
BAROMETRE DU COMPORTEMENT RSE DES FRANCAIS

VOS CONTACTS AU SEIN
DU PÔLE SOCIETY DE CSA

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



Méthodologie

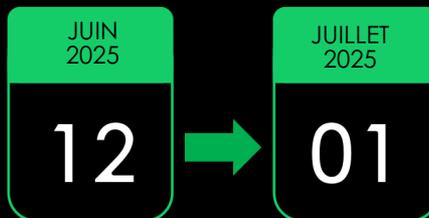
Une méthodologie identique à 2024 pour garantir la lecture des résultats en évolution.

MODE DE RECUEIL

Questionnaire
auto-administré
en ligne



DATES DE TERRAIN



CIBLES INTERROGÉES

Échantillon représentatif de
1014 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 **1009 visiteurs** du site internet du magazine GEO (dont 60 sont également abonnés au magazine)

Échantillon de **513 abonnés** au magazine GEO

PARTIE

INTRODUCTIVE



INDICE D'ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Le calcul de l'indice d'engagement

Une méthodologie identique à 2024 pour garantir la lecture des résultats en évolution.

Un questionnaire identique pour les trois profils (grand public, visiteurs du site internet, abonnés au magazine) construits 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.



Ce qui a changé en 2025 : l'ajout de deux items concernant l'installation de la climatisation (dans l'indice «mode de vie») et concernant l'utilisation des outils basés sur l'intelligence artificielle (dans l'indice «numérique»).

L'indice d'engagement sociétal des Français : toujours la moyenne sans plus... avec une légère baisse ! Les prémices d'une fatigue écologique ?

Indice d'engagement sociétal

FRANÇAIS

51/100 ⁽⁻²⁾



69 ⁽⁼⁾



MODE DE VIE
ECO-GESTES
ET ENERGIE

65 ⁽⁻¹⁾



NUMÉRIQUE

51 ⁽⁻²⁾



MODES DE
CONSO.

44 ⁽⁻¹⁾



TRANSPORTS
DU QUOTIDIEN

39 ⁽⁻⁴⁾



VOYAGES &
TOURISME

39 ⁽⁻²⁾



ENGAGEMENT
SOCIAL &
CITOYEN

Indices / 100

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

HOMMES

50/100

(-1)

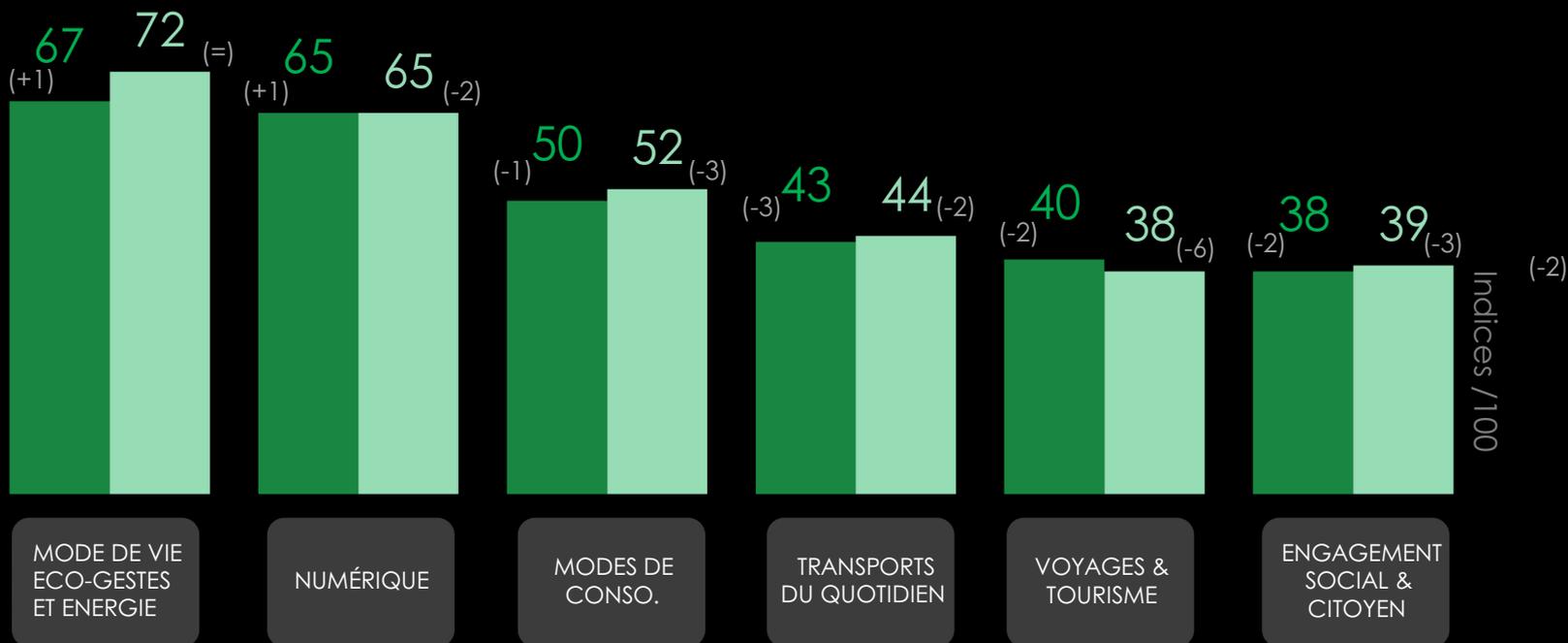
Indice d'engagement sociétal

52/100

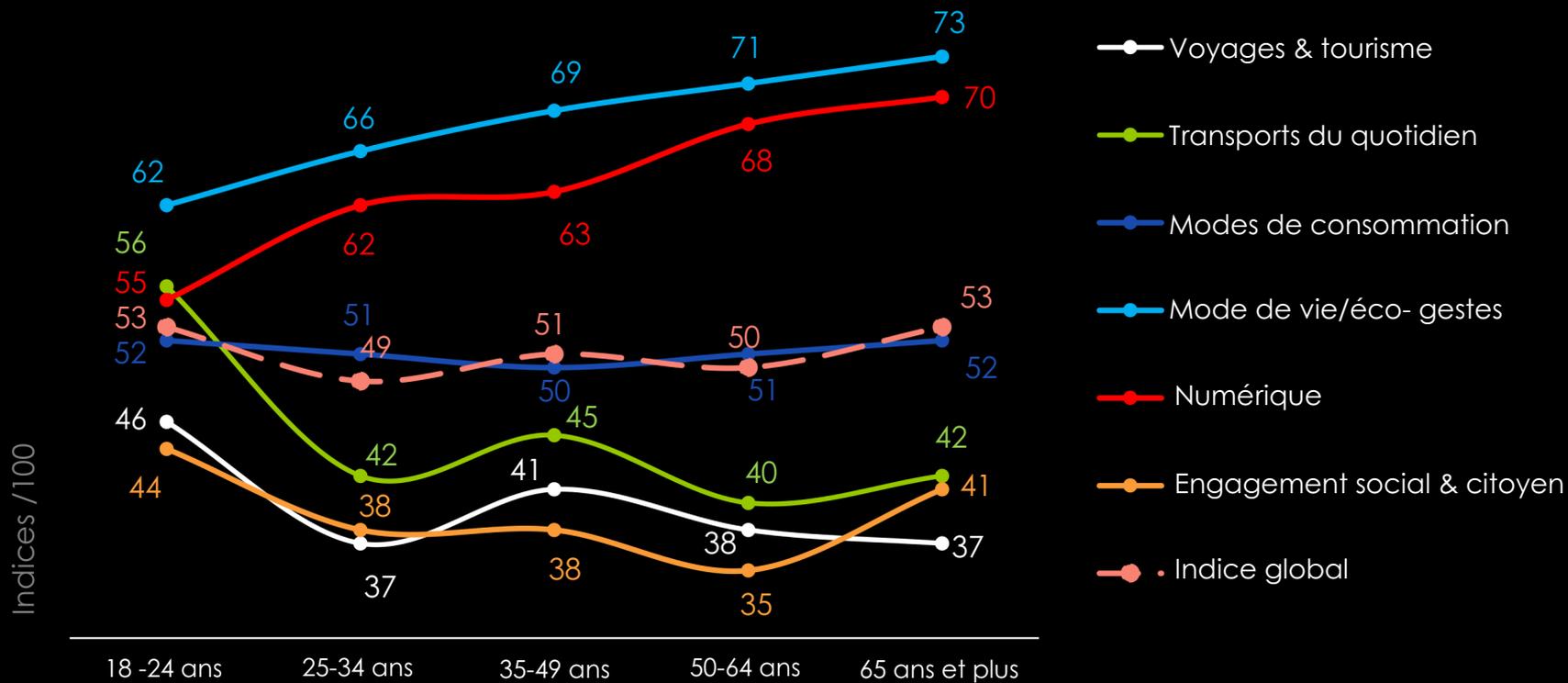
FEMMES

(-2)

Indice d'engagement sociétal



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



53/100

(-3)

49/100

(-2)

51/100

(-1)

50/100

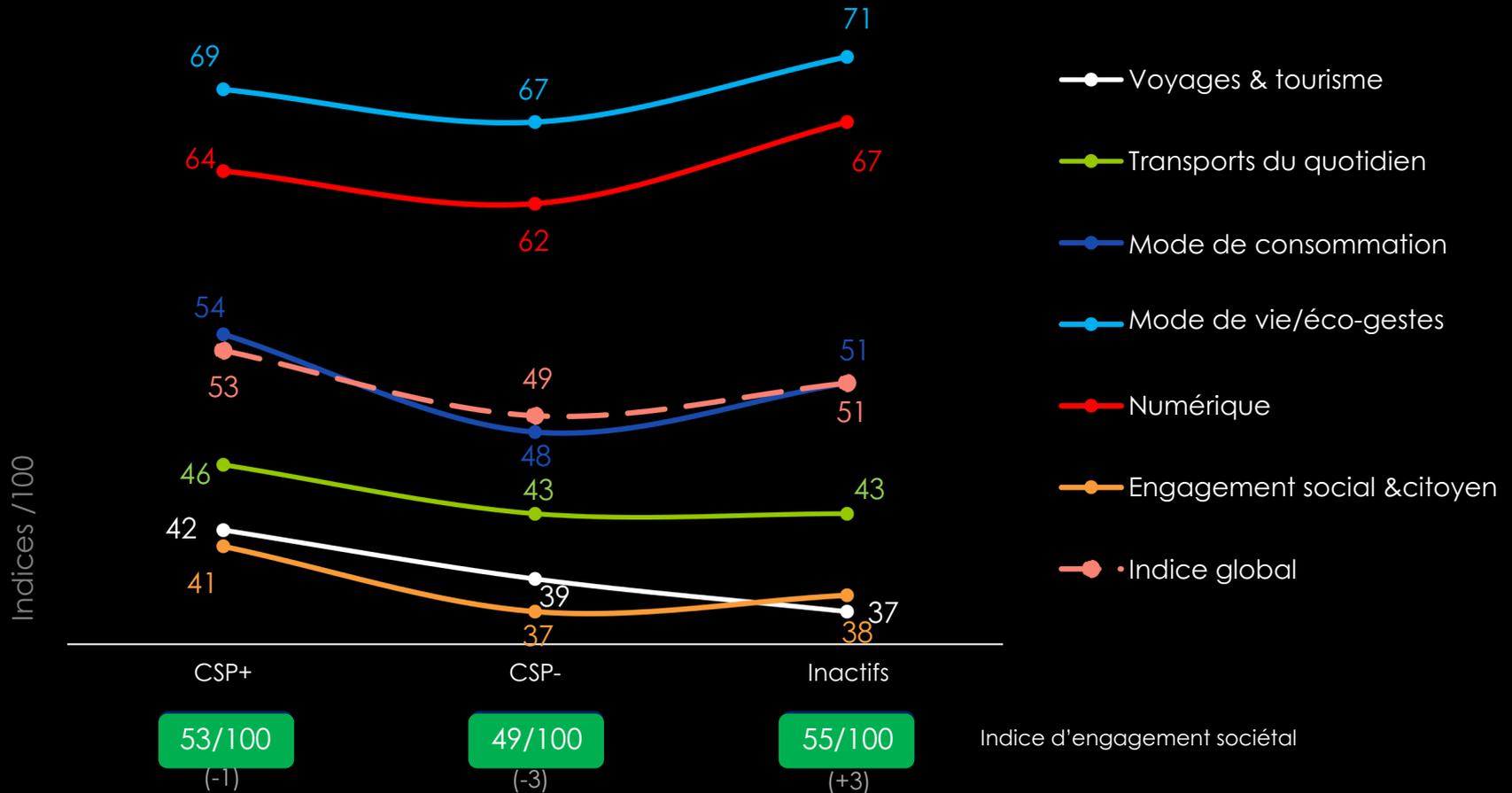
(-2)

53/100

(-1)

Indice d'engagement sociétal

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



L'indice d'engagement sociétal des visiteurs du site GEO : un comportement toujours plus «vert» que celui de l'ensemble des Français, même s'il baisse en 2025.

VISITEURS
DU SITE GEO



Indice d'engagement sociétal

59/100

(-2)



76⁽⁻¹⁾



MODE DE VIE
ECO-GESTES
ET ENERGIE

70⁽⁺³⁾



NUMÉRIQUE

60⁽⁻²⁾



MODES DE
CONSO.

53⁽⁻⁴⁾



VOYAGES &
TOURISME

49⁽⁻³⁾



ENGAGEMENT
SOCIAL &
CITOYEN

48⁽⁻²⁾



TRANSPORTS
DU QUOTIDIEN

Indices / 100

L'indice d'engagement sociétal des abonnés du magazine GEO :
une moyenne comparable à celle des visiteurs en 2025 avec de
légères hausses.

ABONNÉS
DE GEO



Indice d'engagement sociétal

59/100

(+1)



76⁽⁺²⁾



MODE DE VIE
ECO-GESTES
ET ENERGIE

72⁽⁺²⁾



NUMÉRIQUE

59⁽⁺¹⁾



MODES DE
CONSO.

50⁽⁺²⁾



VOYAGES &
TOURISME

48⁽⁼⁾



ENGAGEMENT
SOCIAL &
CITOYEN

47⁽⁼⁾



TRANSPORTS
DU QUOTIDIEN

Indices / 100

Des visiteurs et des abonnés qui se révèlent aussi engagés les uns que les autres, devant le grand public.

	FRANÇAIS	VISITEURS SITE GÉO	ABONNÉS GÉO
INDICE D'ENGAGEMENT SOCIÉTAL	51/100 (-2)	59/100 (-2)	59/100 (+1)
Indice mode de vie	69 (=)	76 (-1)	76 (+2)
Indice numérique	65 (-1)	70 (+3)	72 (+2)
Indice consommation	51 (-2)	60 (-2)	59 (+1)
Indice transports	44 (-1)	48 (-2)	47 (=)
Indice voyages	39 (-4)	53 (-4)	50 (+2)
Indice engagement social & citoyen	39 (-2)	49 (-3)	48 (=)

Indices /100

PREMIÈRE PARTIE

Mode de vie : Des convictions toujours fortes mais des efforts en léger repli en 2025 notamment auprès du GP et des visiteurs.



INDICE MODE DE VIE



FRANÇAIS

69/100 (=)



VISITEURS DU SITE GEO

76/100 (=)



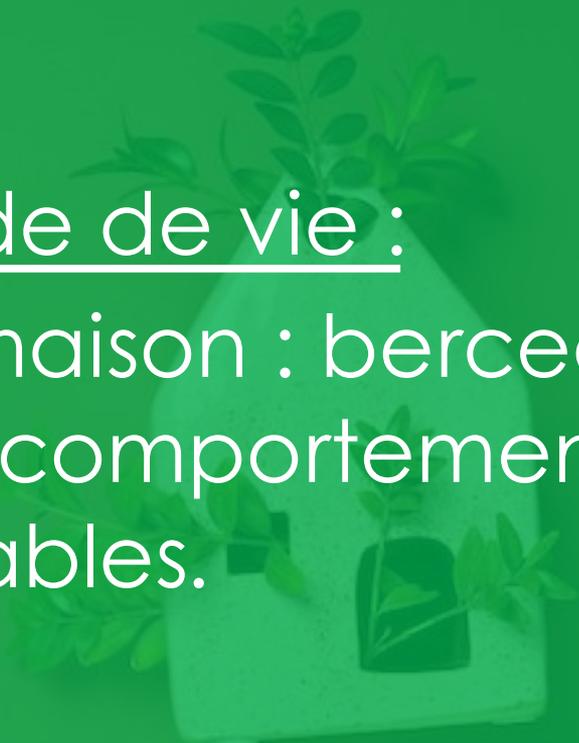
ABONNÉS DE GEO

76/100 (+2)

PREMIÈRE PARTIE 1.1

Mode de vie :

La maison : berceau
des comportements
durables.



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

LIMITER LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS
/ SOUVENT

FRANÇAIS



99%

(+1)

89%

(+2)

65 ans ou + : 95%
Commune rurale : 94%VISITEURS SITE
GEO

100%

(+1)

94%

(-2)

ABONNÉS GEO



100%

(=)

96%

(+1)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

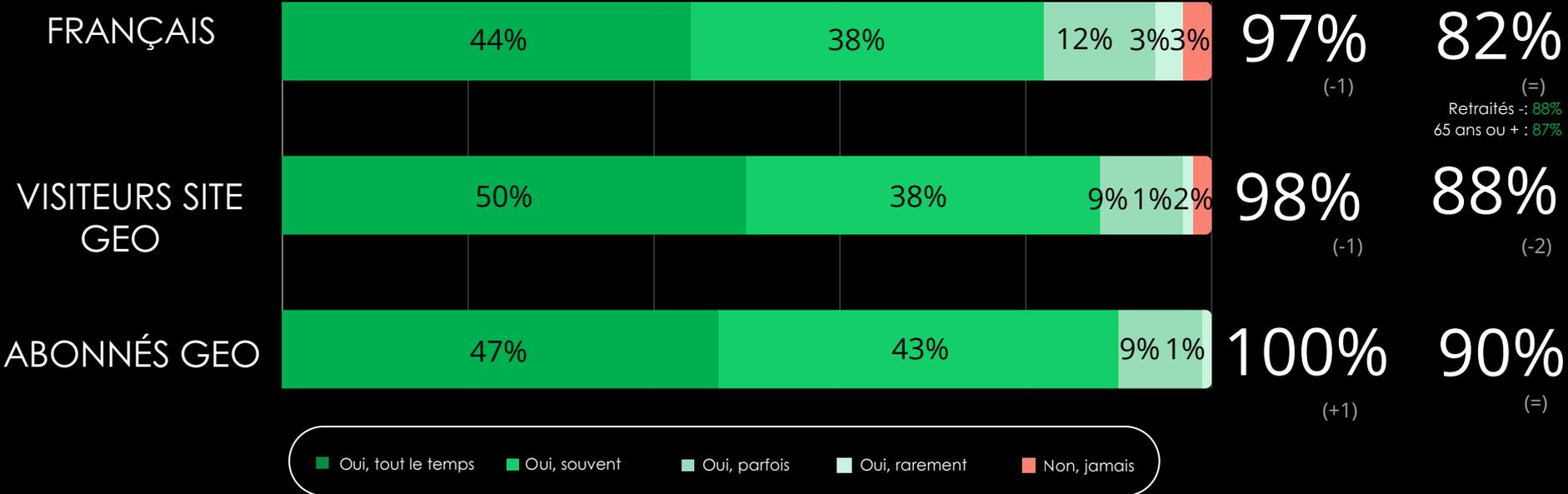
Une dynamique globalement similaire concernant les économies d'eau : une écrasante majorité y veille mais on note quand même un léger recul chez les Français et les visiteurs.

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

ÉCONOMISER L'EAU ?

Base : Ensemble - Une seule réponse possible

ST OUI ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT



Le tri des déchets : un geste qui demeure incontournable mais où on observe également de légers mouvements à la baisse en 2025.

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

TRIER VOS DÉCHETS ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



96%
(-1)

89%
(=)

Retraités + : 99%
65 ans ou + : 96%
Communes rurales : 94%

VISITEURS SITE GEO



99%
(=)

95%
(-2)

ABONNÉS GEO



100%
(=)

97%
(-1)



Un recul chez les Français et chez les visiteurs concernant la limitation de 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

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



92%

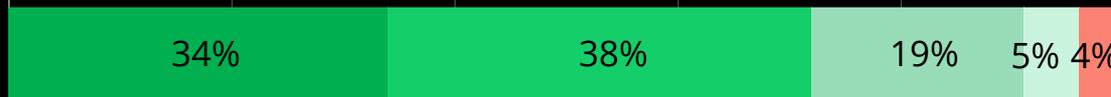
(-1)

60%

(-4)

Artisans, commerçants : 82%
Professions Intermédiaires : 70%

VISITEURS SITE
GEO



96%

(-1)

72%

(-4)

ABONNÉS GEO



97%

(+1)

69%

(=)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

PREMIÈRE PARTIE 1.2

Mode de vie :

L'énergie :
économiser l'énergie,
un réflexe
partagé...mais des
limites à
l'engagement
(fournisseurs verts, équipements de
production d'ENR...)

Les économies d'énergie sont toujours au cœur des habitudes des foyers français même si on note un léger recul au près des visiteurs et des Français.

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

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS

98%
(=)84%
(-1)Retraités -: 91%
65 ans ou +: 91%VISITEURS SITE
GEO98%
(-1)89%
(-2)

ABONNÉS GEO

100%
(+1)93%
(+3)

■ Oui, tout le temps ■ Oui, souvent ■ Oui, parfois ■ Oui, rarement ■ Non, jamais

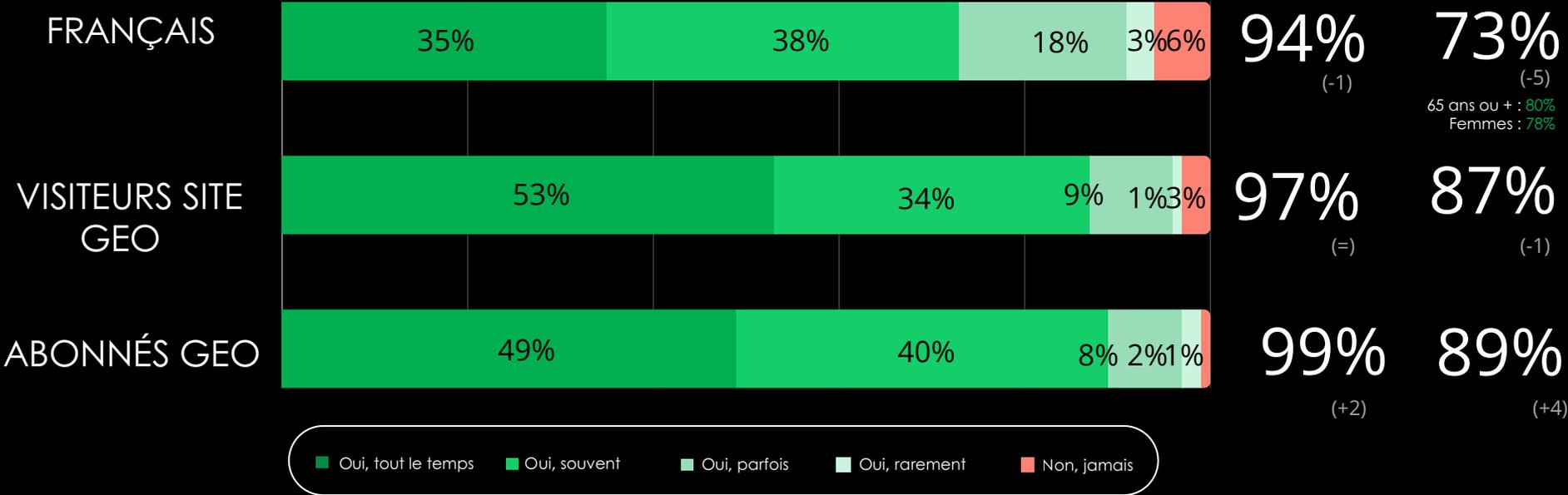
Si les abonnés au magazine déclarent prêter de plus en plus attention à la classe énergétique de leurs équipements, c'est de moins en moins le cas du grand public.

Q14. Lorsque vous achetez un appareil électro-ménager,

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

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT



■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

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

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS

92%
(-1)69%
(-5)
65 ans ou + : 79%VISITEURS SITE
GEO96%
(=)76%
(-1)

ABONNÉS GEO

96%
(-1)81%
(+1)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

Des consignes sur le chauffage moins systématiquement appliquées par les Français et les visiteurs du site.

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

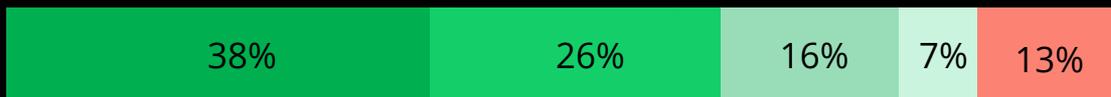
NE PAS MONTER VOTRE CHAUFFAGE AU-DELÀ DE 19°C ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



87%

(-1)

64%

(-3)

Artisans, commerçants : 85%

VISITEURS SITE
GEO



89%

(-2)

72%

(-6)

ABONNÉS GEO



92%

(+1)

75%

(-1)

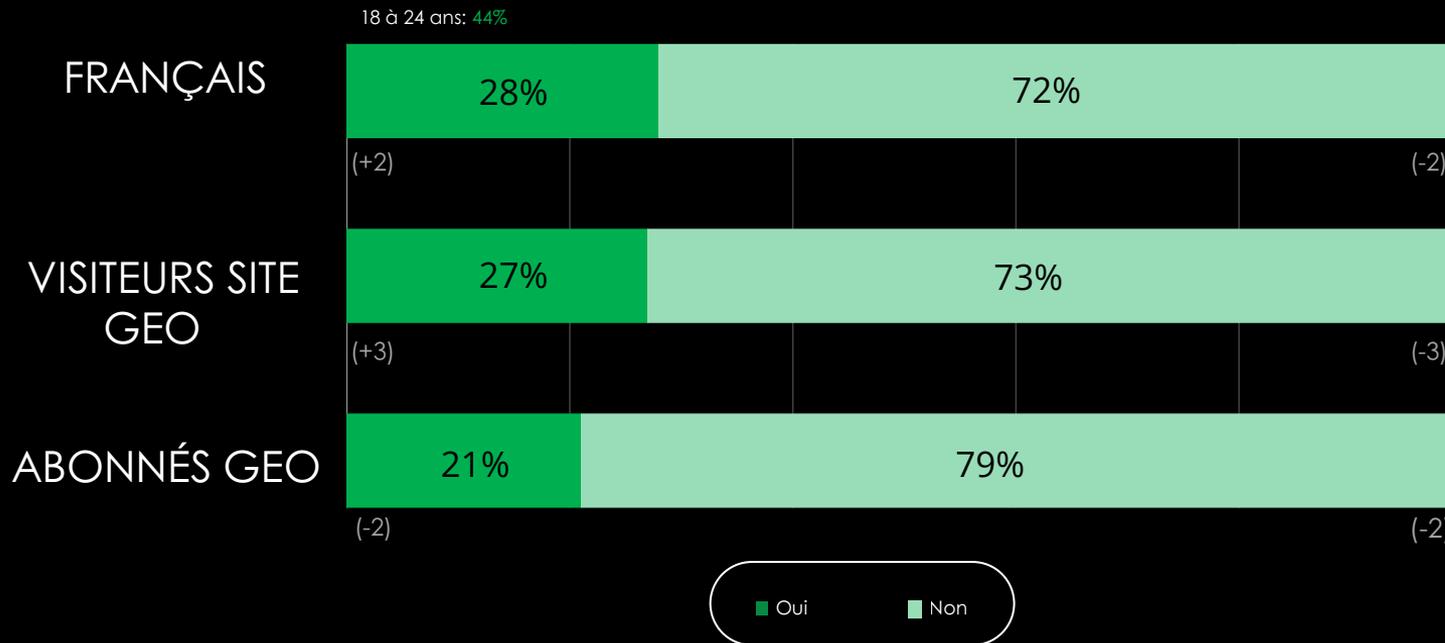
■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

La souscription d'un contrat avec un fournisseur d'électricité verte progresse un peu chez les Français et chez les visiteurs du site.

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

SOUSCRIT UN CONTRAT AVEC UN FOURNISSEUR D'ÉLECTRICITÉ VERTE ?

Base : Ensemble –Une seule réponse possible

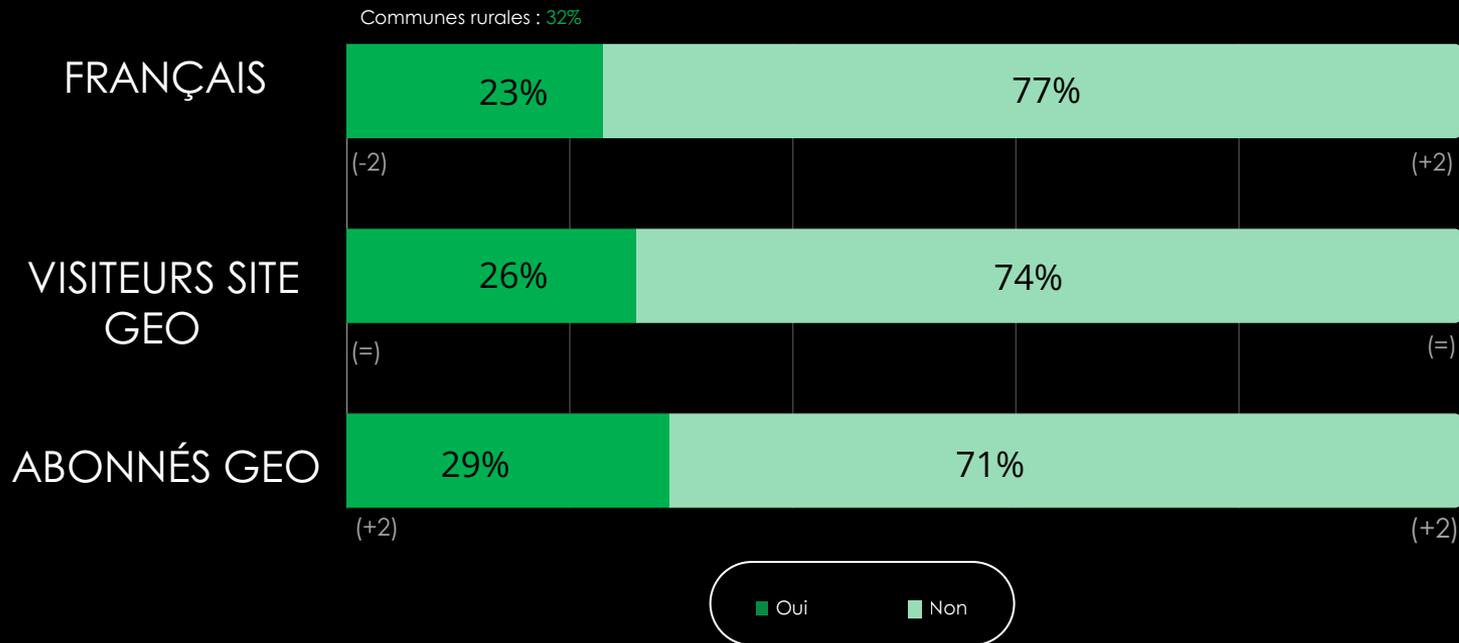


Cependant, l'installation d'équipements de production d'énergie renouvelable ne concerne toujours qu'un petit quart des Français (un tiers dans les communes rurales).

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

INSTALLÉ DES ÉQUIPEMENTS DE PRODUCTION D'ÉNERGIE RENOUVELABLE ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible



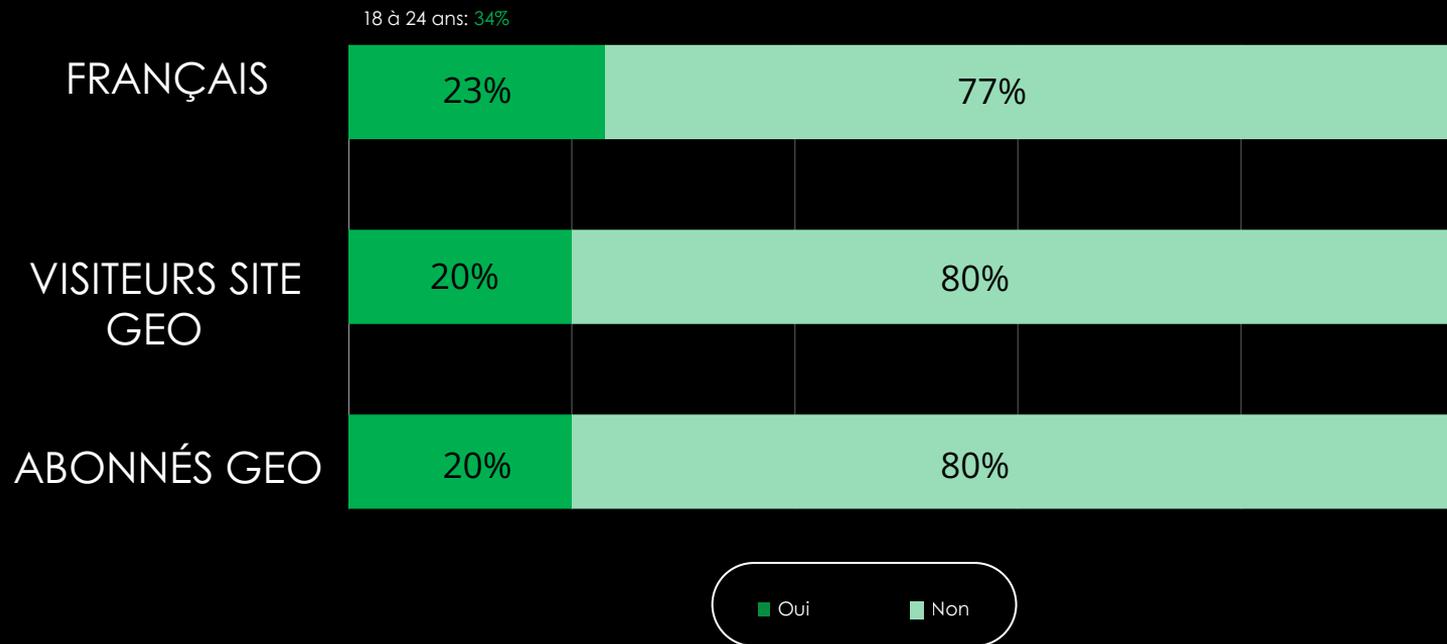
La climatisation a ses entrées chez un quart des Français et davantage chez les jeunes.

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

INSTALLÉ UNE CLIMATISATION ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

Nouvellequestion2025



PREMIÈRE PARTIE 1.3

Mode de vie :

Vêtements :

réparer, donner, jeter,
de bonnes intentions
mais une mise en
pratique systématique
qui recule.

Globalement les trois cibles cherchent toujours à faire l'effort de réparer leurs vêtements abîmés. Un bémol sur la fréquence de cet effort, en recul chez les Français et les visiteurs.

Q15. Lorsque vos vêtements s'abîment ...

VOUS CHERCHEZ À LES RÉPARER ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS

18%

32%

27%

11%

12%

88%

(=)

50%

(-3)

Hommes : 45%

VISITEURS SITE
GEO

26%

38%

22%

8%

6%

94%

(-1)

64%

(-5)

ABONNÉS GEO

21%

40%

21%

10%

8%

92%

(+1)

61%

(+2)

Oui, tout le temps

Oui, souvent

Oui, parfois

Oui, rarement

Non, jamais

La revente en seconde main ou le don de vêtements s'avèrent être en recul auprès de toutes les cibles.

Q15. Lorsque vos vêtements s'abîment ...

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

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



79%
(-4)

50%
(-3)
Femmes : 60%
Centre ville : 55%

VISITEURS SITE
GEO



83%
(-6)

54%
(-8)

ABONNÉS GEO



80%
(+1)

48%
(-4)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

Les Français sont de moins en moins nombreux à jeter systématiquement leurs vêtements lorsqu'ils s'abîment.

Q15. Lorsque vos vêtements s'abîment ...

LES JETEZ-VOUS IMMÉDIATEMENT ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



55%

(=)

12%

(-4)

Artisans, commerçants : 26%
25 à 34 ans : 22%

VISITEURS SITE
GEO



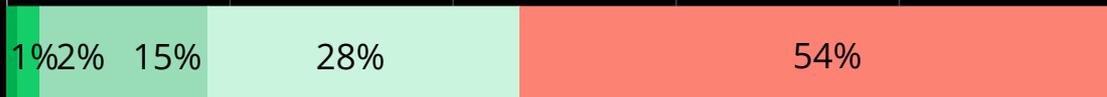
44%

(+5)

6%

(+2)

ABONNÉS GEO



46%

(+1)

3%

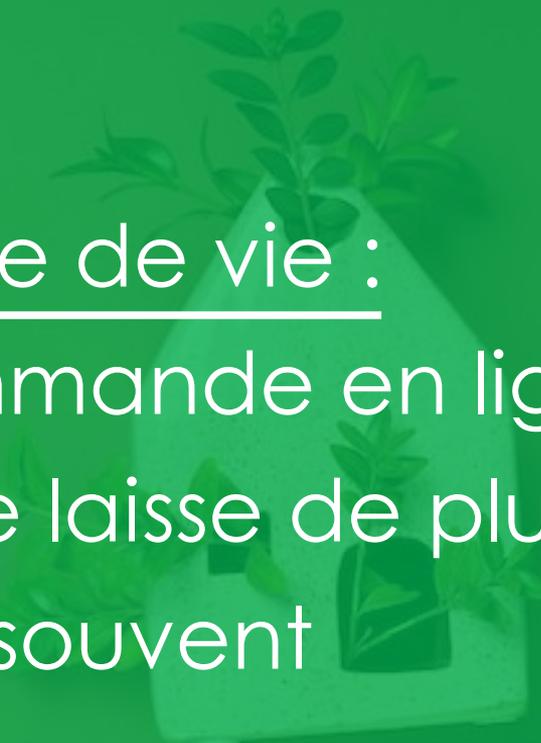
(-3)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

PREMIÈRE PARTIE 1.4

Mode de vie :

Commande en ligne :
on se laisse de plus en
plus souvent
tenter.



Chez les Français tout comme chez les visiteurs, on commande de plus en plus souvent en ligne.

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

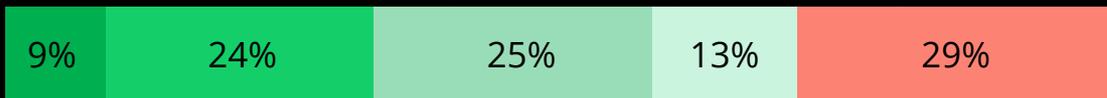
COMMANDER EN LIGNE ET VOUS FAIRE LIVRER DES PRODUITS DISPONIBLES FACILEMENT EN MAGASIN OU À EMPORTER À PROXIMITÉ DE CHEZ VOUS ? (UBER EATS, AMAZON, DELIVEROO, ETC....)

Base : Ensemble –Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



71%

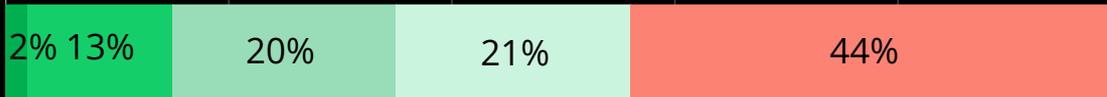
(+2)

33%

(+2)

Artisans, commerçants : 56%
18 à 24 ans : 53%

VISITEURS SITE
GEO



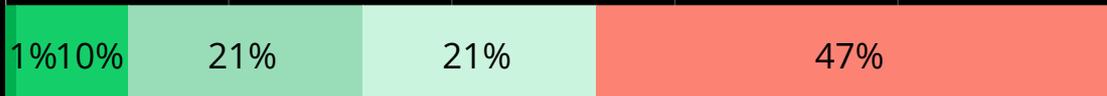
56%

(=)

15%

(+3)

ABONNÉS GEO



53%

(+1)

11%

(-3)

Oui, tout le temps

Oui, souvent

Oui, parfois

Oui, rarement

Non, jamais

Comme en 2024, les visiteurs et abonnés affichent un comportement plus vertueux que le grand public.

INDICE MODE DE VIE

Limiter le gaspillage alimentaire

Economiser l'énergie

Economiser l'eau

Trier ses déchets

Veiller à la classe énergétique des appareils électroménager

Limiter l'utilisation de produits ménagers chimiques, des aérosols, etc.

Eteindre ses appareils et débrancher les chargeurs non-utilisés

Réparer ses vêtements abimés

Ne pas monter son chauffage au-delà de 19°C

Revendre ou donner ses vêtements abimés

Commander en ligne/se faire livrer des produits disponibles à proximité de chez soi

Jeter ses vêtements abimés

FRANÇAIS

69/100 (=)

99%
(+1)89%
(+2)98%
(=)84%
(-1)97%
(-1)82%
(=)96%
(-1)89%
(=)94%
(-1)73%
(-5)92%
(-1)60%
(-4)92%
(-1)69%
(-5)88%
(=)50%
(-3)87%
(-1)64%
(-3)79%
(-4)50%
(-3)71%
(+2)33%
(+2)55%
(=)12%
(-4)VISITEURS SITE
GÉO

76/100 (=)

100%
(+1)94%
(-2)98%
(-1)89%
(-2)98%
(-1)88%
(-2)99%
(=)95%
(-2)97%
(=)87%
(-1)96%
(-1)72%
(-4)96%
(=)76%
(-1)94%
(-1)64%
(-5)89%
(-2)72%
(-6)83%
(-6)54%
(-8)56%
(=)15%
(+3)44%
(+5)6%
(+2)

ABONNÉS GÉO

76/100 (+2)

100%
(=)96%
(+1)100%
(+1)93%
(+3)100%
(+1)90%
(=)100%
(=)97%
(-1)99%
(+2)89%
(+4)97%
(+1)69%
(=)96%
(-1)81%
(+1)92%
(+1)61%
(+2)92%
(+1)75%
(-1)80%
(+1)48%
(-4)53%
(+1)11%
(-3)46%
(+1)3%
(-3)

DEUXIÈME PARTIE

Numérique:

Des comportements vertueux qui progressent chez les visiteurs et les abonnés.

INDICE NUMÉRIQUE



FRANÇAIS

65/100 (-1)



VISITEURS DU SITE GEO

70/100 (+3)



ABONNÉS DE GEO

72/100 (+2)

Le tri des courriels : un réflexe toujours présent chez toutes les cibles et qui progresse en 2025 chez les visiteurs.

Q16. Concernant vos pratiques numériques ...

TRIEZ-VOUS VOS COURRIELS ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



95%
(-1)

81%
(-2)

65 ans ou + : 90%

VISITEURS SITE
GEO



97%
(+2)

83%
(+6)

ABONNÉS GEO



97%
(-1)

88%
(=)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

... tout comme le fait de se désabonner des newsletters inutiles. Un geste qui progresse notamment chez les visiteurs.

Q16. Concernant vos pratiques numériques ...

VOUS DÉSABONNEZ-VOUS DES NEWSLETTERS QUI VOUS SONT INUTILES ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



95%
(=)

77%
(-3)

Cadres : 84%
65 ans ou + : 83%

VISITEURS SITE
GEO



97%
(+2)

78%
(+3)

ABONNÉS GEO



98%
(=)

84%
(+1)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

Chez tous les profils, on cherche à faire durer dans le temps ses appareils technologiques mais on note un recul auprès du grand public tout comme des abonnés...

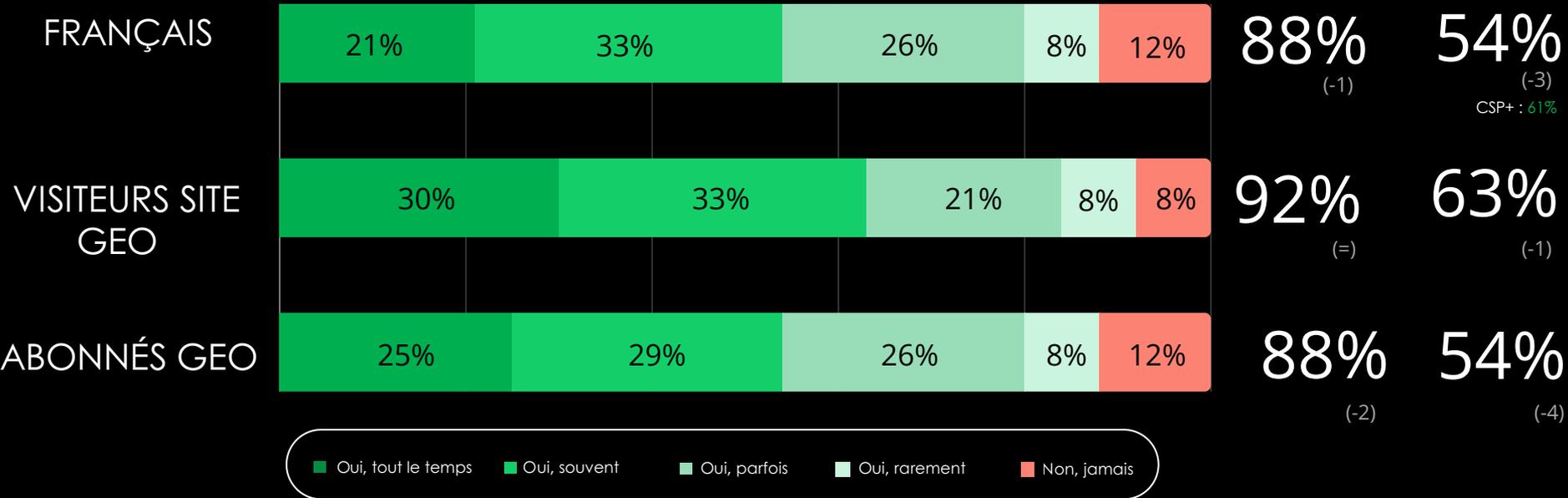
Q18. Lorsque vos outils numériques, technologiques ou encore électroménagers commencent à se détériorer...

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.)

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

Base : Ensemble – Une seule réponse possible



Malgré tout, la communication à distance reste préférée dans l'absolu même si la fréquence est en baisse chez toutes les cibles.

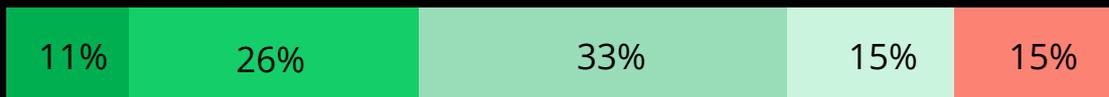
Q17. LORSQUE VOUS AVEZ QUELQUE CHOSE À MONTRER OU À DIRE À UNE PERSONNE, ET QUE VOUS POUVEZ DIRECTEMENT ALLER LA VOIR, VOUS ARRIVE-T-IL DE PLUTÔT LUI ENVOYER UN MESSAGE OU UN COURRIEL ?

Base : Ensemble –Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



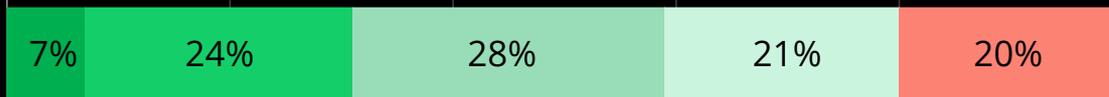
85%

(+3)

37%

(-4)

Artisans, commerçants : 59%
18 à 24 ans : 53%

VISITEURS SITE
GEO

80%

(+3)

31%

(-1)

ABONNÉS GEO



78%

(-2)

31%

(-2)

■ Oui, tout le temps

■ Oui, souvent

■ Oui, parfois

■ Oui, rarement

■ Non, jamais

Les visiteurs sont de plus en plus nombreux à favoriser le stockage local, à l'inverse du grand public.

Q16. Concernant vos pratiques numériques ...

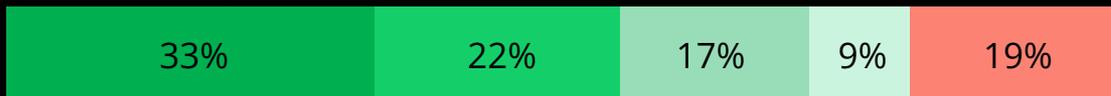
FAVORISEZ-VOUS LE STOCKAGE LOCAL (DISQUE DUR) PAR RAPPORT AU MODE DE STOCKAGE CLOUD (GOOGLE DRIVE, ICLOUD, ONEDRIVE, ETC.) ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



81%
(-4)

55%
(-4)

Retraités : 62%
65 ans ou + : 61%

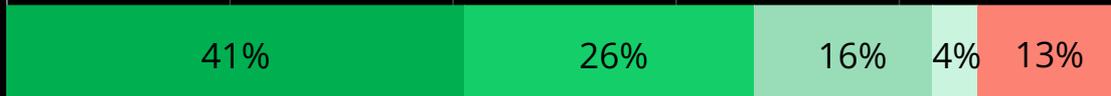
VISITEURS SITE
GEO



86%
(+2)

63%
(+1)

ABONNÉS GEO



87%
(-1)

67%
(-1)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

Limiter l'envoi de PJ, un réflexe également partagé par une large majorité (bien qu'en recul chez les Français) et qui progresse chez les visiteurs.

Q16. Concernant vos pratiques numériques ...

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

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS

23%

27%

21%

8%

21%

79%

(-4)

50%

(-6)

Retraités + : 56%
65 ans ou + : 56%

VISITEURS SITE
GEO

23%

36%

21%

7%

13%

87%

(+3)

59%

(+3)

ABONNÉS GEO

21%

35%

25%

7%

12%

88%

(=)

56%

(-4)

Oui, tout le temps

Oui, souvent

Oui, parfois

Oui, rarement

Non, jamais

Un Français sur deux utilise des outils basés sur l'IA, un usage qui n'est pas sans conséquence sur l'environnement.

Q23. Utilisez-vous des outils...

BASÉS SUR L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE (COMME CHATGPT, GEMINI, ALEXA, SIRI...) QUE CE SOIT DANS LE CADRE PERSONNEL OU PROFESSIONNEL ?

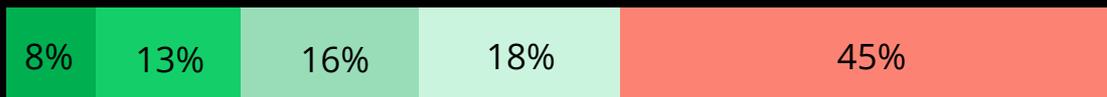
BASE : ENSEMBLE –UNE SEULE RÉPONSE POSSIBLE

[Nouvellequestion2025](#)

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



55%

21%

18-24 ans : 58%
CSP+ : 29%

VISITEURS SITE
GEO



40%

9%

ABONNÉS GEO



33%

5%

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

Des abonnés et des visiteurs de plus en plus attentifs à leur empreinte numérique et un écart qui se creuse avec le grand public.

	FRANÇAIS	VISITEURS SITE GÉO	ABONNÉS GÉO
INDICE NUMÉRIQUE	65/100 (-1)	70/100 (+3)	72/100 (+2)
Trier ses courriels	95% (-1)	97% (+2)	97% (-1)
	81% (-2)	83% (+6)	88% (=)
Se désabonner des newsletters inutiles	95% (=)	97% (+2)	98% (=)
	77% (-3)	78% (+3)	84% (+1)
Faire perdurer ses outils technologiques et électroménagers lorsqu'ils se détériorent	88% (-1)	92% (=)	88% (-2)
	54% (-3)	63% (-1)	54% (-4)
Favoriser le stockage local au stockage cloud	81% (-4)	86% (+2)	87% (-1)
	55% (-4)	63% (+1)	67% (-1)
Limiter l'envoi de pièces-jointes dans ses mails	79% (-4)	87% (+3)	88% (=)
	50% (-6)	59% (+3)	56% (-4)
Privilégier l'envoi d'un message/courriel plutôt que de s'adresser directement à la personne lorsque cela est possible	85% (+3)	80% (+3)	78% (-2)
	37% (-4)	31% (-1)	31% (-2)
Utiliser des outils d'intelligences artificielles	55%	40%	33%
	21%	9%	5%

TROISIÈME PARTIE

Consommation:
Le grand public et les visiteurs se montrent un peu moins vigilants sur leurs pratiques de consommation en 2025.

INDICE MODE DE CONSOMMATION



FRANÇAIS

51/100 ⁽⁻²⁾



VISITEURS DU SITE GEO

60/100 ⁽⁻²⁾



ABONNÉS DE GEO

59/100 ⁽⁺¹⁾

Q7. Lors de vos achats alimentaires...

ACHETEZ-VOUS DES PRODUITS DE SAISON ?

Base : Ensemble –Une seule réponse possible par item

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

Femme : 41%

FRANÇAIS



98%
(=)

78%
(-3)

65 ans ou + : 88%
Commune rurale : 84%

VISITEURS SITE
GEO



100%
(=)

93%
(+1)

ABONNÉS GEO



100%
(=)

95%
(+3)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

... tout comme le «fait maison» qui progresse (en fréquence) chez les Français et les abonnés.

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

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



98%
(+1)

84%
(+3)

65 ans ou + : 95%
Commune rurale : 91%

VISITEURS SITE
GEO



99%
(=)

89%
(-3)

ABONNÉS GEO



99%
(=)

90%
(+2)

■ Oui, tout le temps ■ Oui, souvent ■ Oui, parfois ■ Oui, rarement ■ Non, jamais

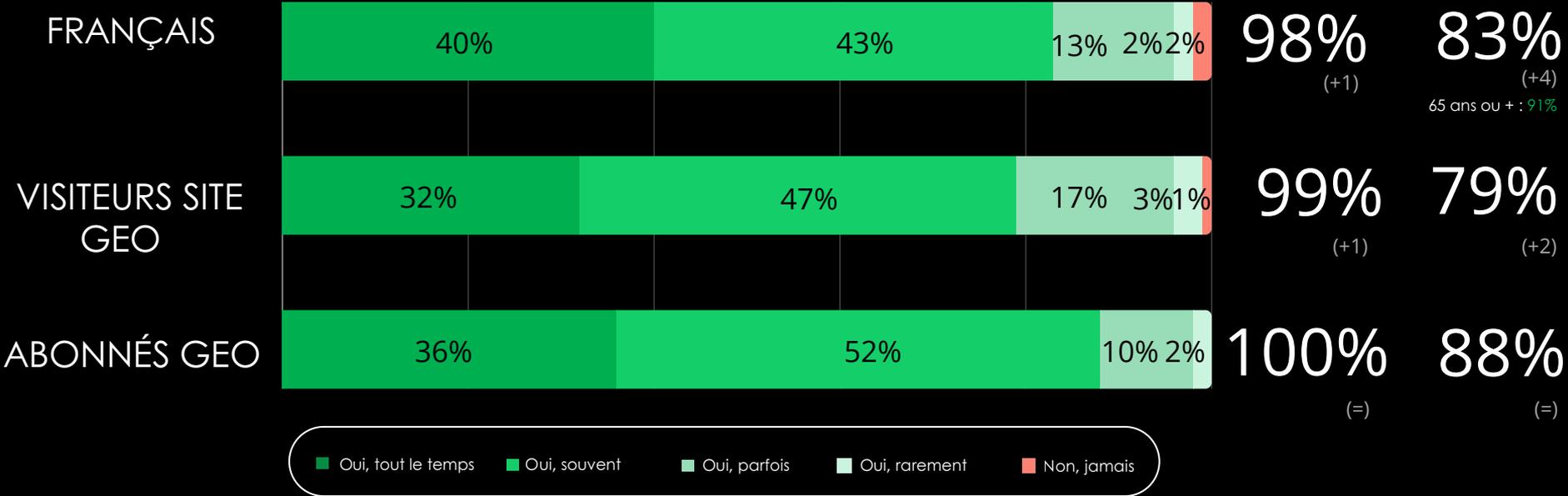
Cependant, la consommation de produits d'origine animale augmente chez les Français et les visiteurs du site.

Q8. Concernant vos repas ...

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

Base : Ensemble - Une seule réponse possible

ST OUI ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT



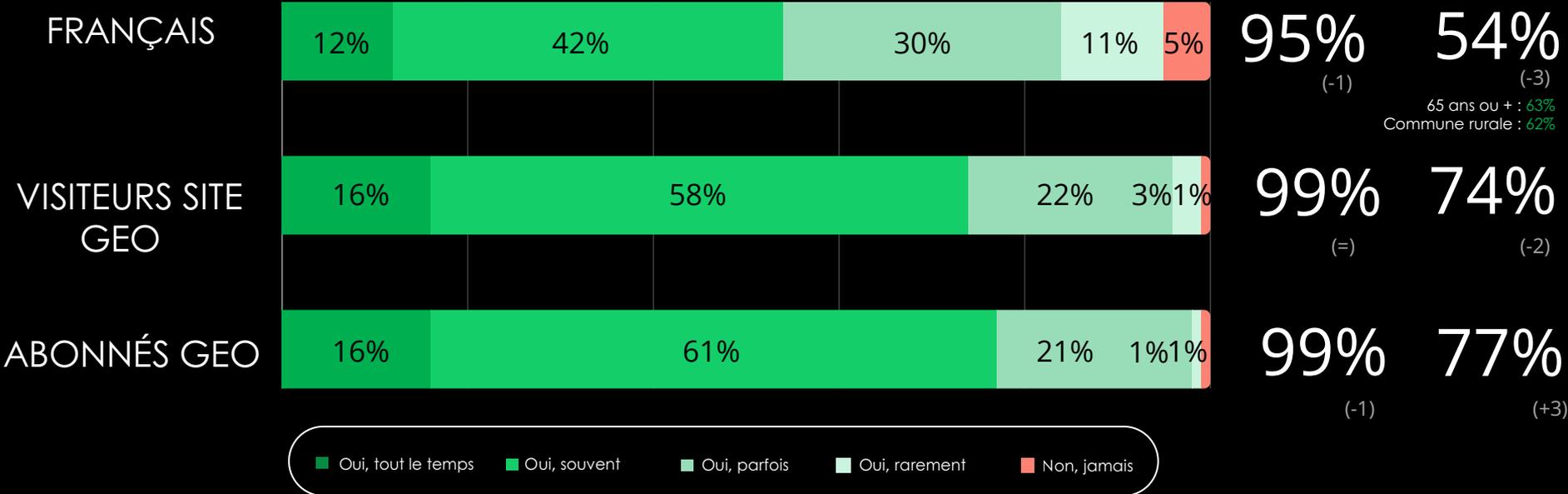
Un attachement toujours aussi fort aux produits alimentaires locaux, même si le grand public et les visiteurs du site en achètent moins souvent qu'en 2025.

Q7. Lors de vos achats alimentaires ...

ACHETEZ-VOUS DES ALIMENTS DE PRODUCTION LOCALE ?

Base : Ensemble –Une seule réponse possible par item

ST OUI ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT



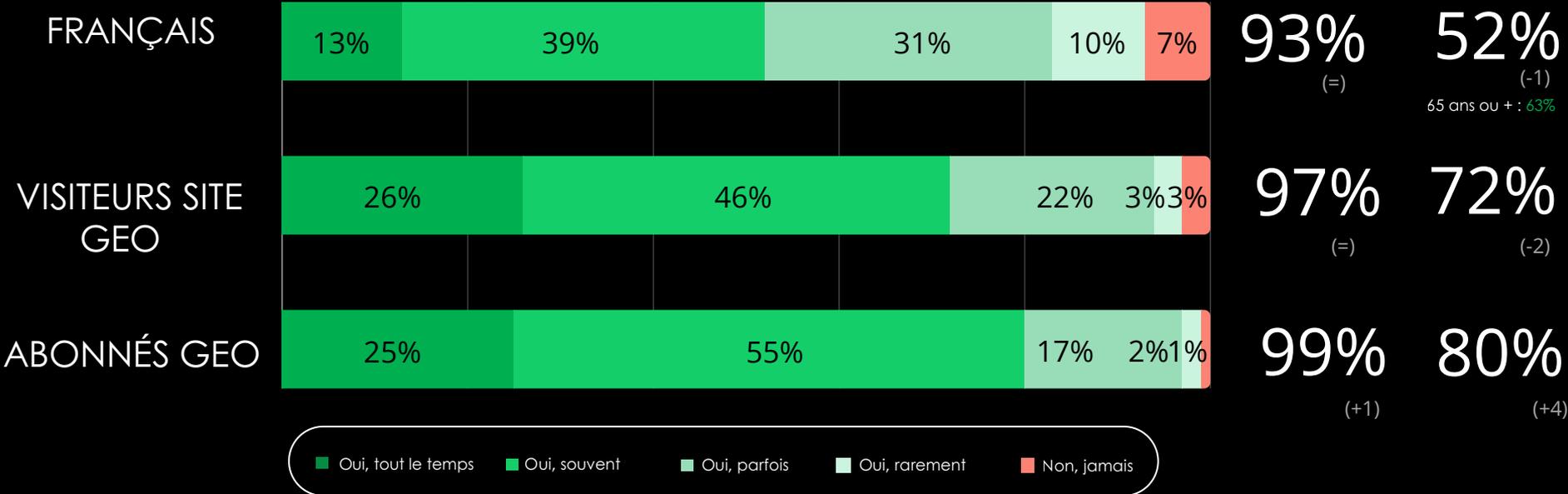
La préférence pour le «made in France» reste forte auprès de toutes les cibles et la fréquence d'achat est en nette augmentation auprès des abonnés.

Q4. Lors de vos achats courants...

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

Base : Ensemble –Une seule réponse possible

ST OUI ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT



Les trois profils montrent toujours une appétence forte pour le bio malgré une fréquence d'achat en recul chez les Français et encore plus chez les visiteurs du site.

Q7. Lors de vos achats alimentaires ...

ACHETEZ-VOUS DES PRODUITS BIO ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



85%

(=)

Artisans, commerçants : 63%
CSP+ : 43%

32%

(-5)

VISITEURS SITE
GEO



93%

(-2)

47%

(-9)

ABONNÉS GEO



93%

(-2)

44%

(+2)

Oui, tout le temps

Oui, souvent

Oui, parfois

Oui, rarement

Non, jamais

Les trois profils sont toujours une large majorité à privilégier les produits certifiés/labellisés mais on observe un recul auprès du GP et des visiteurs sur cette question, avec une fréquence d'achat en nette baisse.

Q5. Lors de vos achats courants ...

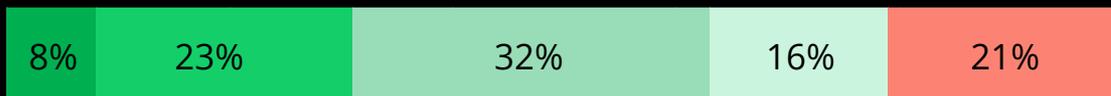
PRIVILÉGIEZ-VOUS DES PRODUITS CERTIFIÉS DURABLES, DOTÉS D'UN LABEL (COTON/LIN BIOLOGIQUE, OEKO-TEX, GOTS, FAIRTRADE, ECO-LABEL, ETC.) ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



79%
(-3)

31%
(-6)

18 à 24 ans : 42%
CSP + : 37%
Centre ville : 37%

VISITEURS SITE
GEO



92%
(-3)

55%
(-6)

ABONNÉS GEO



93%
(-1)

54%
(+3)

■ Oui, tout le temps ■ Oui, souvent ■ Oui, parfois ■ Oui, rarement ■ Non, jamais

S'il leur arrive d'avoir recours au vrac à l'occasion, la fréquence d'achat est en nette baisse chez les Français et les visiteurs.

Q7. Lors de vos achats alimentaires...

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

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



75%

(-2)

22%

(-7)

18-24 ans : 38%
CSP + : 32%

VISITEURS SITE
GEO



84%

(-2)

31%

(-6)

ABONNÉS GEO



81%

(=)

27%

(=)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

Malgré ces comportements vertueux, la «fast fashion» séduit toujours une majorité de Français et de visiteurs du site. A noter, les abonnés au magazine y ont drastiquement moins recours par rapport à 2024.

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

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



70%

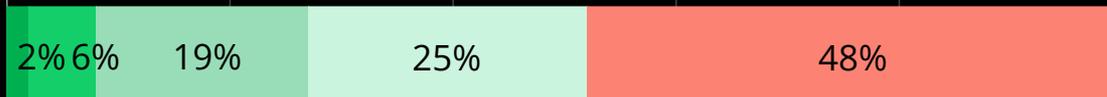
(-2)

24%

(-3)

Elèves ou étudiants : 46%
18-24 ans : 46%

VISITEURS SITE
GEO



52%

(-3)

8%

(+1)

ABONNÉS GEO



38%

(-14)

3%

(-2)

Oui, tout le temps

Oui, souvent

Oui, parfois

Oui, rarement

Non, jamais

Se passer d'un produit car il n'est pas «écolo»? Oui, mais pas tout le temps et de moins en moins souvent par rapport à 2024 (sauf chez les abonnés).

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

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



67% 19%

(-2)

(-4)

Artisans, commerçants : 43%
18-24 ans : 29%

VISITEURS SITE
GEO



85% 39%

(-4)

(-6)

ABONNÉS GEO



84% 34%

(-2)

(+7)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

Le recours aux vêtements de seconde main ne progresse pas depuis 2024, et il recule même chez les visiteurs.

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

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

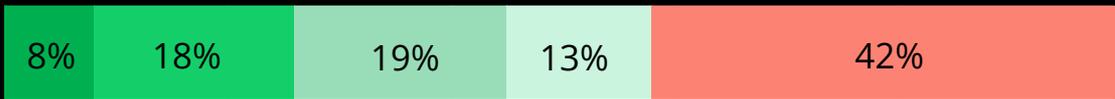
Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

Homme : 47%

FRANÇAIS



58%

(=)

26%

(=)

Elèves ou étudiants : 60%
18-24 ans : 49%

VISITEURS SITE GEO



56%

(-5)

18%

(-3)

ABONNÉS GEO



38%

(-1)

8%

(=)



À l'exception des abonnés, le comportement en matière de consommation des Français et des visiteurs ne s'améliore pas.

	FRANÇAIS		VISITEURS DU SITE GÉO		ABONNÉS DE GÉO	
INDICE CONSOMMATION	51/100 (-2)		60/100 (-2)		59/100 (+1)	
Acheter des produits de saison	98% (=)	78% (-3)	100% (=)	93% (+1)	100% (=)	95% (+3)
Privilégier des produits à cuisiner chez soi plutôt que les plats préparés	98% (+1)	84% (+3)	99% (=)	89% (-3)	99% (=)	90% (+2)
Manger des produits d'origine animale	98% (+1)	83% (+4)	99% (+1)	79% (+2)	100% (=)	88% (=)
Acheter des aliments de production locale Privilégier les produits «made in France»	95% (-1)	54% (-3)	99% (=)	74% (-2)	99% (-1)	77% (+3)
Acheter des produits bio Privilégier des produits certifiés durables, dotés d'un label	93% (=)	52% (-1)	97% (=)	72% (-2)	99% (+1)	80% (+4)
Acheter des produits vendus en vrac/sans emballages	85% (=)	32% (-5)	93% (-2)	47% (-9)	93% (-2)	44% (+2)
Acheter des produits issus de la «fast fashion»	79% (-3)	31% (-6)	92% (-3)	55% (-6)	93% (-1)	54% (+3)
Acheter des marques issues de la «fast fashion»	75% (-2)	22% (-7)	84% (-2)	31% (-6)	81% (=)	27% (=)
Renoncer à des produits/marques pas suffisamment responsables	70% (-2)	24% (-3)	52% (-3)	8% (+1)	38% (-14)	3% (-2)
Acheter des vêtements d'occasions	67% (-2)	19% (-4)	85% (-4)	39% (-6)	84% (-2)	34% (+7)
	58% (=)	26% (=)	56% (-3)	18% (-3)	38% (-1)	8% (=)

QUATRIÈME PARTIE

Transports:

L'utilisation de la
voiture individuelle
reste écrasante,
dans un contexte de
recul des modes

«alternatifs»

(transports en commun, modes de
transports doux, covoiturage...)

INDICE TRANSPORTS DU QUOTIDIEN



FRANÇAIS

44/100 (-1)



VISITEURS DU SITE GEO

48/100 (-2)



ABONNÉS DE GEO

47/100 (=)

Q2. Pour vos déplacements quotidiens...

UTILISEZ-VOUS LA VOITURE OU LA MOTO/SCOOTER ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS
/ SOUVENT

FRANÇAIS

87%
(-2)68%
(=)Commune rurale : 89%
25-34 ans : 79%
Province : 73%VISITEURS SITE
GEO90%
(+3)63%
(=)

ABONNÉS GEO

92%
(-1)69%
(=)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

Dans le même temps, on observe un vrai recul sur l'utilisation des modes de transport doux/non polluants notamment auprès du grand public et des visiteurs.

Q2. Pour vos déplacements quotidiens...

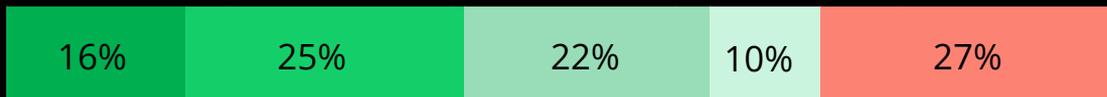
UTILISEZ-VOUS DES MODES DE TRANSPORTS DOUX/NON POLLUANTS (MARCHE À PIED, VÉLO, TROTINETTE, SKATEBOARD ETC.) ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



73%
(-6)

41%
(-7)

IDF : 49%
CSP + : 47%

VISITEURS SITE
GEO



84%
(-1)

48%
(-7)

ABONNÉS GEO



85%
(=)

53%
(-2)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

La fréquence d'utilisation des transports en commun est en nette baisse chez les Français et les visiteurs du site.

Q2. Pour vos déplacements quotidiens...

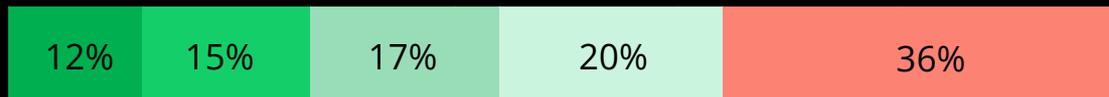
UTILISEZ-VOUS LES TRANSPORTS EN COMMUN ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



64%
(-5)

27%
(-5)

Élèves ou étudiants: 62%
Agglo parisienne: 57%
18-24 ans: 56%

VISITEURS SITE
GEO



73%
(-1)

28%
(-5)

ABONNÉS GEO



78%
(+1)

28%
(+2)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

Q2. Pour vos déplacements quotidiens...

FAITES-VOUS DU COVOITURAGE ?

Base : Ensemble –Une seule réponse possible par item

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS
/ SOUVENT

FRANÇAIS



38%

(-3)

11%

(-4)

Elèves ou étudiants : 25%
18 -24 ans : 24%VISITEURS SITE
GEO

43%

(-3)

10%

(-2)

ABONNÉS GEO



38%

(-2)

10%

(+4)

■ Oui, tout le temps

■ Oui, souvent

■ Oui, parfois

■ Oui, rarement

■ Non, jamais

L'utilisation de l'avion dans le cadre de déplacements courts reste minoritaire quel que soit le profil et en nette baisse chez les Français.

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

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



27%

(-7)

9%

(-4)

Elèves ou étudiants : 21%
18-24ans : 20%
Agglo parisienne : 16%

VISITEURS SITE
GEO



22%

(+2)

5%

(+2)

ABONNÉS GEO



29%

(+6)

4%

(+1)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

La moyenne sur cette thématique n'est atteinte par aucun des trois profils, dans un contexte global de recul des préoccupations environnementales.

	FRANÇAIS		VISITEURS DU SITE GÉO		ABONNÉS DE GÉO	
INDICE TRANSPORTS	44/100 (-1)		48/100 (-2)		47/100 (=)	
Utiliser la voiture ou la moto/scooter	87% (-2)	68% (=)	90% (+3)	63% (=)	92% (-1)	69% (=)
Utiliser des modes de transports doux/non polluants.	73% (-6)	41% (-7)	84% (-1)	48% (-7)	85% (=)	53% (-2)
Utiliser les transports en commun	64% (-5)	27% (-5)	73% (-1)	28% (-5)	78% (+1)	28% (+2)
Faire du covoiturage	38% (-3)	11% (-4)	43% (-3)	10% (-2)	38% (-2)	10% (+4)
Prendre l'avion pour ses déplacements courts de deux heures ou moins	27% (-7)	9% (-4)	22% (+2)	5% (+2)	29% (+6)	4% (+1)

CINQUIÈME PARTIE



Voyages:
Voyager
responsable, un
vœu pieux pour
les Français ?

INDICE VOYAGES & TOURISME



FRANÇAIS

39/100 (-4)



VISITEURS DU SITE GEO

53/100 (-4)



ABONNÉS DE GEO

50/100 (+2)

L'aspect local du tourisme est de plus en plus systématiquement pris en compte notamment par les abonnés. C'est moins le cas auprès du grand public.

Q1. Lorsque vous partez en vacances...

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

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



80%

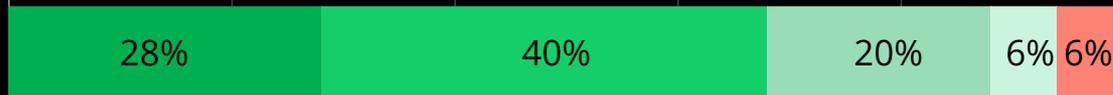
(+1)

42%

(-3)

Artisans, commerçants : 59%
CSP+ : 47%

VISITEURS SITE
GEO



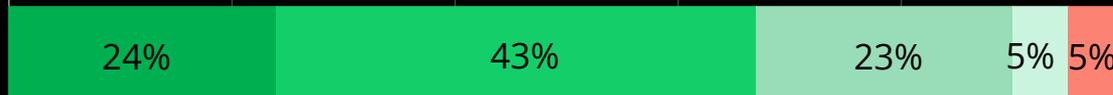
94%

(=)

68%

(-1)

ABONNÉS GEO



95%

(=)

67%

(+4)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

Les activités qui préservent l'environnement sont également privilégiées par toutes les cibles et de manière plus fréquente par les abonnés du site. Bémol auprès du grand public.

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

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



74%
(-2)

36%
(-6)

IDF: 42%
Centre ville: 40%

VISITEURS SITE
GEO



90%
(-2)

61%
(-3)

ABONNÉS GEO



91%
(+2)

58%
(+6)

■ Oui, tout le temps ■ Oui, souvent ■ Oui, parfois ■ Oui, rarement ■ Non, jamais

Si une alternative à l'avion existe, elle est privilégiée par toutes les cibles même si la tendance est à la baisse chez les Français et les visiteurs du site.

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

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



71%
(-4)

32%
(-6)

18-24 ans : 40%
Centre ville : 38%
CSP + : 37%

VISITEURS SITE
GEO



83%
(-3)

44%
(-6)

ABONNÉS GEO



85%
(+3)

39%
(+2)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

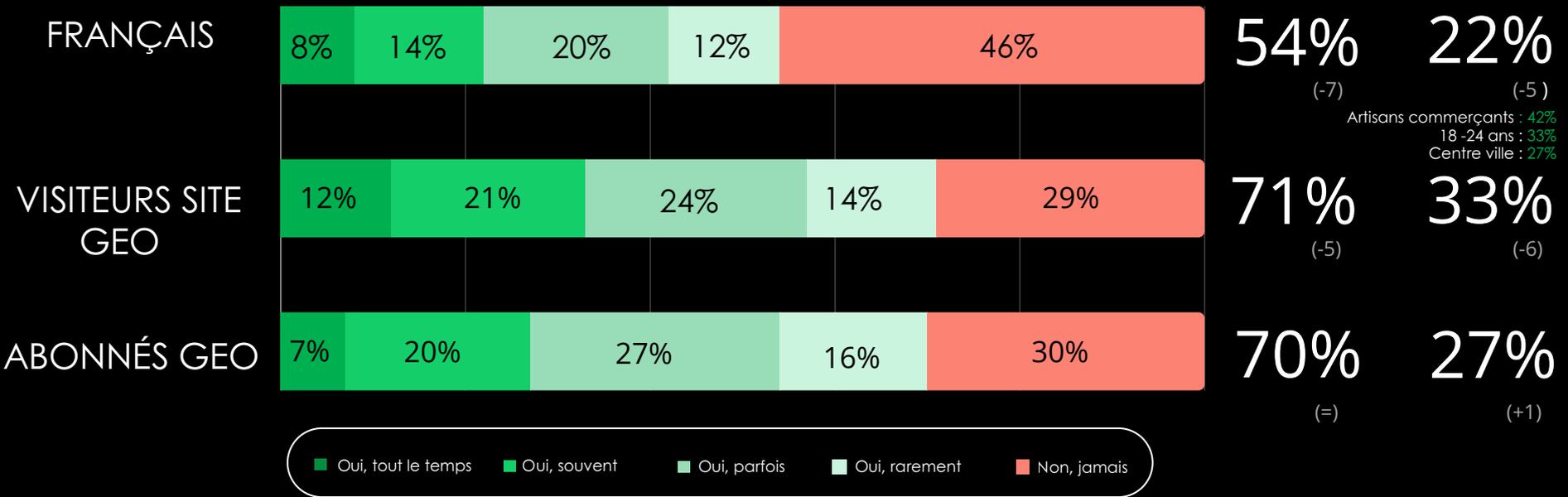
Les séjours à faible impact environnemental : l'envie existe (même si elle subit un net recul cette année) mais la fréquence demeure relativement rare (et en baisse chez les Français et les visiteurs).

Q1. Lorsque vous partez en vacances...

PRIVILÉGIEZ-VOUS DES SÉJOURS À FAIBLE IMPACT ENVIRONNEMENTAL ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible par item

ST OUI ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT



■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

Le renoncement à l'avion, une pratique surtout présente chez les visiteurs et les abonnés même si on note un net recul cette année auprès des visiteurs.

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

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



40%

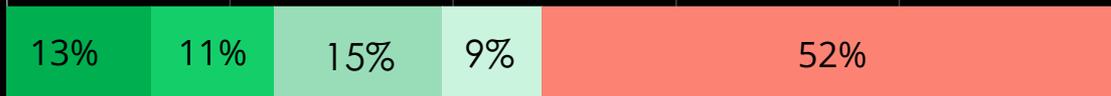
(-2)

19%

(-4)

Élèves ou étudiants : 33%

VISITEURS SITE
GEO



48%

(-7)

24%

(-6)

ABONNÉS GEO



45%

(+5)

18%

(+3)

■ Oui, tout le temps

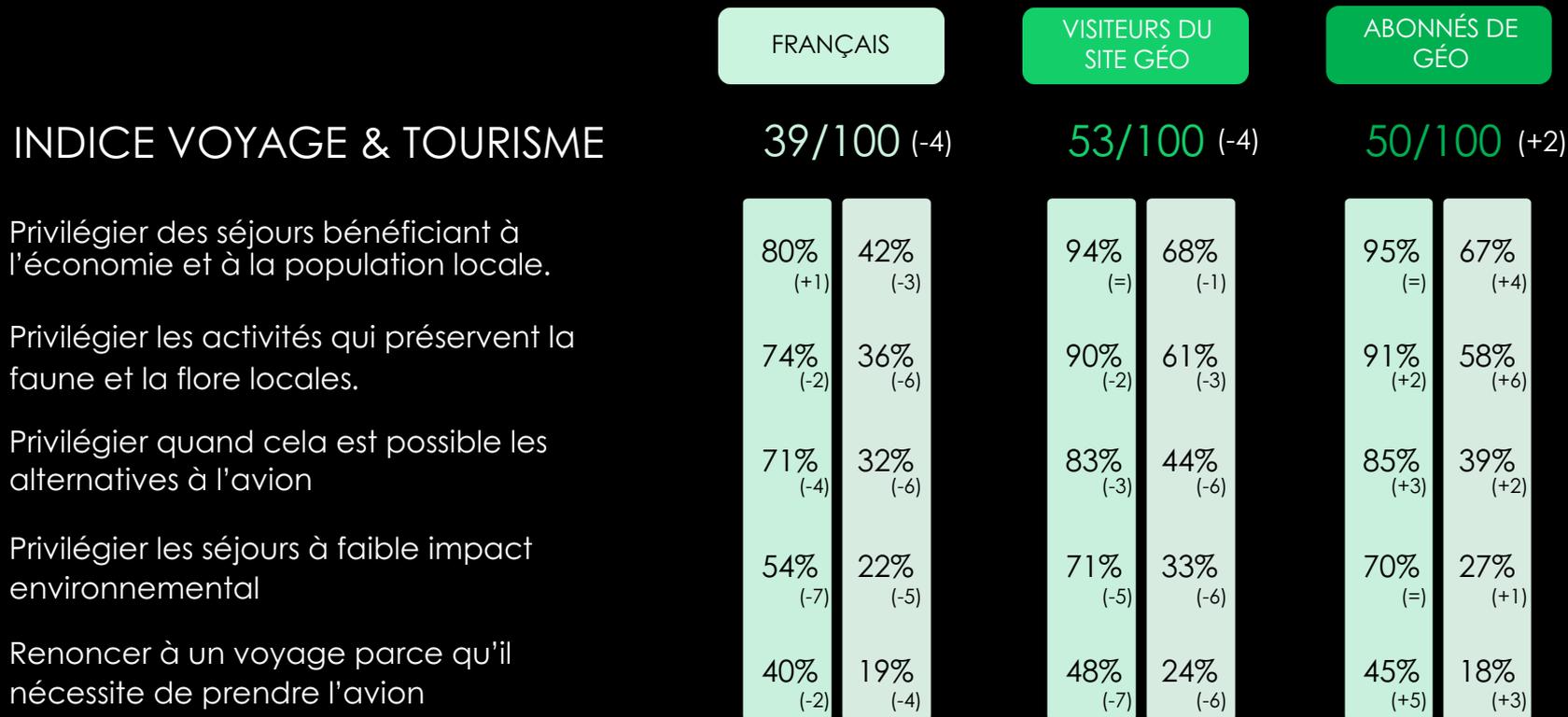
■ Oui, souvent

■ Oui, parfois

■ Oui, rarement

■ Non, jamais

Les visiteurs du site internet sont toujours les plus attentifs à observer un comportement écoresponsable en matière de voyages et de tourisme même si la tendance est à la baisse en 2025.



SIXIÈME PARTIE

Engagement social
et citoyen : Des Français et des visiteurs un peu moins engagés qu'en 2024. Stabilité chez les abonnés.

INDICE D'ENGAGEMENT SOCIAL & CITOYEN



FRANÇAIS

39/100 ⁽⁻²⁾



VISITEURS DU SITE GEO

49/100 ⁽⁻³⁾



ABONNÉS DE GEO

48/100 ⁽⁼⁾

Un an après les élections législatives anticipées, les trois profils se disent toujours aussi impliqués pour aller voter.

Q19. EST-CE QUE VOUS VOTEZ AUX ÉLECTIONS ?

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



94%

(=)

84%

(=)

65 ans ou + : 95%
Communes rurales : 88%
Moins de 35 ans : 68%

VISITEURS SITE
GEO

96%

(=)

89%

(-1)

ABONNÉS GEO



98%

(=)

95%

(+1)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

Le don en nature est pratiqué par toutes les cibles mais la fréquence de ces derniers est en nette baisse partout et notamment chez les visiteurs par rapport à l'année dernière.

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

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



81%

(-3)

40%

(-3)

65 ans ou + : 52%
Femmes : 48%
IDF : 48%

VISITEURS SITE
GEO



91%

(-4)

51%

(-9)

ABONNÉS GEO



92%

(-3)

50%

(-3)

■ Oui, tout le temps ■ Oui, souvent ■ Oui, parfois ■ Oui, rarement ■ Non, jamais

Les dons monétaires sont également en recul partout sauf chez les abonnés au magazine.

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

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



66%

(-1)

26%

(-3)

Agglo parisienne : 41%
18 à 24 ans : 35%

VISITEURS SITE
GEO

81%

(-4)

36%

(-5)

ABONNÉS GEO



88%

(+1)

53%

(+2)

■ Oui, tout le temps

■ Oui, souvent

■ Oui, parfois

■ Oui, rarement

■ Non, jamais

Forte hausse des signatures de pétition à vocation environnementale chez les abonnés au magazine alors qu'on observe une baisse chez les deux autres cibles.

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

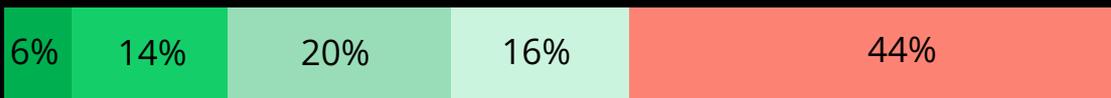
SIGNER DES PÉTITIONS PROMOUVANT LA PRÉSERVATION DU CLIMAT ET/OU DE LA BIODIVERSITÉ DE LA FAUNE ET LA FLORE ?

Base : Ensemble –Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



56%

(-1)

20%

(-4)

Moins de 25 ans : 25%

VISITEURS SITE
GEO



79%

(-5)

44%

(-5)

ABONNÉS GEO



73%

(+9)

32%

(+7)

■ Oui, tout le temps
 ■ Oui, souvent
 ■ Oui, parfois
 ■ Oui, rarement
 ■ Non, jamais

Les visiteurs du site sont toujours les plus actifs lorsqu'il s'agit de participer à des actions et/ou des événements visant à défendre le climat ou l'environnement. De plus en plus rejoints par les abonnés.

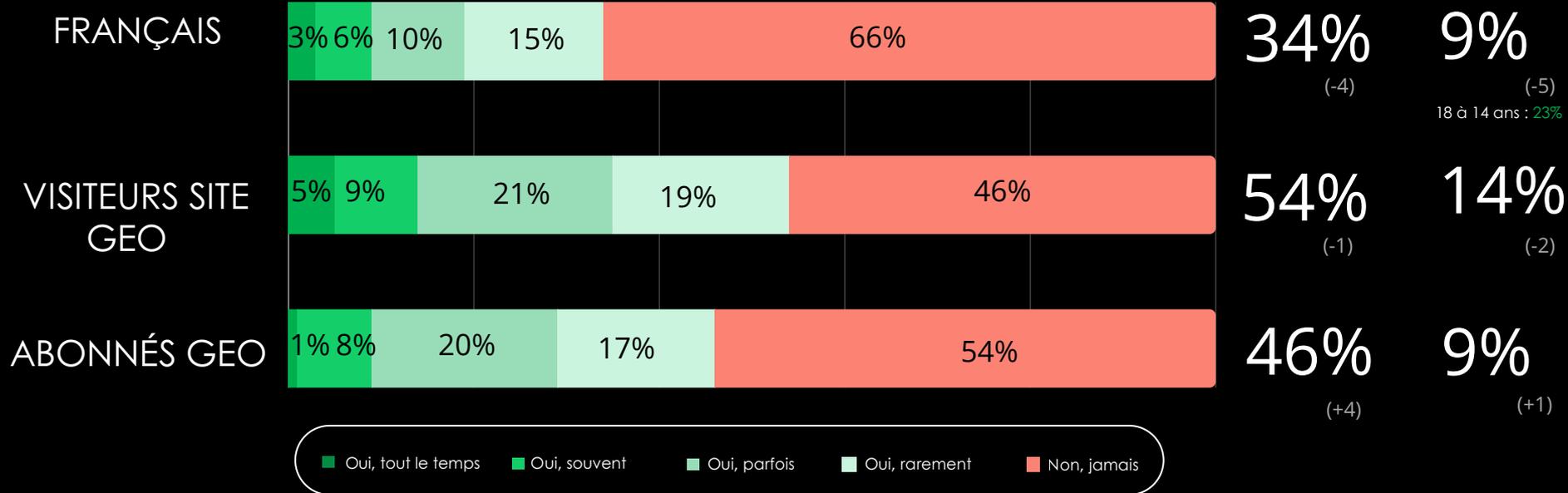
Q20. Vous arrive-t-il de ...

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

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT



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

Une participation qui s'avère même être en recul chez le grand public.

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

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

Base : Ensemble – Une seule réponse possible

ST OUI

ST TOUT LE TEMPS / SOUVENT

FRANÇAIS



25%

(-5)

8%

(-6)

18 à 24 ans : 16%

VISITEURS SITE
GEO



36%

(+1)

7%

(=)

ABONNÉS GEO



27%

(+2)

4%

(=)

Oui, tout le temps

Oui, souvent

Oui, parfois

Oui, rarement

Non, jamais

Les visiteurs et abonnés se montrent davantage engagés que le grand public avec un delta de près de 10pts.

INDICE SOCIAL ET CITOYEN

Voter aux élections

Faire des dons matériels à des associations

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

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

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

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

FRANÇAIS

39/100 (-2)

94% (+1)
84% (=)

81% (-3)
40% (-3)

66% (-1)
26% (-3)

56% (-1)
20% (-4)

34% (-4)
9% (-5)

25% (-5)
8% (-6)

VISITEURS SITE
GÉO

49/100 (-3)

96% (=)
89% (-1)

91% (-4)
51% (-9)

81% (-4)
36% (-5)

79% (-5)
44% (-5)

54% (-1)
14% (-2)

36% (+1)
7% (=)

ABONNÉS GÉO

48/100 (=)

98% (=)
95% (+1)

92% (-3)
51% (-3)

88% (+1)
53% (+2)

73% (+9)
32% (+7)

46% (+4)
9% (+1)

27% (+2)
4% (=)

■ ST OUI ■ ST OUI TOUT LE TEMPS/SOUVENT

MERCI

csa

 RESEARCH

GEO