

LES CONSOMMATEURS ACCUEILLEN LES NOUVELLES MARQUES ÉTHIQUES ET DURABLES

04/11/2019



Partout dans le monde, de nouvelles marques se créent sur les principes de produits sains, transparents, éco-responsables, éthiques. Car 2018 et 2019 auront été des années charnières pour une prise de conscience éthique et écologique de la part des consommateurs du monde entier, qui se déclarent prêts à changer leurs habitudes de consommation. En fait 78% des français déclarent consommer de manière responsable (jusqu'à 85% chez les personnes âgées de 50 ans et plus, déjà plus enclines à adopter des habitudes de lutte contre le gaspillage)(source étude Harris Interactive pour Cetelem 2018 (https://harris-interactive.fr/opinion_polls/theme-1-enquete-23-responsabilite-et-ethique-dans-la-consommation/)). Mais consommer éthique et durable n'est pas si simple. Seuls 12% des Français estiment consommer tout à fait de manière responsable, car identifier les produits « durables » demande une véritable implication, des recherches, et parfois un budget supplémentaire que 41% des français ne seraient pas prêt à déboursier.

Une volonté de changer les habitudes de consommation, mais de nombreux freins

La difficulté à accéder facilement aux produits éco-responsables peut aussi freiner les consommateurs dans leur volonté de changer leurs habitudes. En effet si leur secteur de l'alimentaire semble avoir fait de gros efforts pour proposer de larges gammes de produits responsables (reconnu par 78% des consommateurs), il reste encore du travail à faire dans d'autres secteurs comme les cosmétiques (46%), l'habillement (33%) ou encore l'ameublement (30%). D'après les consommateurs interrogés ce sont les secteurs les plus techniques qui ont le plus de progrès à faire pour proposer des gammes éthiques et durables, à savoir l'automobile (25%)

et les produits technologiques (22%). Les français aimeraient aussi que les enseignes de grande distribution les aident plus en proposant plus de choix de produits durables dans leurs rayons (59% des répondants), et ne font pas encore totalement confiance aux sites e-commerce pour leur proposer accès à des produits de confiance.

La facilité d'achat, un tremplin pour les marques éthiques et durables

Malgré ces freins, de nouvelles marques éthiques réussissent à trouver leur public en facilitant leur adoption par le public.

C'est le cas notamment de Joone, startup qui depuis 2017 propose des couches saine, design, made in France, ainsi qu'une gamme de cosmétiques certifiés biologiques (notre interview de la fondatrice de Joone, Carole Juge-Llewellyn : « la transition vers le mieux se fera par la douceur ») (<https://viuz.com/2019/10/06/carole-juge-llewellyn-joone-la-transition-vers-le-mieux-se-fera-par-la-douceur/>). Deux ans après son lancement, Joone vend plus de 2,5 millions de couches tous les mois, sous forme d'abonnement mensuel, une façon de rendre la consommation éthique facile d'accès pour les parents.

Autre démarche pour aller au-devant du public et créer l'envie, organiser des « ventes secrètes » dans des lieux permettant aux consommateurs de découvrir les produits en série limitée. C'est la démarche de la jeune marque de mode responsable Les récupérables (<https://lesrecuperables.com/pages/concept>), qui depuis 2016 travaille selon les principes de la revalorisation textile, s'inscrivant ainsi dans l'Économie Circulaire. La marque fait appel à des ateliers d'insertion pour créer une nouvelle mode avec les stocks existants de textiles. Une démarche qui a également séduit la marque Caroll qui confie à Les récupérables ses fins de rouleaux de tissus.

LES RÉCUPÉRABLES - review 2018 -



Le secteur du luxe, en pointe sur les enjeux d'éthique et durabilité

Lancée en mai 2018, la nouvelle marque de montres BAUME (<https://www.baumewatches.com/en-ch/home>) est rattachée à la maison Baume & Mercier du groupe horloger suisse Richemont. BAUME applique les trois principes de qualité, sobriété et éthique : pas de matières animales ni de métaux précieux, utilisation de matériaux recyclés et création d'une économie circulaire.

D'après la dernière édition de l'étude World Luxury Tracking d'Ipsos (oct. 2019) (<https://www.ipsos.com/en/world-luxury-tracking-2019>), le luxe s'affirme en fait comme une valeur refuge permettant aux acheteurs de se reconnecter à ce qui est essentiel : la qualité, la beauté et la durabilité. On comprendra que les acheteurs du luxe mettent désormais la pression sur les marques pour plus d'engagement éthiques. Les acheteurs chinois seraient ainsi de plus en plus concernés par l'éthique et l'écologie, en particulier les 18-24 ans (94% pensent qu'une marque de luxe doit s'engager sur ces plans éthiques et environnementaux). Des préoccupations qui concernent 61% des répondants en Europe (dont 65% des français).

Le boom des plateformes e-commerce spécialisées éthique/responsable

Ces plateformes offrent de nombreuses fonctionnalités supplémentaires. En savoir plus

[Autoriser les cookies](#)

Parmi les nombreuses plateformes, Dream Act (<https://dreamact.eu/fr/>), un e-shop qui réunit les produits issus du commerce responsable. Plus de 300 marques et artisans y sont référencés (<https://positiv.fr/dream-act-eshop-responsable/>), à l'issue d'un entretien avec le créateur de la marque, avec ses équipes, et une auto-évaluation d'impact validée par un comité éthique indépendant réuni chaque trimestre. Dream Act entend ainsi garantir que chaque produit proposé correspond à la fois aux critères d'impact de (composition saine, fabrication éco-responsable, prix juste) ; mais aussi à un réel besoin.

Le concept store e-commerce Klow (<https://www.klow.fr/>), lancée en 2017, est lui dédié à la mode avec près de 30 marques répertoriées. Des marques sélectionnées selon leur style et prix, mais aussi le choix des matières premières, leur impact écologique, et le respect des salariés sur l'ensemble de la chaîne de production. Leur devise : faire de la durabilité la nouvelle norme.

Enfin, preuve que le secteur du luxe est à la pointe des enjeux actuels, citons la nouvelle marketplace 1.618 Paris (<https://marketplace.1618-paris.com/>) dédiée au luxe durable, lancée à l'été 2019. Parmi une vaste sélection de produits disponibles, le site affiche aussi des photos d'animaux et paysages avec la mention « I am not for sale ».



PLANET EARTH
Gorilla
€0.00

SOLD OUT

Great apes, elephants, wild animals, are threatened with extinction and at high speed. Over the past forty years, 60% of vertebrate animals have disappeared from the Earth, according to a report by the NGO WWF.

SG

Partager sur Facebook (<http://www.facebook.com/sharer/sharer.php?u=https%3A%2F%2Fviuz.com%2F2019%2F11%2F04%2Fles-consommateurs-accueillent-les-nouvelles-marques-ethiques-et-durables%2F>)

Partager sur Twitter (<http://twitter.com/intent/tweet/?text=Les+consommateurs+accueillent+les+nouvelles+marques+%C3%A9thiques+et+durables&url=https%3A%2F%2Fviuz.com%2F2019%2F11%2F04%2Fles-consommateurs-accueillent-les-nouvelles-marques-ethiques-et-durables%2F&via=viuzfr>)

0 Comments

Sort by Oldest



Add a comment...

Facebook Comments Plugin

PLUS D'ARTICLES E-COMMERCE

• TOUS LES ARTICLES E-COMMERCE 0

CAROLE JUGE-LLEWELLYN (JOONE) : LA TRANSITION VERS LE MIEUX SE FERA PAR LA DOUCEUR ([HTTPS://VIUZ.COM/2019/10/06/CAROLE-JUGE-](https://viuz.com/2019/10/06/carole-juge-)