



Les Français et le commerce équitable

Avril 2016

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
FRANCE

Frédéric Micheau

Directeur des études d'opinion

Directeur de département

Tel: 01 78 94 90 00

Fax : 01 78 94 90 19






fmicheau@opinion-way.com

“ LA MÉTHODOLOGIE

“opinionway



La méthodologie

	<p>Echantillon de 1005 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.</p>
	<p>L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).</p>
	<p>Les interviews ont été réalisées les 13 et 14 avril 2016.</p>
	<p>OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.</p>
	<p>Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.</p>

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« **Sondage OpinionWay pour Max Havelaar** »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil des répondants

Population française âgée de 18 ans et plus

Source : INSEE, Bilan démographique 2014.



Sexe	%
Hommes	48%
Femmes	52%



Age	%
18-24 ans	11%
25-34 ans	16%
35-49 ans	27%
50-64 ans	25%
65 ans et plus	21%



Région	%
Ile-de-France	18%
Nord ouest	23%
Nord est	23%
Sud ouest	11%
Sud est	25%



Activité professionnelle	%
Agriculteurs	1%
Catégories socioprofessionnelles supérieures	27%
Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
Professions libérales / Cadres	9%
Professions intermédiaires	15%
Catégories populaires	32%
Employés	18%
Ouvriers	14%
Inactifs	40%
Retraités	27%
Autres inactifs	13%



Taille d'agglomération	%
Une commune rurale	23%
De 2000 à 19 999 habitants	17%
De 20 000 à 99 999 habitants	14%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	16%

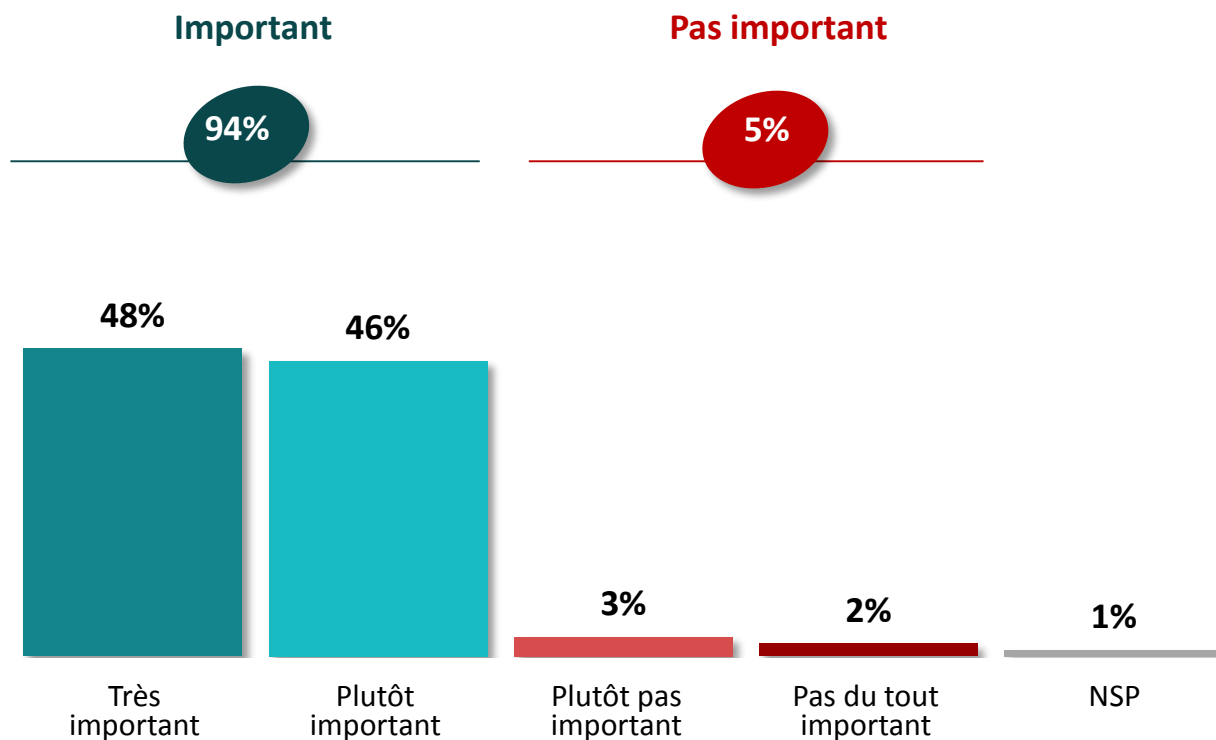


LES RESULTATS

“ L’importance de garantir un juste prix pour le producteur

Q. Selon vous, est-il important ou pas important que vos achats garantissent un juste prix pour le producteur ?

1005
personnes





L'importance de garantir un juste prix pour le producteur

Q. Selon vous, est-il important ou pas important que vos achats garantissent un juste prix pour le producteur ?

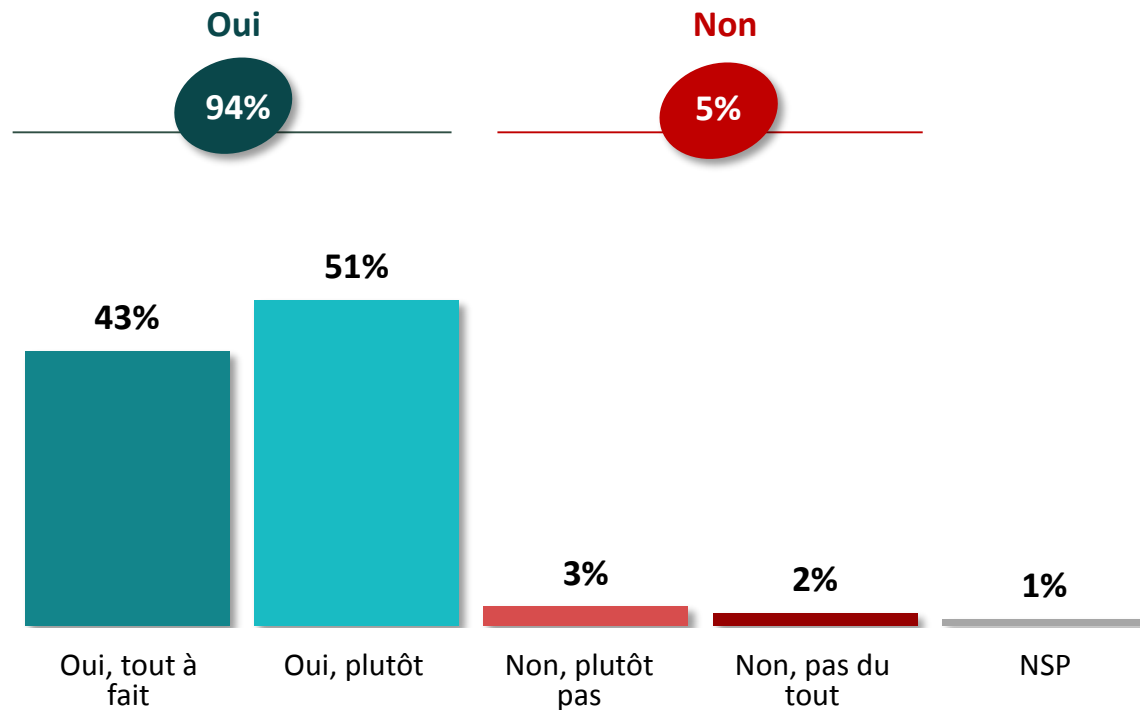


	% TOTAL	Sexe		Age					Statut			Revenus	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50- 64ans	65 ans et +	CSP+	CSP -	Inactifs	Moins de 2000 euros/mois	Plus de 2000 euros/mois
Sous-total Important	94%	95%	94%	85%	93%	96%	95%	98%	94%	92%	97%	91%	98%
...Très important	48%	48%	48%	38%	40%	49%	48%	60%	52%	40%	53%	46%	51%
...Plutôt important	46%	47%	46%	47%	53%	47%	47%	38%	42%	52%	44%	45%	47%
Sous-total Pas important	5%	5%	5%	15%	6%	3%	4%	1%	6%	7%	3%	8%	2%
...Plutôt pas important	3%	3%	4%	12%	3%	2%	2%	1%	5%	3%	3%	5%	2%
...Pas du tout important	2%	2%	1%	3%	3%	1%	2%	-	1%	4%	-	3%	-



Le souhait de voir les règles du commerce équitable s'appliquer au commerce international

Q. Les règles du commerce équitable exigent un juste prix pour les producteurs. Pensez-vous que la régulation du commerce international devrait s'inspirer de ces règles ?





Le souhait de voir les règles du commerce équitable s'appliquer au commerce international

Q. Les règles du commerce équitable exigent un juste prix pour les producteurs. Pensez-vous que la régulation du commerce international devrait s'inspirer de ces règles ?

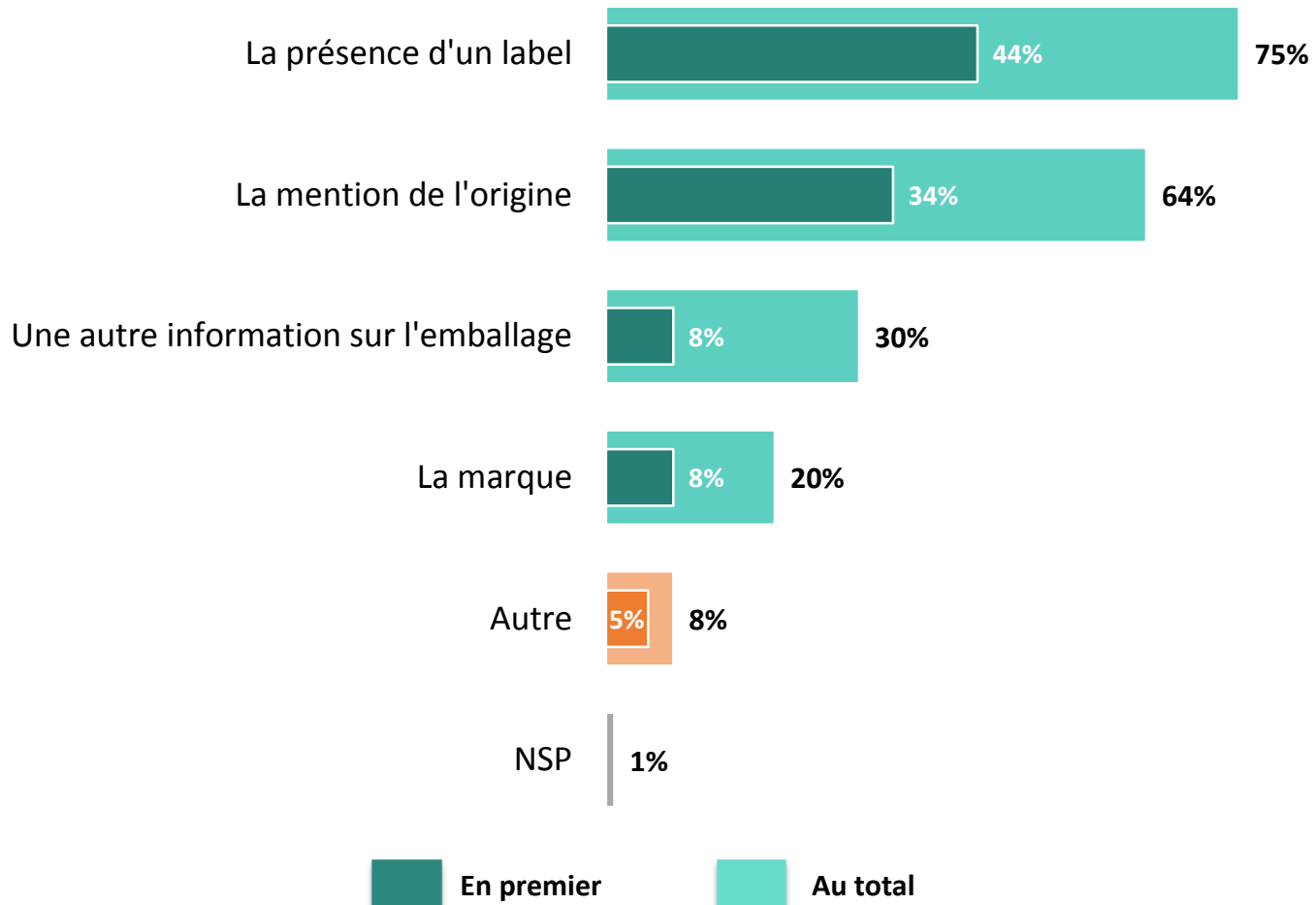


	% TOTAL	Sexe		Age					Statut			Revenus	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50- 64ans	65 ans et +	CSP+	CSP -	Inactifs	Moins de 2000 euros/mois	Plus de 2000 euros/mois
Sous-total Oui	94%	94%	94%	95%	87%	93%	95%	98%	93%	90%	97%	93%	94%
...Oui, tout à fait	43%	45%	42%	34%	41%	37%	45%	55%	48%	33%	48%	38%	47%
...Oui, plutôt	51%	49%	52%	61%	46%	56%	50%	43%	45%	57%	49%	55%	47%
Sous-total Non	5%	5%	6%	5%	12%	6%	4%	2%	6%	9%	3%	6%	5%
...Non, plutôt pas	3%	3%	4%	2%	9%	4%	2%	1%	4%	6%	2%	3%	4%
...Non, pas du tout	2%	2%	2%	3%	3%	2%	2%	1%	2%	3%	1%	3%	1%

“ Les informations pour identifier la garantie d’un juste prix pour le producteur

Q. Lors de vos achats, quelles sont les informations vous permettant d’identifier que le produit garantit un juste prix pour le producteur ? En premier? Et ensuite?

1005
personnes





Les informations pour identifier la garantie d'un juste prix pour le producteur

Q. Lors de vos achats, quelles sont les informations vous permettant d'identifier que le produit garantit un juste prix pour le producteur ? En premier? Et ensuite?

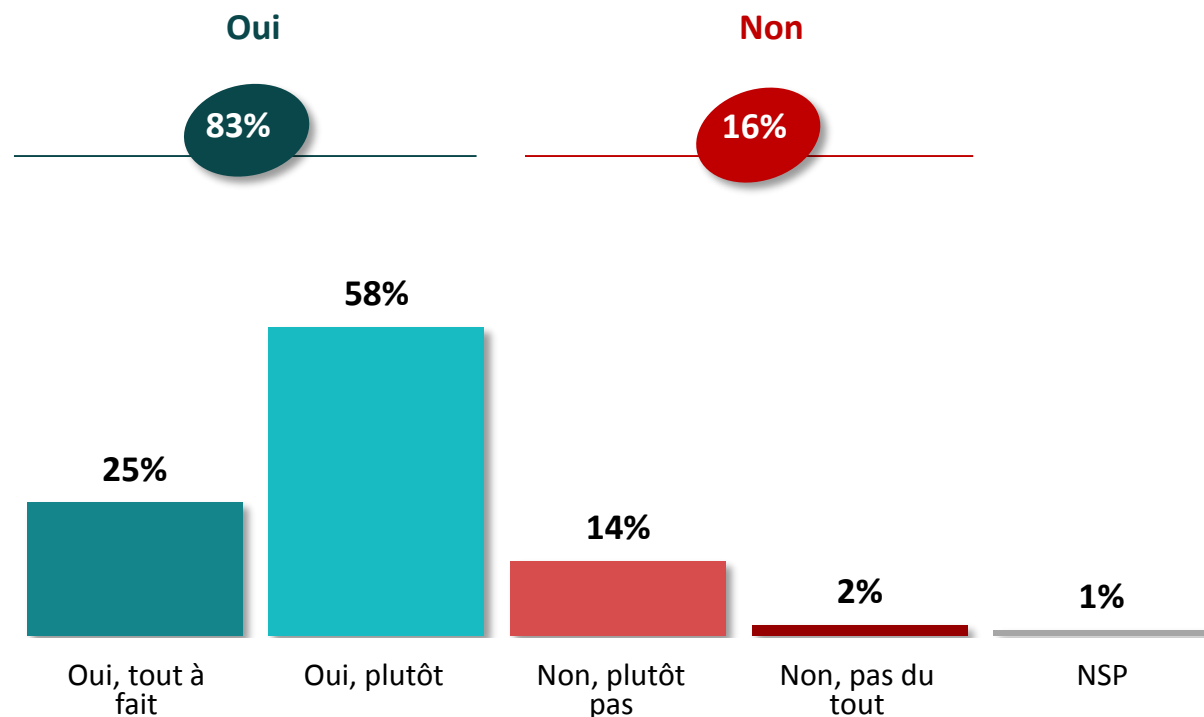


	% TOTAL	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50- 64ans	65 ans et +	CSP+	CSP -	Inactifs
La présence d'un label	75%	75%	76%	76%	81%	80%	69%	74%	79%	74%	74%
La mention de l'origine	64%	62%	66%	60%	62%	64%	64%	67%	61%	65%	65%
Une autre information sur l'emballage	30%	32%	29%	33%	22%	29%	34%	32%	33%	27%	31%
La marque	20%	20%	20%	27%	29%	18%	17%	15%	18%	24%	19%
Autre	8%	9%	7%	4%	4%	7%	12%	10%	9%	8%	8%



L'achat comme acte d'engagement

Q. Considérez-vous que vos actes d'achat soient un moyen de s'engager en faveur d'un modèle de commerce plus juste ?





L'achat comme acte d'engagement

Q. Considérez-vous que vos actes d'achat soient un moyen de s'engager en faveur d'un modèle de commerce plus juste ?



	% TOTAL	Sexe		Age					Statut			Revenus	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50- 64ans	65 ans et +	CSP+	CSP -	Inactifs	Moins de 2000 euros/mois	Plus de 2000 euros/mois
Sous-total Oui	83%	80%	85%	86%	82%	83%	81%	83%	88%	75%	84%	79%	85%
...Oui, tout à fait	25%	23%	26%	15%	29%	25%	23%	27%	33%	16%	25%	20%	29%
...Oui, plutôt	58%	57%	59%	71%	53%	58%	58%	56%	55%	59%	59%	59%	56%
Sous-total Non	16%	19%	14%	14%	17%	17%	16%	16%	12%	23%	15%	20%	14%
...Non, plutôt pas	14%	17%	12%	11%	14%	14%	13%	15%	9%	19%	14%	16%	12%
...Non, pas du tout	2%	2%	2%	3%	3%	3%	3%	1%	3%	4%	1%	4%	2%



“opinionway

15 place de la République 75003 Paris

*« Permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur,
pour mieux décider aujourd’hui, agir demain et imaginer après-demain. »*