

Résultats clés pour la France

- **Les Français se préoccupent d'environnement, surtout de pollution**
 - C'est en France que les consommateurs sont les plus nombreux à penser que le problème environnemental s'accroît.
 - 80% estiment que le plus important afin qu'une entreprise soit considérée comme 'verte' est de réduire ses polluants. Il s'agit du taux le plus élevé des pays développés. Ce qui globalise la problématique à toute l'entreprise et non seulement au produit ou à la marque.
- **La perception du coût élevé est un obstacle**
 - 78% des consommateurs français disent que le coût est le principal obstacle à l'achat de produits verts
 - La perception du coût des produits verts est la plus élevée en France (89% des consommateurs)
- **Sceptique sur les déclarations publicitaires**, la France est le premier pays dont les consommateurs disent que l'excès de publicité 'verte' est dissuasif.

En France, une triple vigilance face au comportement des entreprises :

- Processus de fabrication avec une demande de certification par éco-labels ;
- Différence de coût entre produits verts et produits classiques ;
- Transparence du discours et demande de preuves.

