

Marketing 1

Green Friday

Terrain du 29 au 30 octobre 2019 - L'enquête a été réalisée sur 1000 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Genre		Age					Région					CSP			Situation professionnelle				
	Homme	Femme	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	Nord-Est	Nord-Ouest	Region Parisienne	Sud-Est	Sud-Ouest	CSP +	CSP -	Inactifs	Travaille	Sans emploi	Etudiant	Retraité	Autre
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T

gVKS9. L'engagement écoresponsable d'une marque influence-t-il vos décisions d'achat ? Veuillez sélectionner une seule réponse

Base brute	1000	449	551	102	143	148	182	425	234	224	188	245	109	327	307	366	505	68	64	265	98
Base: Adultes français	1000	477	523	102	154	163	172	409	234	229	185	244	108	337	301	363	510	70	65	258	97
Oui, tout à fait	14%	13%	14%	20%	22%	11%	14%	10%	12%	13%	15%	12%	20%	18%	15%	9%	15%	16%	23%	8%	14%
Oui, plutôt	40%	41%	39%	41%	36%	43%	38%	42%	39%	43%	41%	41%	37%	42%	41%	38%	40%	30%	42%	43%	38%
Non, pas vraiment	31%	28%	34%	27%	25%	28%	35%	34%	35%	32%	29%	30%	23%	30%	28%	35%	31%	31%	24%	34%	28%
Non, pas du tout	12%	15%	9%	8%	12%	14%	10%	13%	11%	9%	12%	15%	16%	10%	14%	13%	11%	13%	6%	13%	16%
Je ne sais pas	3%	3%	3%	4%	5%	4%	3%	2%	4%	4%	3%	2%	4%	1%	3%	5%	3%	10%	5%	2%	4%
Net: Oui	54%	54%	54%	61%	58%	54%	51%	52%	50%	56%	56%	53%	57%	60%	56%	47%	55%	46%	65%	52%	52%
Net: Non	43%	43%	43%	36%	37%	42%	45%	47%	46%	41%	41%	45%	39%	39%	41%	48%	42%	44%	30%	47%	44%

Parmi les affirmations suivantes, avec laquelle/elles quelles êtes-vous d'accord ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent

Q1. Le Black Friday incite à la surconsommation

Base brute	1000	449	551	102	143	148	182	425	234	224	188	245	109	327	307	366	505	68	64	265	98
Base: Adultes français	1000	477	523	102	154	163	172	409	234	229	185	244	108	337	301	363	510	70	65	258	97
Tout à fait d'accord	42%	44%	40%	50%	44%	42%	35%	41%	39%	42%	41%	43%	44%	44%	41%	39%	40%	48%	53%	39%	42%
Plutôt d'accord	37%	37%	37%	34%	32%	34%	40%	40%	40%	33%	37%	40%	34%	37%	35%	39%	39%	27%	28%	41%	35%
Plutôt pas d'accord	9%	9%	9%	10%	12%	13%	10%	6%	10%	10%	9%	8%	9%	11%	10%	7%	10%	12%	11%	8%	5%
Pas du tout d'accord	5%	5%	5%	4%	3%	6%	8%	4%	4%	6%	4%	5%	6%	4%	7%	4%	6%	4%	6%	3%	3%
Je ne sais pas	7%	5%	9%	2%	8%	5%	7%	9%	7%	9%	8%	5%	7%	3%	7%	11%	5%	9%	2%	9%	15%
Net: D'accord	79%	80%	77%	84%	76%	76%	75%	81%	79%	75%	78%	82%	79%	81%	76%	79%	79%	75%	81%	80%	77%
Net: Pas d'accord	14%	14%	14%	14%	15%	19%	18%	10%	14%	16%	13%	13%	14%	16%	17%	11%	16%	16%	17%	11%	9%

Q2. Le Black Friday est une source de gaspillage

Base brute	1000	449	551	102	143	148	182	425	234	224	188	245	109	327	307	366	505	68	64	265	98
Base: Adultes français	1000	477	523	102	154	163	172	409	234	229	185	244	108	337	301	363	510	70	65	258	97
Tout à fait d'accord	25%	28%	22%	26%	24%	25%	18%	28%	17%	28%	27%	27%	32%	26%	25%	25%	24%	22%	30%	29%	21%
Plutôt d'accord	31%	30%	31%	30%	24%	25%	32%	35%	32%	27%	27%	34%	32%	28%	29%	34%	29%	29%	32%	35%	26%
Plutôt pas d'accord	20%	18%	21%	16%	24%	24%	20%	17%	23%	19%	17%	20%	17%	24%	18%	17%	22%	13%	15%	18%	21%
Pas du tout d'accord	12%	12%	12%	20%	17%	13%	17%	6%	11%	12%	14%	12%	11%	12%	16%	9%	14%	20%	15%	6%	9%
Je ne sais pas	13%	12%	14%	9%	12%	13%	13%	14%	17%	14%	15%	8%	9%	10%	12%	16%	11%	15%	9%	13%	22%
Net: D'accord	56%	58%	54%	55%	48%	51%	50%	63%	49%	55%	54%	60%	63%	54%	54%	59%	53%	52%	61%	64%	47%
Net: Pas d'accord	32%	31%	32%	35%	41%	36%	37%	23%	34%	31%	31%	32%	28%	36%	34%	25%	36%	33%	30%	23%	31%

Marketing 1
Green Friday

Terrain du 29 au 30 octobre 2019 - L'enquête a été réalisée sur 1000 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Statut marital			Enfants		Comptes sur réseaux sociaux							Niveau d'éducation atteint				Zone d'habitation		
	En couple	Célibataire	Autre	Avec enfant	Sans enfant	Facebook	Twitter	LinkedIn	Google+	Autre	Net: Utilisateurs	Aucun	Non-titulaire du baccalauréat	Baccalauréat ou équivalent	Etudes supérieures	Autre	Un village ou une zone rurale	Une petite ville ou une ville de taille moyenne	Une grande ville
	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM

gVKS9. L'engagement écoresponsable d'une marque influence-t-il vos décisions d'achat ? Veuillez sélectionner une seule réponse

Base brute	1000	679	301	20	297	703	770	240	229	-	549	860	120	300	266	424	10	289	444	267
Base: Adultes français	1000	681	299	20	304	696	771	245	233	-	553	861	119	294	262	434	10	290	444	266
Oui, tout à fait	14%	14%	13%	25% **	15%	13%	14%	16%	18%	-	17%	14%	13%	10%	9%	19%	-	12%	13%	15%
Oui, plutôt	40%	40%	41%	30% **	40%	40%	40%	44%	42%	-	43%	40%	42%	35%	40%	44% AG,AH	31% **	40%	41%	40%
Non, pas vraiment	31%	31%	31%	26% **	28%	32%	32%	28%	29%	-	28%	32%	27%	37%	31%	27%	19% **	33%	31%	29%
Non, pas du tout	12%	12%	11%	14% **	14%	11%	12%	10%	9%	-	10%	12%	13%	14%	15%	8%	51% **	12%	12%	13%
Je ne sais pas	3%	3%	4%	5% **	3%	3%	3%	2%	2%	-	3%	3%	5%	5%	4%	2%	-	2%	4%	3%
Net: Oui	54%	54%	54%	55% **	55%	53%	53%	60%	60%	-	60%	54%	55%	45%	49%	63% AG,AH	31% **	52%	54%	55%
Net: Non	43%	43%	42%	40% **	42%	43%	44% AD	39%	38%	-	38%	43% AD	40%	50% AG, AI	47% AI	35% **	69% **	45%	42%	41%

Parmi les affirmations suivantes, avec laquelle/esquelles êtes-vous d'accord ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent

Q1. Le Black Friday incite à la surconsommation

Base brute	1000	679	301	20	297	703	770	240	229	-	549	860	120	300	266	424	10	289	444	267
Base: Adultes français	1000	681	299	20	304	696	771	245	233	-	553	861	119	294	262	434	10	290	444	266
Tout à fait d'accord	42%	41%	42%	55% **	40%	42%	41%	45%	46%	-	43%	42%	40%	34% AG	45% AG	45% AG,AH	52% **	39%	44%	40%
Plutôt d'accord	37%	38%	34%	36% **	38%	37%	37%	34%	36%	-	37%	37%	39%	38%	36%	38%	19% **	38%	35%	39%
Plutôt pas d'accord	9%	9%	11%	5% **	12%	8%	10%	10%	8%	-	11%	10%	7%	9%	8%	10%	9% **	9%	10%	9%
Pas du tout d'accord	5%	6% V	3%	- **	6%	5%	5%	5%	5%	-	5%	5%	4%	6%	5%	4%	-	6%	4%	6%
Je ne sais pas	7%	6%	10%	4% U	4%	8%	7% AD	6%	4%	-	4% V	7% AD	10% AB,AD	13% AG,AH, AI	6%	4% V	20% **	8%	7%	6%
Net: D'accord	79%	80%	76%	91% **	78%	79%	78%	79%	83%	-	80%	78%	79%	72%	81% AG	82% AG	71% **	77%	79%	79%
Net: Pas d'accord	14%	15%	14%	5% **	17%	13%	15%	15%	13%	-	16%	15%	11%	15%	14% AG	14% AG	9% **	15%	13%	15%

Q2. Le Black Friday est une source de gaspillage

Base brute	1000	679	301	20	297	703	770	240	229	-	549	860	120	300	266	424	10	289	444	267
Base: Adultes français	1000	681	299	20	304	696	771	245	233	-	553	861	119	294	262	434	10	290	444	266
Tout à fait d'accord	25%	25%	24%	39% **	22%	26%	25%	27%	29%	-	25%	25%	27%	21%	22%	30% AG,AH	31% **	24%	25%	26%
Plutôt d'accord	31%	32%	27%	21% **	30%	31%	30%	29%	32%	-	31%	30%	32%	26%	34% AG	32% AG	12% **	30%	34%	26%
Plutôt pas d'accord	20%	19%	21%	20% **	21%	19%	20%	19%	19%	-	22%	21%	15%	23%	17%	19%	-	20%	19%	21%
Pas du tout d'accord	12%	12%	12%	5% **	15%	11%	12%	15%	11%	-	13%	12%	9%	12%	15%	10%	19% **	12%	11%	14%
Je ne sais pas	13%	11%	16%	14% U	12%	13%	13% AB,AD	10%	8% V	-	10% V	12% AB,AD	17% AB,AD	18% AG,AH, AI	12%	9% V	39% **	15%	11%	13%
Net: D'accord	56%	57%	51%	60% **	52%	57%	55%	55%	61% Z,AD,AE	-	55%	56%	59%	46% AG	57% AG	62% AG	42% **	54%	59%	52%
Net: Pas d'accord	32%	31%	32%	26% **	36% Y	30%	33%	34%	30% Z	-	35% AF	32%	24%	36% AG	32% AG	29% AG	19% **	31%	30%	34%

Marketing 1
Green Friday
 Terrain du 29 au 30 octobre 2019 - L'enquête a été réalisée sur 1000 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Genre		Age					Région					CSP			Situation professionnelle				
	Homme	Femme	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	Nord-Est	Nord-Ouest	Region Parisienne	Sud-Est	Sud-Ouest	CSP +	CSP -	Inactifs	Travaille	Sans emploi	Etudiant	Retraité	Autre
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T

Q3. Le Black Friday a un impact négatif sur l'environnement

Base brute	1000	449	551	102	143	148	182	425	234	224	188	245	109	327	307	366	505	68	64	265	98
Base: Adultes français	1000	477	523	102	154	163	172	409	234	229	185	244	108	337	301	363	510	70	65	258	97
Tout à fait d'accord	24%	29%	19%	32%	22%	25%	18%	24%	15%	26%	26%	28%	26%	26%	25%	20%	24%	21%	39%	24%	14%
		▲ B	▼	F					▼	H	H	H	H				T	*	▲ P,Q,S,T*	T	▼ *
Plutôt d'accord	27%	28%	27%	24%	24%	26%	30%	29%	27%	26%	27%	29%	27%	31%	23%	28%	27%	28%	26%	29%	28%
														N				*	*	*	*
Plutôt pas d'accord	16%	15%	17%	11%	19%	16%	15%	17%	15%	15%	16%	18%	17%	15%	17%	17%	16%	9%	9%	18%	20%
																			*	*	Q*
Pas du tout d'accord	9%	8%	10%	12%	12%	9%	13%	7%	9%	10%	11%	8%	10%	10%	11%	8%	11%	18%	11%	6%	3%
																		S.T	▲ S.T*	T*	▼ *
Je ne sais pas	23%	19%	27%	22%	23%	24%	23%	23%	34%	24%	20%	17%	19%	18%	23%	28%	22%	25%	15%	22%	35%
			A						▲ L,J,K,L			▼				M		*	*	*	▲ P,R,S*
Net: D'accord	51%	57%	46%	55%	46%	51%	48%	53%	42%	52%	52%	57%	54%	57%	48%	48%	51%	48%	65%	53%	42%
		▲ B							▼	H	H	H		N.O				*	▲ P,T*		*
Net: Pas d'accord	26%	24%	27%	23%	31%	25%	28%	24%	24%	25%	27%	26%	27%	25%	28%	24%	27%	27%	20%	24%	24%
																		*	*	*	*

Q4. Le Black Friday devrait disparaître

Base brute	1000	449	551	102	143	148	182	425	234	224	188	245	109	327	307	366	505	68	64	265	98
Base: Adultes français	1000	477	523	102	154	163	172	409	234	229	185	244	108	337	301	363	510	70	65	258	97
Tout à fait d'accord	18%	22%	15%	11%	17%	22%	13%	21%	14%	17%	20%	21%	23%	19%	19%	18%	17%	26%	15%	23%	11%
		B				C.F		C.F				H	H					T*	*	T	*
Plutôt d'accord	20%	19%	21%	16%	16%	15%	24%	23%	20%	24%	22%	17%	16%	20%	19%	22%	21%	10%	15%	24%	19%
						E		E									Q	▼ *	*	*	*
Plutôt pas d'accord	21%	20%	22%	22%	24%	23%	22%	20%	23%	20%	19%	22%	23%	22%	21%	20%	22%	16%	26%	19%	24%
																		*	*	*	*
Pas du tout d'accord	21%	20%	22%	38%	29%	24%	23%	13%	23%	19%	22%	23%	19%	25%	25%	15%	25%	25%	33%	11%	19%
				▲ E,F,G	▲ G	G		▼						O	O		S	S*	▲ S*	▼	S*
Je ne sais pas	19%	18%	19%	13%	14%	16%	18%	23%	20%	20%	17%	17%	19%	14%	17%	25%	15%	24%	11%	24%	27%
				▲ C,D				▲ C,D						▲ M,N		*	*	*	*	P.R	P.R*
Net: D'accord	38%	41%	36%	28%	33%	37%	37%	45%	34%	41%	42%	38%	39%	38%	37%	40%	38%	36%	30%	46%	30%
				▼				▲ C,D										*	*	▲ P,R,T	*
Net: Pas d'accord	43%	41%	45%	60%	53%	47%	45%	32%	46%	39%	41%	45%	42%	48%	46%	36%	47%	40%	59%	30%	43%
			▲ F,G	▲ G	G	G	▼							O	O	▼	S	*	▲ Q,S*	▼	S*

Q5. Le Black Friday peut être à l'origine de scènes de « folie »

Base brute	1000	449	551	102	143	148	182	425	234	224	188	245	109	327	307	366	505	68	64	265	98
Base: Adultes français	1000	477	523	102	154	163	172	409	234	229	185	244	108	337	301	363	510	70	65	258	97
Tout à fait d'accord	37%	36%	38%	49%	38%	42%	31%	33%	39%	38%	33%	35%	40%	35%	42%	34%	35%	39%	55%	32%	43%
				▲ F,G		F,G									O			*	▲ P,S*	*	*
Plutôt d'accord	36%	36%	37%	28%	38%	29%	38%	39%	33%	34%	40%	37%	37%	39%	34%	36%	38%	38%	25%	38%	30%
						C.E											R	*	*	R	*
Plutôt pas d'accord	11%	13%	10%	11%	11%	13%	12%	10%	13%	11%	10%	13%	6%	14%	11%	9%	13%	3%	12%	12%	8%
														O			Q	▼ *	Q*	Q	*
Pas du tout d'accord	4%	4%	5%	1%	3%	6%	6%	5%	5%	5%	5%	4%	3%	4%	5%	4%	6%	3%	2%	4%	2%
																		*	*	*	*
Je ne sais pas	12%	11%	12%	11%	8%	9%	13%	13%	10%	12%	12%	10%	14%	8%	9%	17%	9%	17%	6%	15%	17%
																▲ M,N		*	*	P	P.R*
Net: D'accord	73%	71%	74%	77%	77%	72%	69%	72%	72%	72%	73%	73%	77%	74%	75%	70%	73%	78%	80%	70%	73%
																		*	*	*	*
Net: Pas d'accord	16%	17%	14%	12%	15%	19%	18%	15%	18%	16%	14%	17%	9%	18%	16%	13%	19%	6%	14%	15%	10%
									L								Q.T	▼ *	*	Q	*

Q6. Connaissez-vous le Green Friday ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1000	449	551	102	143	148	182	425	234	224	188	245	109	327	307	366	505	68	64	265	98
Base: Adultes français	1000	477	523	102	154	163	172	409	234	229	185	244	108	337	301	363	510	70	65	258	97
Oui	10%	11%	9%	11%	17%	11%	10%	7%	8%	11%	9%	11%	14%	12%	12%	7%	12%	9%	10%	8%	8%
				▲ F,G														*	*	*	*
Non	87%	86%	88%	85%	78%	88%	89%	90%	89%	87%	89%	86%	82%	86%	86%	89%	87%	87%	87%	89%	83%
				▼		D	D	D										*	*	*	*
Je ne sais pas	3%	2%	3%	4%	4%	1%	1%	3%	3%	2%	2%	3%	4%	2%	2%	4%	1%	4%	3%	3%	9%
																		*	*	*	▲ P,S*

Marketing 1
Green Friday

Terrain du 29 au 30 octobre 2019 - L'enquête a été réalisée sur 1000 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Statut marital			Enfants		Comptes sur réseaux sociaux						Niveau d'éducation atteint				Zone d'habitation			
	En couple	Célibataire	Autre	Avec enfant	Sans enfant	Facebook	Twitter	LinkedIn	Google+	Autre	Net: Utilisateurs	Aucun	Non-titulaire du baccalauréat	Baccalauréat ou équivalent	Etudes supérieures	Autre	Un village ou une zone rurale	Une petite ville ou une ville de taille moyenne	Une grande ville
	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM

Q3. Le Black Friday a un impact négatif sur l'environnement

Base brute	1000	679	301	20	297	703	770	240	229	-	549	860	120	300	266	424	10	289	444	267
Base: Adultes français	1000	681	299	20	304	696	771	245	233	-	553	861	119	294	262	434	10	290	444	266
Tout à fait d'accord	24%	24%	23%	25%	22%	25%	24%	29%	30%	-	25%	24%	23%	17%	25%	28%	21%	21%	25%	25%
Plutôt d'accord	27%	28%	26%	14%	26%	28%	27%	27%	28%	-	26%	27%	28%	24%	28%	30%	9%	28%	27%	28%
Plutôt pas d'accord	16%	16%	17%	20%	18%	15%	15%	17%	19%	-	17%	16%	15%	20%	13%	16%	9%	17%	16%	16%
Pas du tout d'accord	9%	10%	8%	5%	10%	9%	10%	8%	8%	-	9%	10%	9%	10%	12%	7%	21%	8%	9%	12%
Je ne sais pas	23%	22%	26%	36%	24%	23%	24%	19%	16%	-	22%	23%	24%	30%	22%	19%	39%	26%	24%	20%
Net: D'accord	51%	52%	49%	39%	48%	53%	51%	56%	58%	-	52%	51%	51%	40%	53%	58%	30%	50%	51%	52%
Net: Pas d'accord	26%	26%	25%	25%	29%	24%	25%	25%	27%	-	27%	26%	25%	30%	25%	23%	30%	25%	25%	28%

Q4. Le Black Friday devrait disparaître

Base brute	1000	679	301	20	297	703	770	240	229	-	549	860	120	300	266	424	10	289	444	267
Base: Adultes français	1000	681	299	20	304	696	771	245	233	-	553	861	119	294	262	434	10	290	444	266
Tout à fait d'accord	18%	19%	17%	21%	18%	18%	21%	22%	22%	-	19%	18%	20%	17%	17%	20%	21%	15%	21%	17%
Plutôt d'accord	20%	21%	19%	9%	21%	20%	19%	17%	22%	-	18%	19%	25%	18%	18%	23%	-	18%	20%	22%
Plutôt pas d'accord	21%	21%	21%	31%	21%	21%	22%	23%	22%	-	25%	23%	14%	20%	23%	22%	-	22%	22%	20%
Pas du tout d'accord	21%	22%	21%	20%	26%	20%	22%	24%	20%	-	23%	22%	17%	19%	23%	22%	50%	25%	18%	23%
Je ne sais pas	19%	18%	21%	20%	14%	21%	19%	15%	14%	-	15%	18%	24%	26%	19%	13%	30%	20%	18%	18%
Net: D'accord	38%	39%	37%	30%	40%	38%	37%	38%	44%	-	37%	37%	45%	35%	35%	43%	21%	33%	41%	39%
Net: Pas d'accord	43%	43%	43%	51%	47%	41%	44%	47%	42%	-	48%	45%	31%	39%	46%	43%	50%	47%	40%	43%

Q5. Le Black Friday peut être à l'origine de scènes de « folie »

Base brute	1000	679	301	20	297	703	770	240	229	-	549	860	120	300	266	424	10	289	444	267
Base: Adultes français	1000	681	299	20	304	696	771	245	233	-	553	861	119	294	262	434	10	290	444	266
Tout à fait d'accord	37%	38%	34%	45%	38%	36%	37%	42%	40%	-	39%	37%	37%	28%	43%	38%	33%	36%	39%	34%
Plutôt d'accord	36%	37%	36%	26%	33%	37%	37%	33%	39%	-	37%	37%	30%	38%	30%	39%	28%	35%	34%	42%
Plutôt pas d'accord	11%	12%	9%	9%	14%	10%	11%	12%	9%	-	11%	11%	13%	11%	12%	11%	9%	13%	12%	8%
Pas du tout d'accord	4%	5%	5%	-	7%	3%	5%	4%	4%	-	5%	5%	3%	5%	4%	4%	-	5%	4%	5%
Je ne sais pas	12%	9%	17%	20%	8%	13%	11%	8%	8%	-	8%	10%	17%	19%	10%	7%	30%	11%	12%	11%
Net: D'accord	73%	74%	70%	71%	71%	74%	74%	75%	79%	-	76%	74%	67%	66%	73%	77%	61%	71%	73%	75%
Net: Pas d'accord	16%	17%	13%	9%	21%	13%	15%	17%	13%	-	16%	16%	17%	15%	17%	15%	39%	18%	16%	13%

Q6. Connaissez-vous le Green Friday ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1000	679	301	20	297	703	770	240	229	-	549	860	120	300	266	424	10	289	444	267
Base: Adultes français	1000	681	299	20	304	696	771	245	233	-	553	861	119	294	262	434	10	290	444	266
Oui	10%	11%	8%	11%	13%	9%	10%	11%	15%	-	12%	11%	8%	5%	9%	14%	-	8%	9%	14%
Non	87%	87%	88%	84%	86%	88%	88%	88%	84%	-	86%	87%	89%	90%	88%	84%	100%	88%	89%	83%
Je ne sais pas	3%	2%	4%	4%	1%	3%	2%	1%	2%	-	2%	3%	3%	4%	2%	2%	-	4%	2%	3%

Marketing 1

Green Friday

Terrain du 29 au 30 octobre 2019 - L'enquête a été réalisée sur 1000 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Genre		Age					Région					CSP			Situation professionnelle				
	Homme	Femme	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	Nord-Est	Nord-Ouest	Region Parisienne	Sud-Est	Sud-Ouest	CSP +	CSP -	Inactifs	Travaille	Sans emploi	Etudiant	Retraité	Autre
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T

Q7. Initié en 2017, le Green Friday a pour objectif de remettre en question le Black Friday et sensibiliser aux enjeux sociaux et environnementaux de la consommation de masse, d'encourager les consommateurs à adopter de nouvelles habitudes de consommation, plus responsables. Que pensez-vous de cette initiative ?
Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1000	449	551	102	143	148	182	425	234	224	188	245	109	327	307	366	505	68	64	265	98
Base: Adultes français	1000	477	523	102	154	163	172	409	234	229	185	244	108	337	301	363	510	70	65	258	97
J'y suis tout à fait favorable	32%	31%	32%	42%	34%	34%	27%	29%	29%	35%	33%	29%	35%	36%	32%	28%	32%	32%	47%	28%	31%
J'y suis plutôt favorable	40%	39%	41%	35%	43%	45%	40%	40%	41%	36%	43%	43%	40%	44%	36%	41%	42%	28%	34%	41%	41%
J'y suis plutôt défavorable	8%	10%	6%	11%	7%	5%	11%	9%	7%	9%	10%	9%	7%	8%	8%	9%	8%	13%	6%	10%	4%
J'y suis tout à fait défavorable	4%	4%	3%	2%	3%	3%	3%	5%	4%	3%	4%	5%	2%	3%	5%	3%	4%	3%	-	4%	6%
Je ne sais pas	16%	14%	17%	11%	13%	14%	20%	18%	20%	16%	10%	16%	16%	10%	20%	19%	15%	23%	12%	17%	17%
Net: Favorable	72%	71%	73%	77%	77%	79%	67%	69%	69%	71%	76%	71%	75%	80%	68%	69%	74%	61%	81%	69%	72%
Net: Défavorable	12%	15%	10%	13%	10%	8%	14%	13%	10%	13%	14%	13%	8%	11%	13%	13%	12%	16%	6%	14%	10%

Q8. Selon vous, les marques devraient-elles boycotter le Black Friday ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1000	449	551	102	143	148	182	425	234	224	188	245	109	327	307	366	505	68	64	265	98
Base: Adultes français	1000	477	523	102	154	163	172	409	234	229	185	244	108	337	301	363	510	70	65	258	97
Oui, certainement	21%	23%	19%	17%	19%	22%	20%	22%	17%	26%	21%	19%	21%	24%	19%	19%	21%	18%	17%	22%	20%
Oui, probablement	26%	24%	28%	26%	26%	27%	22%	28%	30%	24%	26%	26%	24%	25%	25%	29%	24%	24%	37%	29%	27%
Non, probablement pas	23%	23%	24%	33%	25%	22%	22%	21%	21%	24%	21%	25%	27%	24%	24%	21%	25%	20%	26%	22%	16%
Non, certainement pas	10%	13%	7%	9%	11%	9%	13%	9%	9%	9%	14%	10%	8%	14%	9%	7%	11%	14%	10%	7%	7%
Je ne sais pas	20%	17%	22%	14%	19%	20%	23%	20%	23%	17%	19%	20%	20%	13%	23%	24%	19%	24%	9%	20%	29%
Net: Oui	47%	47%	47%	43%	45%	48%	42%	50%	47%	50%	46%	46%	45%	49%	44%	48%	45%	42%	55%	51%	47%
Net: Non	33%	36%	31%	42%	37%	32%	35%	29%	30%	33%	34%	34%	35%	38%	33%	28%	36%	35%	36%	30%	23%

Q9. Les entreprises participant à l'opération Green Friday ne proposeront pas de réductions à leurs clients le jour du Black Friday et s'engagent à reverser 15% de leur chiffre d'affaires de la journée au profit de HOP (association de lutte contre l'obsolescence programmée). Selon vous, les marques devraient-elles soutenir cette initiative et rejoindre le mouvement ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1000	449	551	102	143	148	182	425	234	224	188	245	109	327	307	366	505	68	64	265	98
Base: Adultes français	1000	477	523	102	154	163	172	409	234	229	185	244	108	337	301	363	510	70	65	258	97
Oui, certainement	31%	32%	30%	34%	30%	34%	25%	31%	29%	34%	27%	31%	34%	33%	30%	29%	30%	24%	36%	31%	34%
Oui, probablement	36%	33%	38%	41%	37%	36%	40%	33%	37%	36%	37%	36%	33%	40%	35%	33%	38%	41%	39%	33%	29%
Non, probablement pas	10%	11%	9%	13%	13%	8%	10%	9%	11%	8%	15%	9%	9%	13%	9%	8%	11%	7%	9%	9%	9%
Non, certainement pas	6%	6%	5%	3%	3%	3%	8%	7%	6%	4%	6%	6%	6%	5%	5%	6%	5%	8%	3%	7%	4%
Je ne sais pas	18%	17%	18%	9%	16%	19%	17%	20%	17%	19%	16%	18%	18%	10%	20%	23%	16%	20%	13%	20%	24%
Net: Oui	67%	66%	68%	75%	67%	70%	65%	64%	66%	70%	64%	67%	67%	73%	65%	63%	68%	65%	75%	64%	63%
Net: Non	16%	17%	14%	16%	17%	11%	18%	16%	17%	11%	20%	15%	15%	18%	15%	14%	16%	16%	12%	16%	13%

**Marketing 1
Green Friday**

Terrain du 29 au 30 octobre 2019 - L'enquête a été réalisée sur 1000 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Statut marital			Enfants		Comptes sur réseaux sociaux							Niveau d'éducation atteint				Zone d'habitation		
	En couple	Célibataire	Autre	Avec enfant	Sans enfant	Facebook	Twitter	LinkedIn	Google+	Autre	Net: Utilisateurs	Aucun	Non-titulaire du baccalauréat	Baccalauréat ou équivalent	Etudes supérieures	Autre	Un village ou une zone rurale	Une petite ville ou une ville de taille moyenne	Une grande ville
	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM

Q7. Initié en 2017, le Green Friday a pour objectif de remettre en question le Black Friday et sensibiliser aux enjeux sociaux et environnementaux de la consommation de masse, d'encourager les consommateurs à adopter de nouvelles habitudes de consommation, plus responsables. Que pensez-vous de cette initiative ?
Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1000	679	301	20	297	703	770	240	229	-	549	860	120	300	266	424	10	289	444	267
Base: Adultes français	1000	681	299	20	304	696	771	245	233	-	553	861	119	294	262	434	10	290	444	266
J'y suis tout à fait favorable	32%	32%	32%	35%	29%	33%	32%	34%	33%	-	34%	31%	31%	21%	32%	39%	31%	30%	33%	31%
J'y suis plutôt favorable	40%	42%	38%	36%	47%	38%	42%	41%	46%	-	41%	42%	33%	37%	42%	42%	19%	39%	40%	43%
J'y suis plutôt défavorable	8%	7%	11%	15%	5%	10%	7%	10%	8%	-	8%	8%	13%	9%	8%	8%	10%	8%	8%	9%
J'y suis tout à fait défavorable	4%	4%	3%	5%	3%	3%	3%	3%	3%	-	4%	3%	5%	7%	3%	2%	-	4%	3%	4%
Je ne sais pas	16%	16%	16%	9%	14%	17%	16%	13%	10%	-	13%	16%	18%	26%	16%	9%	41%	19%	16%	12%
Net: Favorable	72%	73%	70%	72%	76%	71%	74%	75%	79%	-	75%	73%	64%	58%	74%	81%	50%	69%	73%	74%
Net: Défavorable	12%	11%	14%	20%	10%	13%	10%	12%	11%	-	11%	11%	18%	16%	10%	10%	10%	12%	11%	14%

Q8. Selon vous, les marques devraient-elles boycotter le Black Friday ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1000	679	301	20	297	703	770	240	229	-	549	860	120	300	266	424	10	289	444	267
Base: Adultes français	1000	681	299	20	304	696	771	245	233	-	553	861	119	294	262	434	10	290	444	266
Oui, certainement	21%	21%	19%	25%	20%	21%	20%	23%	25%	-	20%	20%	27%	16%	20%	24%	19%	18%	23%	20%
Oui, probablement	26%	28%	24%	15%	27%	26%	27%	25%	27%	-	27%	27%	23%	23%	28%	28%	-	29%	25%	25%
Non, probablement pas	23%	22%	25%	31%	25%	22%	24%	24%	26%	-	26%	25%	15%	23%	23%	23%	12%	23%	22%	25%
Non, certainement pas	10%	10%	10%	10%	11%	10%	11%	10%	10%	-	9%	10%	11%	9%	11%	10%	9%	10%	9%	12%
Je ne sais pas	20%	19%	23%	19%	18%	21%	20%	17%	12%	-	17%	19%	23%	30%	17%	14%	60%	21%	21%	18%
Net: Oui	47%	49%	43%	40%	46%	47%	47%	48%	52%	-	47%	47%	50%	38%	48%	53%	19%	47%	49%	45%
Net: Non	33%	32%	34%	41%	36%	32%	33%	35%	36%	-	36%	34%	26%	32%	35%	33%	21%	33%	31%	37%

Q9. Les entreprises participant à l'opération Green Friday ne proposeront pas de réductions à leurs clients le jour du Black Friday et s'engagent à reverser 15% de leur chiffre d'affaires de la journée au profit de HOP (association de lutte contre l'obsolescence programmée). Selon vous, les marques devraient-elles soutenir cette initiative et rejoindre le mouvement ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1000	679	301	20	297	703	770	240	229	-	549	860	120	300	266	424	10	289	444	267
Base: Adultes français	1000	681	299	20	304	696	771	245	233	-	553	861	119	294	262	434	10	290	444	266
Oui, certainement	31%	32%	28%	20%	31%	31%	31%	33%	34%	-	30%	30%	32%	23%	27%	39%	10%	32%	31%	29%
Oui, probablement	36%	35%	38%	50%	38%	35%	37%	36%	36%	-	39%	37%	31%	34%	40%	35%	28%	34%	37%	37%
Non, probablement pas	10%	10%	11%	5%	9%	11%	10%	12%	14%	-	11%	10%	8%	9%	9%	12%	12%	10%	10%	11%
Non, certainement pas	6%	6%	6%	-	4%	6%	5%	5%	5%	-	5%	5%	8%	7%	7%	4%	-	4%	6%	6%
Je ne sais pas	18%	18%	16%	25%	19%	17%	17%	14%	11%	-	15%	17%	21%	17%	11%	11%	50%	20%	16%	18%
Net: Oui	67%	67%	67%	70%	69%	66%	68%	69%	70%	-	70%	67%	63%	58%	65%	73%	38%	66%	68%	65%
Net: Non	16%	15%	17%	5%	12%	17%	15%	17%	19%	-	16%	16%	16%	15%	16%	16%	12%	14%	16%	17%

Marketing 1

Green Friday

Terrain du 29 au 30 octobre 2019 - L'enquête a été réalisée sur 1000 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Genre		Age					Région					CSP			Situation professionnelle				
	Homme	Femme	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	Nord-Est	Nord-Ouest	Region Parisienne	Sud-Est	Sud-Ouest	CSP +	CSP -	Inactifs	Travaille	Sans emploi	Etudiant	Retraité	Autre
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T

Q10. Avez-vous l'intention de soutenir / participer au Green Friday ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Base brute	1000	449	551	102	143	148	182	425	234	224	188	245	109	327	307	366	505	68	64	265	98
Base: Adultes français	1000	477	523	102	154	163	172	409	234	229	185	244	108	337	301	363	510	70	65	258	97
Oui, je souhaite soutenir le mouvement en ne participant pas au Black Friday	23%	22%	23%	19%	22%	24%	18%	25%	19%	24%	22%	23%	27%	24%	20%	24%	21%	18%	23%	26%	23%
Oui, je souhaite participer au mouvement en commandant sur l'un des sites partenaires du Green Friday	15%	17%	13%	28%	19%	16%	19%	8%	14%	16%	22%	14%	9%	21%	14%	10%	17%	12%	25%	9%	14%
Oui, je souhaite participer à un/des atelier(s) de sensibilisation (réparation et entretien pour apprendre à ne pas gaspiller, atelier couture, etc)	13%	13%	13%	16%	14%	18%	10%	11%	13%	13%	14%	10%	17%	17%	12%	10%	14%	18%	17%	10%	8%
Non, je ne souhaite pas soutenir le Green Friday	27%	31%	24%	21%	22%	22%	31%	32%	25%	27%	26%	29%	32%	24%	25%	32%	26%	29%	17%	32%	27%
Je ne sais pas	28%	24%	32%	27%	27%	30%	30%	28%	35%	25%	27%	30%	21%	22%	35%	29%	28%	34%	26%	27%	33%
Net: Oui	45%	46%	43%	53%	51%	49%	41%	40%	41%	48%	47%	42%	46%	54%	40%	40%	46%	39%	58%	41%	41%

Q11. Le fait qu'une marque que vous appréciez participe au Black Friday a-t-il un impact sur votre décision d'achat de la marque ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1000	449	551	102	143	148	182	425	234	224	188	245	109	327	307	366	505	68	64	265	98
Base: Adultes français	1000	477	523	102	154	163	172	409	234	229	185	244	108	337	301	363	510	70	65	258	97
Cela impacte positivement ma décision d'achat	16%	17%	15%	28%	18%	15%	16%	12%	15%	18%	17%	14%	15%	18%	19%	11%	18%	20%	22%	11%	12%
Cela impacte négativement ma décision d'achat	15%	18%	13%	11%	19%	13%	15%	16%	14%	17%	18%	12%	18%	17%	13%	16%	15%	12%	15%	17%	12%
Cela n'a aucune incidence sur ma décision d'achat	57%	55%	58%	46%	50%	55%	60%	60%	56%	54%	56%	61%	54%	54%	54%	60%	57%	55%	50%	60%	52%
Je ne sais pas	12%	10%	14%	14%	13%	17%	8%	11%	15%	11%	9%	13%	13%	11%	13%	13%	10%	13%	13%	12%	24%

Contenu cellule (Pourcentage de colonne, Résultats test statistique), Statistiques (Proportions de colonne, (95%): A/B, C/D/E/F/G, H/I/J/K/L, M/N/O, P/Q/R/S/T, U/V/W, X/Y, Z/AA/AB/AC/AD/AE/AF, AG/AH/AI/AJ, AK/AL/AM, Base minimum: 30 (*), Petite base: 100 (**))

▲ indique que le résultat est significativement supérieur au résultat de la colonne Total

▼ indique que le résultat est significativement inférieur au résultat de la colonne Total

Marketing 1
Green Friday

Terrain du 29 au 30 octobre 2019 - L'enquête a été réalisée sur 1000 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Statut marital			Enfants		Comptes sur réseaux sociaux							Niveau d'éducation atteint				Zone d'habitation		
	En couple	Célibataire	Autre	Avec enfant	Sans enfant	Facebook	Twitter	LinkedIn	Google+	Autre	Net: Utilisateurs	Aucun	Non-titulaire du baccalauréat	Baccalauréat ou équivalent	Etudes supérieures	Autre	Un village ou une zone rurale	Une petite ville ou une ville de taille moyenne	Une grande ville
	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM

Q10. Avez-vous l'intention de soutenir / participer au Green Friday ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Base brute	1000	679	301	20	297	703	770	240	229	-	549	860	120	300	266	424	10	289	444	267
Base: Adultes français	1000	681	299	20	304	696	771	245	233	-	553	861	119	294	262	434	10	290	444	266
Oui, je souhaite soutenir le mouvement en ne participant pas au Black Friday	23%	23%	22%	20%	18%	24%	22%	22%	23%	-	22%	22%	25%	14%	21%	29%	10%	22%	24%	21%
Oui, je souhaite participer au mouvement en commandant sur l'un des sites partenaires du Green Friday	15%	16%	14%	11%	20%	13%	15%	20%	23%	-	17%	15%	12%	8%	12%	22%	21%	10%	17%	18%
Oui, je souhaite participer à un/des atelier(s) de sensibilisation (réparation et entretien pour apprendre à ne pas gaspiller, atelier couture, etc)	13%	14%	11%	15%	14%	13%	13%	15%	19%	-	15%	14%	8%	11%	10%	16%	10%	11%	12%	17%
Non, je ne souhaite pas soutenir le Green Friday	27%	26%	30%	19%	23%	30%	27%	30%	23%	-	26%	27%	30%	36%	29%	21%	22%	29%	27%	27%
Je ne sais pas	28%	28%	29%	35%	32%	27%	30%	24%	24%	-	28%	29%	28%	34%	31%	22%	57%	30%	29%	26%
Net: Oui	45%	46%	41%	46%	46%	44%	44%	48%	53%	-	47%	45%	42%	30%	40%	58%	21%	41%	45%	48%

Q11. Le fait qu'une marque que vous appréciez participe au Black Friday a-t-il un impact sur votre décision d'achat de la marque ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1000	679	301	20	297	703	770	240	229	-	549	860	120	300	266	424	10	289	444	267
Base: Adultes français	1000	681	299	20	304	696	771	245	233	-	553	861	119	294	262	434	10	290	444	266
Cela impacte positivement ma décision d'achat	16%	17%	14%	10%	16%	16%	16%	19%	20%	-	19%	16%	12%	12%	15%	19%	29%	16%	14%	19%
Cela impacte négativement ma décision d'achat	15%	17%	13%	10%	16%	15%	14%	17%	18%	-	16%	15%	21%	12%	11%	21%	-	13%	17%	16%
Cela n'a aucune incidence sur ma décision d'achat	57%	55%	59%	67%	56%	57%	58%	55%	52%	-	57%	58%	52%	60%	61%	51%	41%	58%	58%	53%
Je ne sais pas	12%	11%	14%	13%	12%	12%	12%	9%	11%	-	9%	12%	15%	16%	13%	9%	30%	14%	12%	12%

Contenu cellule ()
▲ indique que k
▼ indique que k