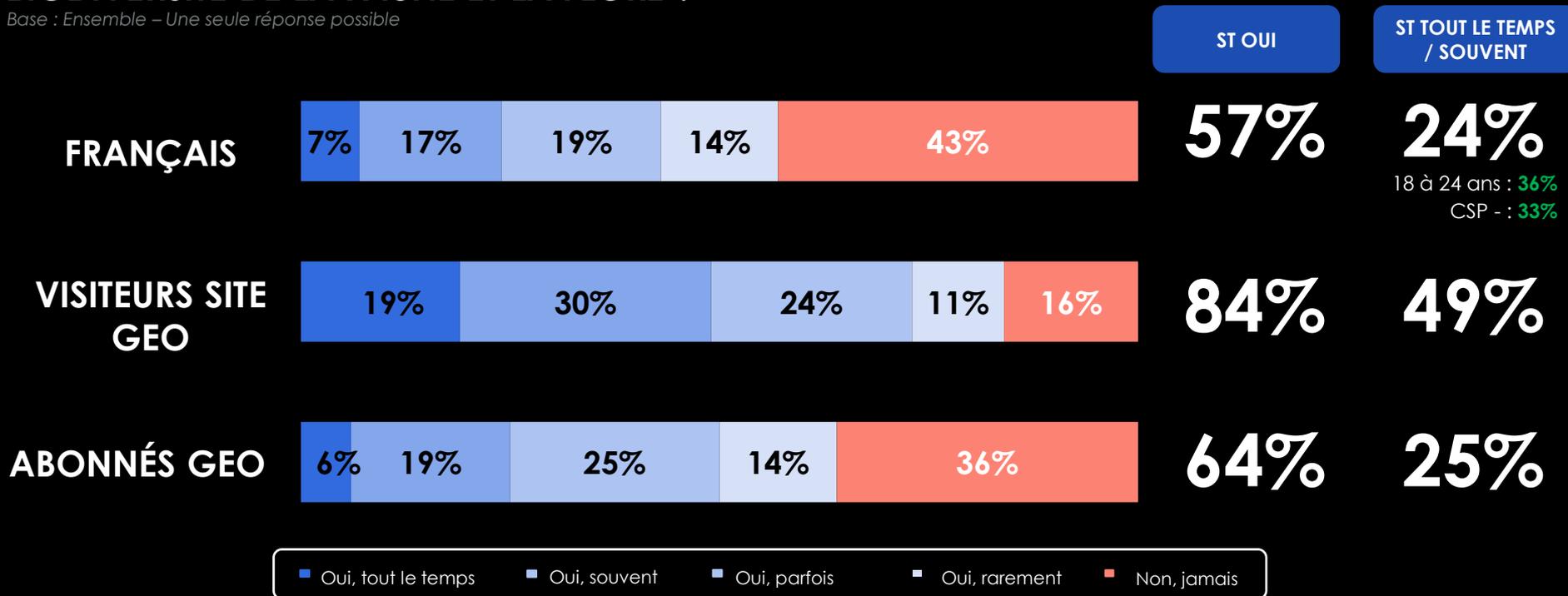


Les visiteurs du site GEO : des habitués des pétitions à vocation environnementale !

Q20. Vous arrive-t-il de ...

SIGNER DES PÉTITIONS PROMOUVANT LA PRÉSERVATION DU CLIMAT ET/OU DE LA BIODIVERSITÉ DE LA FAUNE ET LA FLORE ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

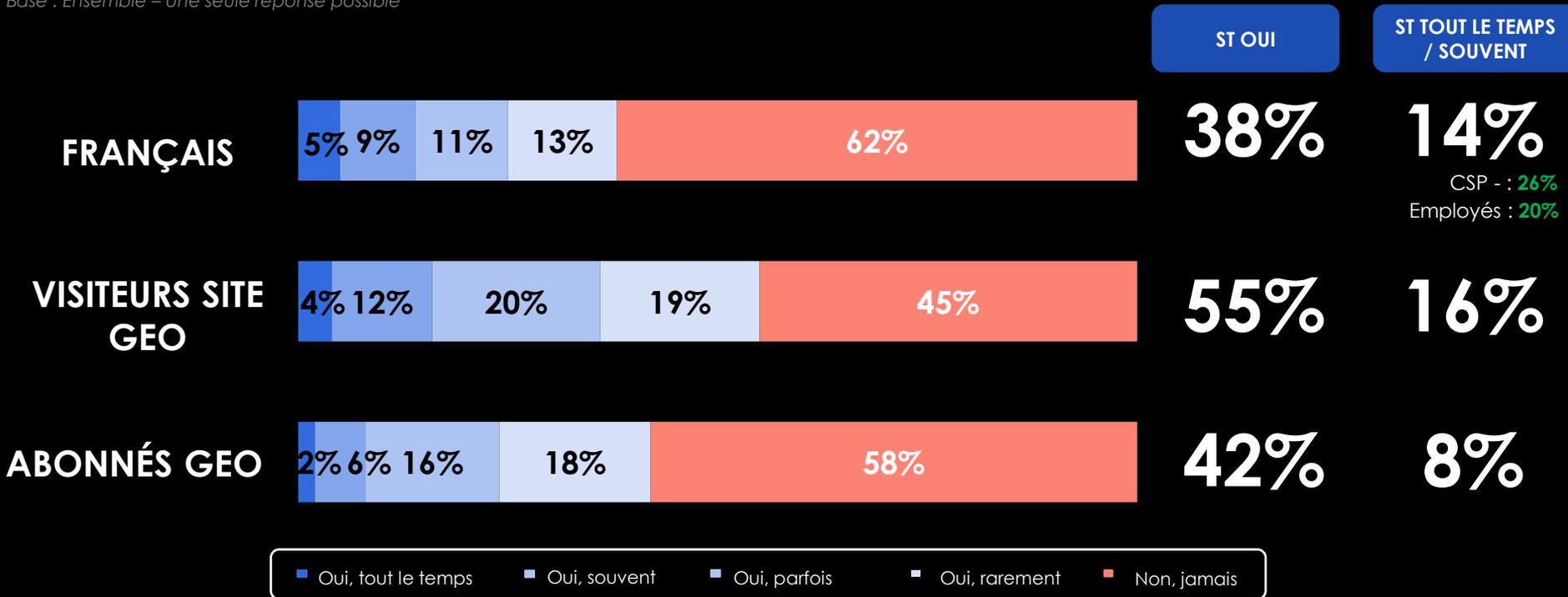


Et ils sont même 1 sur 2 parmi les visiteurs à avoir déjà participé à des actions qui visent à défendre le climat.

Q20. Vous arrive-t-il de ...

PARTICIPER À DES ACTIONS ET/OU ÉVÈNEMENTS QUI VISENT À DÉFENDRE LE CLIMAT ET/OU L'ENVIRONNEMENT ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

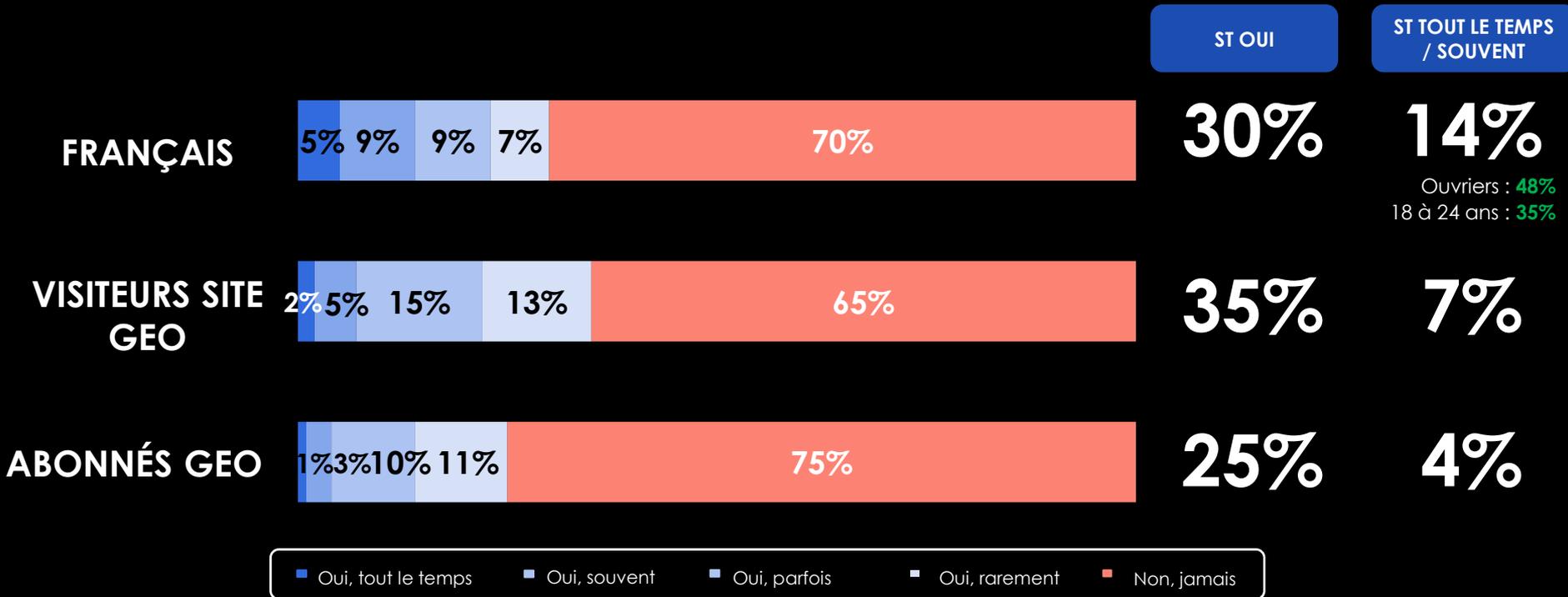


Pour autant, ils n'ont pas encore totalement franchi le pas de participer à des manifestations en défense de l'environnement.

Q20. Vous arrive-t-il de ...

PARTICIPER À DES MANIFESTATIONS EN DÉFENSE DE L'ENVIRONNEMENT OU DU CLIMAT ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible



Des visiteurs du site internet particulièrement engagés concernant la défense de l'environnement (pétition, actions, manifestations...)

FRANÇAIS

VISITEURS SITE
GÉO

ABONNÉS GÉO

INDICE SOCIAL ET CITOYEN

41/100

52/100

48/100

Voter aux élections

93%

84%

96%

90%

98%

94%

Faire des dons matériels à des associations

84%

43%

95%

60%

95%

53%

Faire des dons monétaires à des associations et/ou des personnes dans le besoin

67%

29%

85%

41%

87%

51%

Signer des pétitions promouvant la préservation du climat et/ou de la biodiversité

57%

24%

84%

49%

64%

25%

Participer à des actions et/ou événements qui visent à défendre le climat et/ou l'environnement

38%

14%

55%

16%

42%

8%

Participer à des manifestations en défense de l'environnement ou du climat ?

30%

14%

35%

7%

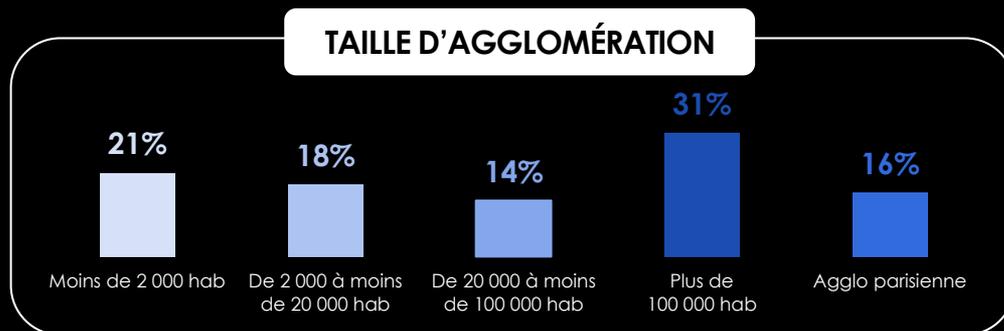
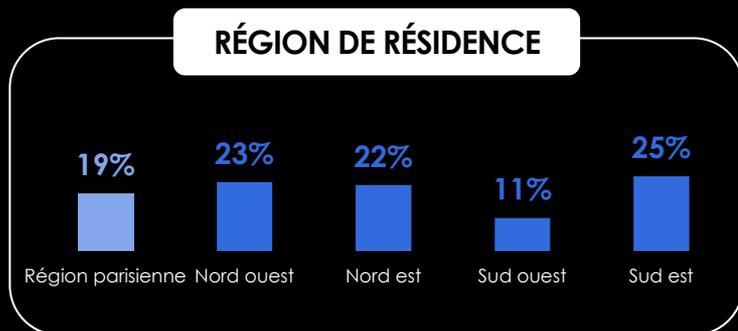
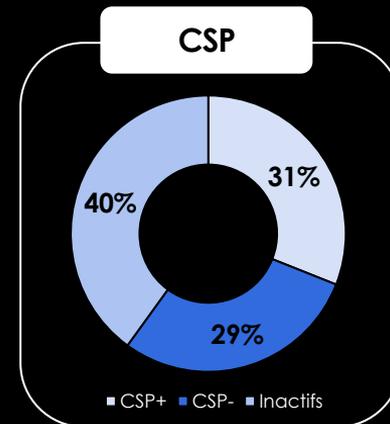
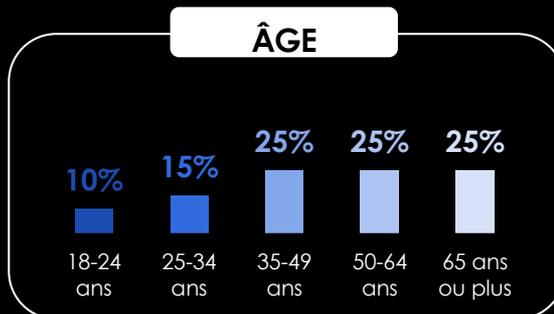
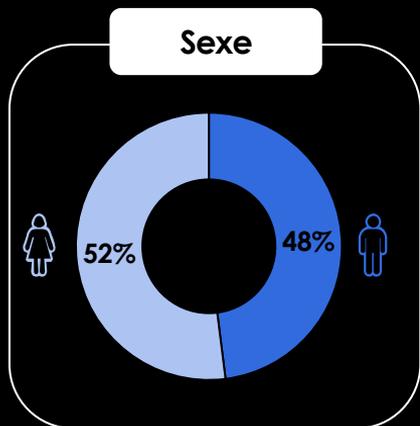
25%

4%

■ ST OUI ■ ST OUI TOUT LE TEMPS/SOUVENT

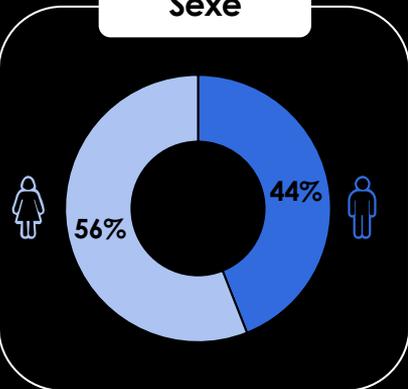
ANNEXES

Profil des Français

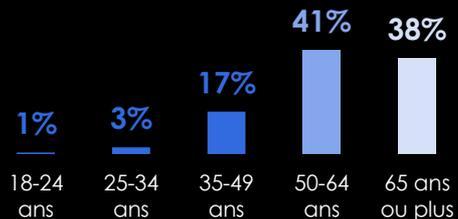


Profil des visiteurs du site internet GEO

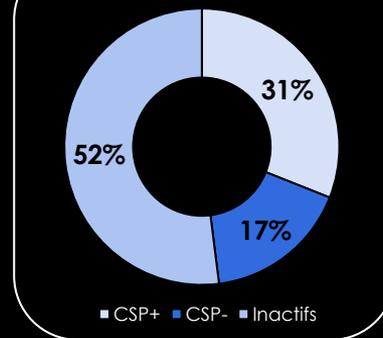
Sexe



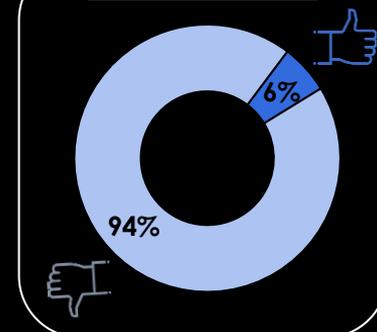
ÂGE



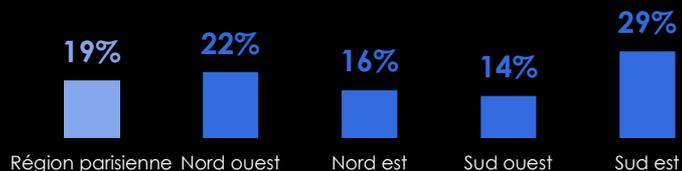
CSP



Abonné(e)s



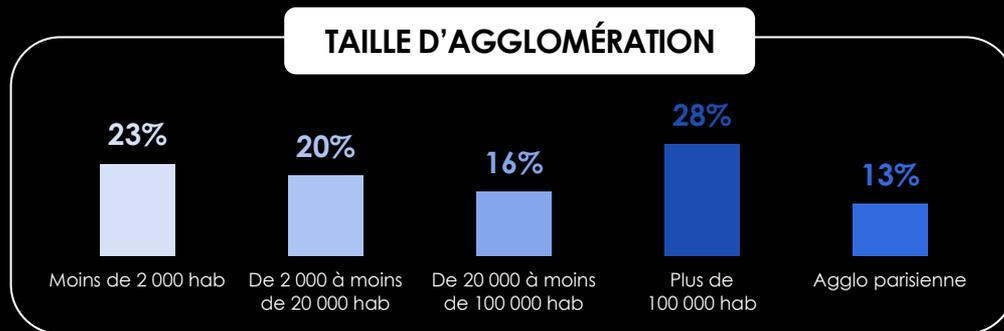
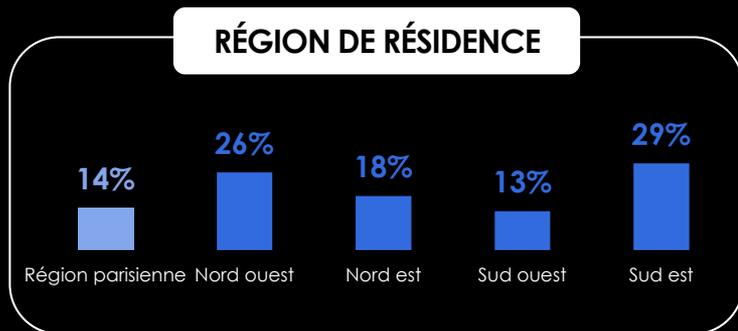
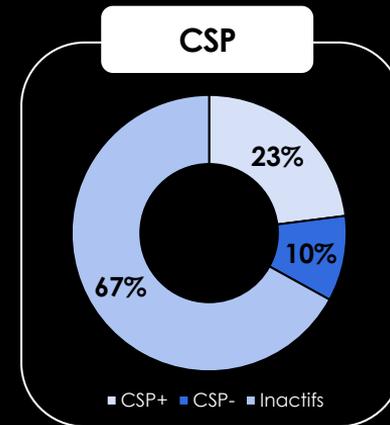
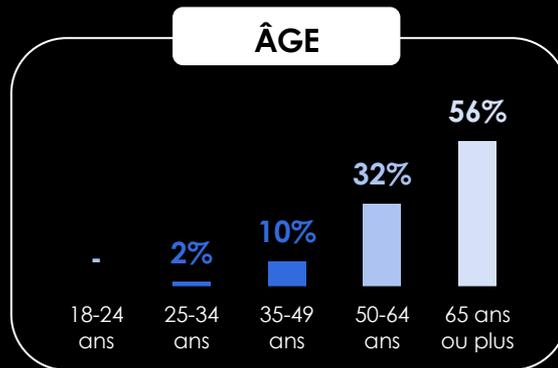
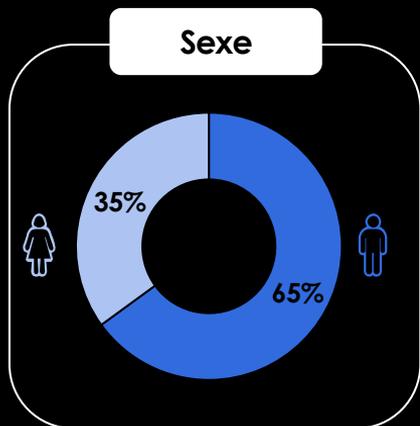
RÉGION DE RÉSIDENCE



TAILLE D'AGGLOMÉRATION



Profil des abonnés au magazine GEO



MERCI

CSA

RESEARCH

GEO