

Une étude

toluna   **harris
interactive**

pour



Comportements d'achat, Black Friday et Green Friday

Novembre 2022

Magalie Gérard, Directrice adjointe du Département Politique – Opinion

Sylvain Reich, Chef de groupe au Département Politique – Opinion

Hadrien Gouttefangeas, Chargé d'études au Département Politique – Opinion





Principaux enseignements

Principaux enseignements (1/2)

▪ Outre la qualité et le prix, l'écoresponsabilité des produits au cœur des attentes des Français

- En matière de consommation, deux dimensions se détachent particulièrement pour les Français. On retrouve en premier lieu **la qualité des produits, 94% d'entre eux estimant qu'elle est importante lors de leurs achats et 59% la déclarant même « très importante »**. **Le prix est également un élément primordial pour les Français**, 92% soulignant son importance. Lorsqu'on les interroge sur leurs habitudes de consommation, les aspects qui ressortent le plus y sont d'ailleurs fortement liés : 87% déclarent aimer profiter des soldes et des promotions et 86% comparer les prix entre eux.
- Mais malgré la prévalence de ces deux dimensions, **les pratiques de consommation éco-responsable font également partie des attentes des Français**, qui semblent tenter de trouver un équilibre entre les différents critères jouant sur leur façon de consommer. Ainsi, **83% déclarent se demander s'ils ont réellement besoin d'un produit avant de l'acheter** et une majorité d'entre eux rapporte essayer de se tourner le plus possible **vers des produits locaux (73%)** ou acheter de manière régulière **des produits issus de marques éthiques et éco-responsables (59%)**. L'écoresponsabilité est également présente au sein de leurs principaux critères d'achats, **notamment lorsqu'ils allient leur dimension éco-responsable et des aspects en lien avec la santé**, à l'image de la transparence sur la composition (importante pour 85% des Français), de la saisonnalité des produits alimentaires (importante pour 83%) ou le choix des matières premières (important pour 81%).

▪ Des Français ouverts aux pratiques d'économie circulaire mais peu sensibles aux labels « éthiques »

- **Les Français témoignent d'une certaine ouverture à l'idée de réaliser des achats d'occasion**, notamment **de vêtements composés de matières recyclées** (68% pourraient envisager un achat dans les prochains mois) **ou de pièces d'occasion pour réparer leur véhicule** (62% pourraient l'envisager). Si l'on prend en compte l'ensemble des catégories de produits proposées, **88% des Français pourraient envisager de faire un de ces types d'achat** et 48% semblent même certains de le faire dans un futur proche.
- On retrouve **pour les produits de seconde main la même prédominance de la qualité et du prix** en tant que critères prioritaires dans le choix des consommateurs. Entre 70% et 85% des Français estiment qu'ils sont tous deux l'un des deux critères les plus importants au moment de réaliser un achat, et ce pour l'ensemble des catégories de produits d'occasion testés. **La labellisation du produit**, comme les services associés, arrive loin derrière pour les Français.

Principaux enseignements (2/2)

- **Le Black Friday et le Green Friday, entre ambivalences et complémentarité**
- **Le Black Friday constitue un événement connu par la quasi-totalité de la population** (97% déclarent en avoir déjà entendu parler et 86% voient même précisément ce dont il s'agit) et auquel **près des deux tiers ont déjà participé (63%)**. Néanmoins, les Français qui en ont connaissance en ont **une image ambivalente**. Si **71% d'entre eux portent un regard positif** sur l'événement et soulignent que c'est notamment une occasion d'anticiper les achats de Noël (80%) ou de se procurer des produits habituellement plus difficile d'accès (71%), **ils ne manquent cependant pas d'en pointer les aspects plus négatifs**. Ainsi, 3/4 des Français estiment que le Black Friday ne permet pas toujours de faire des bonnes affaires et 70% l'associent à de l'excès et de la surconsommation.
- **Le Green Friday bénéficie lui d'une notoriété nettement plus** faible (35% de la population déclarent en avoir déjà entendu parler et seulement 17% voient précisément ce dont il s'agit), même si **sa connaissance est en hausse par rapport à 2019 (+6 points)**. Par ailleurs, **16% des Français déclarent avoir déjà assisté ou participé à un événement organisé dans le cadre du Green Friday**. Il **bénéficie cependant d'une image plus positive** auprès de ceux en ayant entendu parler que le Black Friday (83% de bonne image), **même si la perception qu'en ont les Français est également nuancée**. S'ils s'estiment majoritairement d'accord avec le fait que c'est un moyen de repenser sa consommation (68%), d'encourager les comportements éco-responsables (66%) et que c'est un mouvement utile (62%), **ils expriment par ailleurs des doutes quant à sa nature**. En effet, environ 7 Français sur 10 pensent que c'est avant tout une démarche marketing qui tire profit de l'argument éco-responsable (72%) et que ce n'est qu'un effet de mode (70%).
- Mais plus que réellement s'opposer, **les deux événements semblent être relativement complémentaires pour les Français**. En effet, si 55% des Français déclarent avoir l'intention de participer au Black Friday cette année et 35% au Green Friday, **un certain nombre d'entre eux déclarent avoir l'intention de participer aux deux (27%)**. Notons sur ce point que les « intentionnistes exclusifs » du Green Friday sont peu nombreux, 8%. Cette complémentarité apparente est notamment particulièrement notable chez les plus jeunes ou les habitants de région parisienne. **Cela illustre pleinement bien la teneur des arbitrages auxquels les Français sont soumis en termes de consommation et leur tentative de concilier à la fois la recherche de prix attractifs et de produits éco-responsables.**

Sommaire

Méthodologie d'enquête	P.6
Outre la qualité et le prix, l'écoresponsabilité des produits au cœur des attentes des Français	P.8
Des Français ouverts aux pratiques d'économie circulaire mais peu sensibles aux labels « éthiques »	P.11
Le Black Friday, une image ambivalente	P.17
Le Green Friday : une notoriété en hausse et une image positive malgré une certaine méfiance	P.26
Annexes : Comparaison Black Friday / Green Friday	P.34

Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **8 au 10 novembre 2022**



Échantillon de **1 608** personnes représentatif des Français âgés de 15 ans et plus



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, taille d'agglomération et région de l'interviewé(e).**



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne
- Les rappels présentés dans le rapport sont issus de l'enquête « Les Français et la consommation, du Black Friday au Green Friday » réalisée en ligne par Ipsos du 31 octobre au 6 novembre 2019, auprès d'un échantillon de 1000 personnes représentatif de la population française âgée de 18 à 65 ans.

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

Note de lecture : dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,8. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,2% et 11,8% (plus ou moins 1,8 points).

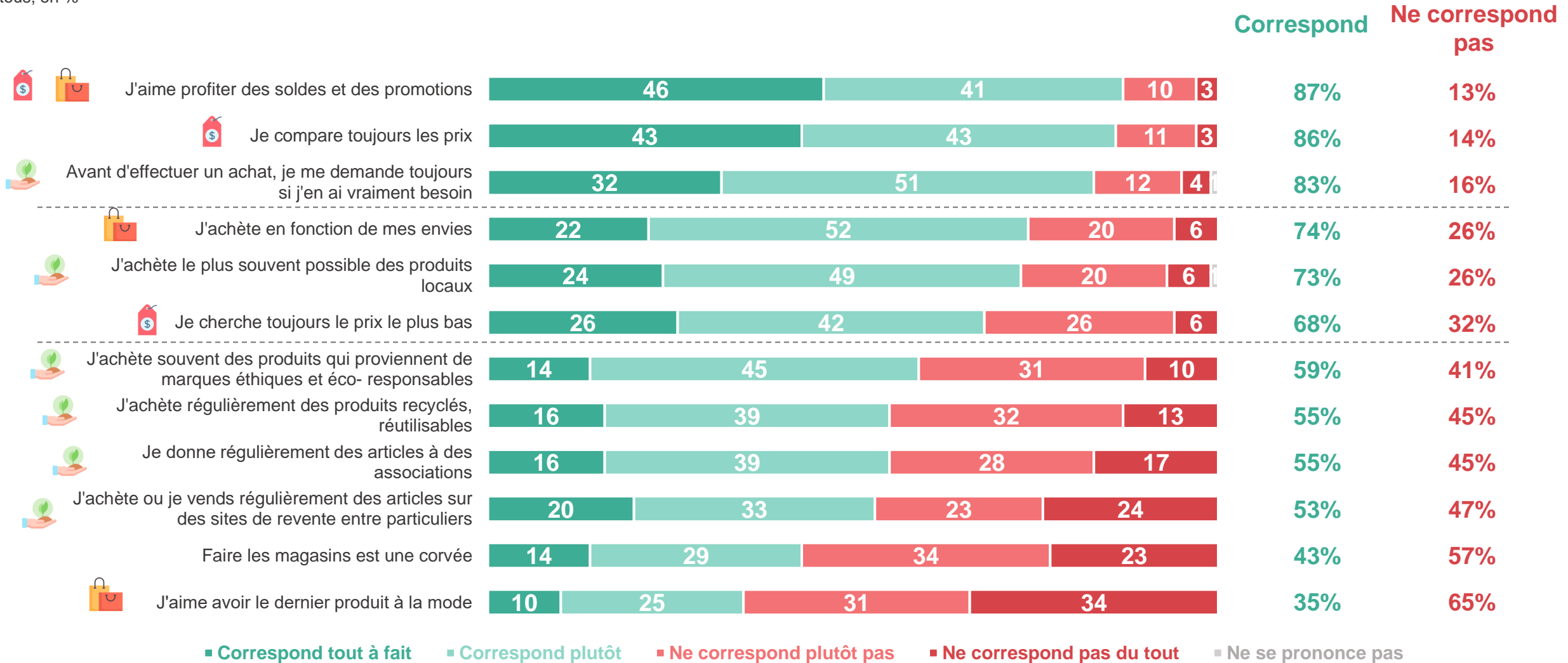


Outre la qualité et le prix, l'écoresponsabilité des produits au cœur des attentes des Français

Si le prix reste un élément déterminant dans les habitudes de consommation des Français, il est loin d'être le seul. Nombreux sont ceux qui rapportent également des pratiques éco-responsables (choix de produits locaux, de marques responsables, de produits recyclés)

Chacune des affirmations suivantes correspond-elle ou non à votre façon de consommer, que ce soit en magasin ou en ligne ?

- A tous, en % -



60% des Français déclarent qu'au moins une des affirmations liées à une consommation éco-responsable correspond tout à fait à leur façon de consommer

Chacune des affirmations suivantes correspond-elle ou non à votre façon de consommer, que ce soit en magasin ou en ligne ?

- A tous, en % -



62% estiment qu'au moins une des affirmations **liées aux prix** correspond tout à fait à leur façon de consommer

66% des Femmes

68% des personnes appartenant à un foyer avec des revenus nets mensuels de moins de 2000 euros

69% des moins de 35 ans



60% estiment qu'au moins une des affirmations **liées à une consommation éco-responsable** correspond tout à fait à leur façon de consommer

63% des Femmes



54% estiment qu'au moins une des affirmations **liées directement à la consommation** correspond tout à fait à leur façon de consommer

73% des 15-24 ans

58% des parents

Dans l'ensemble, tous les critères évoqués paraissent importants pour les Français, à des degrés divers. En dehors de la qualité et du prix des produits, qui constituent leurs premiers critères d'achat, les Français prêtent également attention à la traçabilité, la saisonnalité ou encore l'origine locale du produit pour près de 80% d'entre eux

Dans quelle mesure chacun de ces critères est-il important pour vous lorsque vous achetez des produits ?

- A tous, en % -



67% estiment **qu'au moins un critère éco-responsable** est **très important** lorsqu'ils achètent des produits, dont **73%** des 65 ans et plus et **71%** des CSP+

Important **Pas important**

La qualité **59** **35** **4** **2**

94% **6%**

Le prix, les promotions **54** **38** **6** **2**

92% **8%**

La diversité, le choix **33** **55** **9** **2**

88% **11%**



La transparence sur la composition **41** **44** **12** **3**

85% **15%**



La saisonnalité (pour l'alimentaire) **41** **42** **12** **4**

83% **16%**

La proximité du magasin **34** **49** **13** **4**

83% **17%**



Le choix des matières premières du produit **30** **51** **14** **4**

81% **18%**



L'origine locale du produit **33** **45** **17** **4**

78% **21%**



Le fait qu'il s'agisse d'une marque locale/française **31** **46** **17** **6**

77% **23%**



La responsabilité sociétale et environnementale de la marque **20** **48** **23** **8**

68% **31%**

La marque du produit **20** **44** **27** **8**

64% **35%**



Une certification "éthique" du produit **18** **46** **27** **9**

64% **36%**



La possibilité d'acheter en vrac/sans emballage **18** **38** **31** **13**

56% **44%**



Une labellisation "bio" du produit **17** **39** **28** **15**

56% **43%**

Le packaging du produit **14** **37** **35** **14**

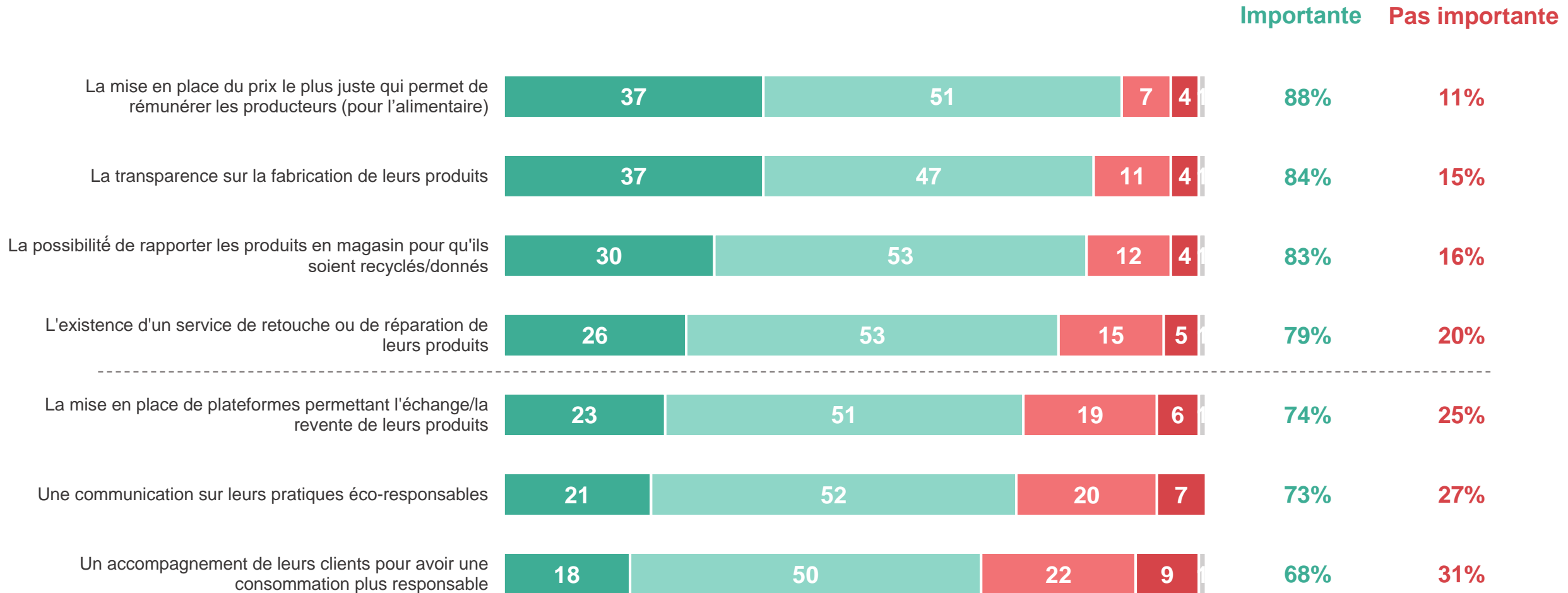
51% **49%**

■ Très important ■ Assez important ■ Peu important ■ Pas important du tout ■ Ne se prononce pas

Les Français attachent de l'importance à l'ensemble des initiatives éco-responsables évoquées, même quand celles-ci peuvent retentir sur les prix de vente : ainsi, la juste rémunération des producteurs apparaît comme le premier point d'attention des consommateurs en la matière

Chacune des pratiques suivantes que peuvent avoir les marques est-elle importante ou pas importante pour vous ?

- A tous, en % -





**Des Français ouverts aux pratiques d'économie
circulaire mais peu sensibles aux labels
« éthiques »**

Nombreux sont les Français qui envisagent d'acheter des produits de seconde main, en premier lieu des vêtements composés de matières recyclées et des pièces d'occasion pour réparer leur véhicule

Dans les prochains mois, envisagez-vous... ?

- A tous, en % -



80% des Français envisagent au moins un achat de **vêtements déjà portés / composés de matières recyclées, dont 36% de manière certaine**

88% des Français envisagent au moins l'un de ces types d'achat, dont 48% de manière certaine

Oui

Non



D'acheter des vêtements composés de matières recyclées

19

49

21

11

68%

32%

De faire réparer votre véhicule avec des pièces d'occasion

24

38

21

17

62%

38%

D'acheter des produits (hors vêtements) déjà utilisés et proposés par des particuliers (ex. : Le Bon Coin, etc.)

19

40

23

18

59%

41%

D'acheter des produits technologiques déjà utilisés et reconditionnés (smartphones, ordinateurs, hi-fi)

18

37

25

20

55%

45%

D'acheter des produits électroménagers déjà utilisés et reconditionnés

16

36

28

20

52%

48%



D'acheter des vêtements déjà portés proposés par des particuliers (ex : Vinted, Le Bon Coin, etc.)

20

31

25

24

51%

49%



D'acheter des vêtements déjà portés proposés par les marques elles-mêmes

15

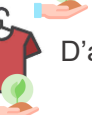
34

27

24

49%

51%



D'acheter des vêtements déjà portés vendus en friperie ou brocante

17

31

26

26

48%

52%

■ Oui, tout à fait

■ Oui, plutôt

■ Non, plutôt pas

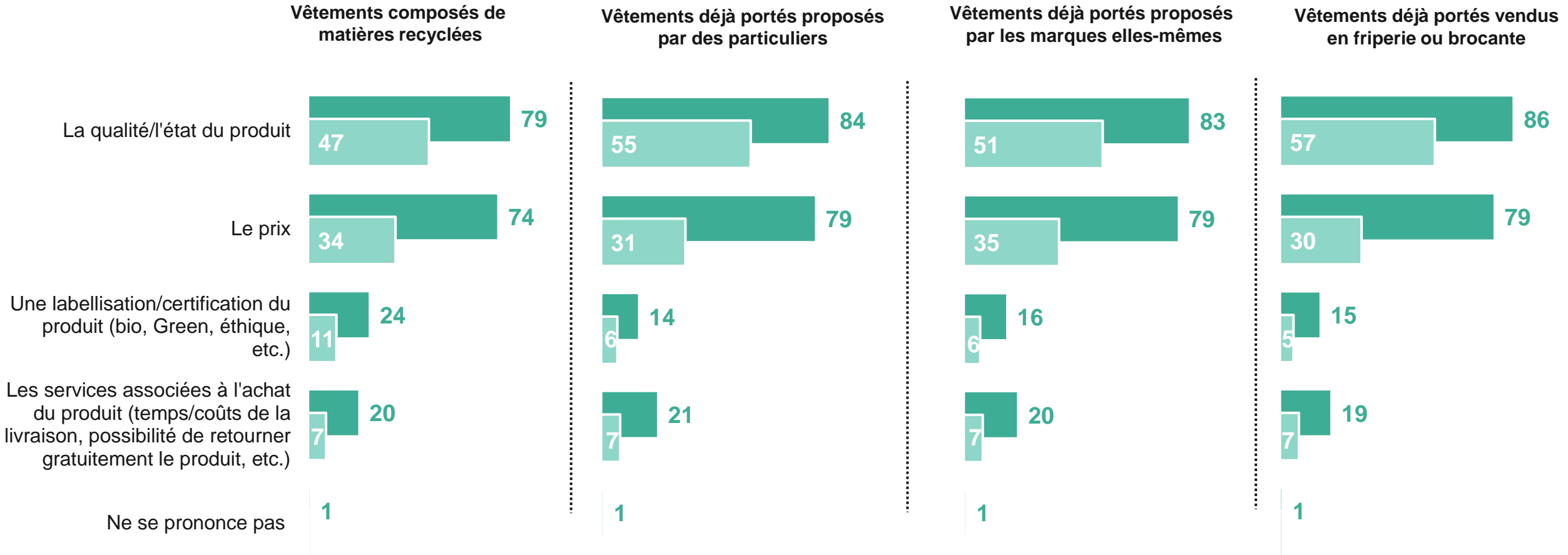
■ Non pas du tout

■ Ne se prononce pas

Pour l'ensemble des catégories de vêtements, la qualité du produit est considérée comme le critère le plus important au moment d'effectuer son achat, juste devant le prix. La labellisation du produit apparaît quant à elle comme secondaire

Pour chacune des catégories de produit suivantes, quels sont les critères qui vous paraissent les plus importants pour réaliser votre achat ?

- A tous, en % -

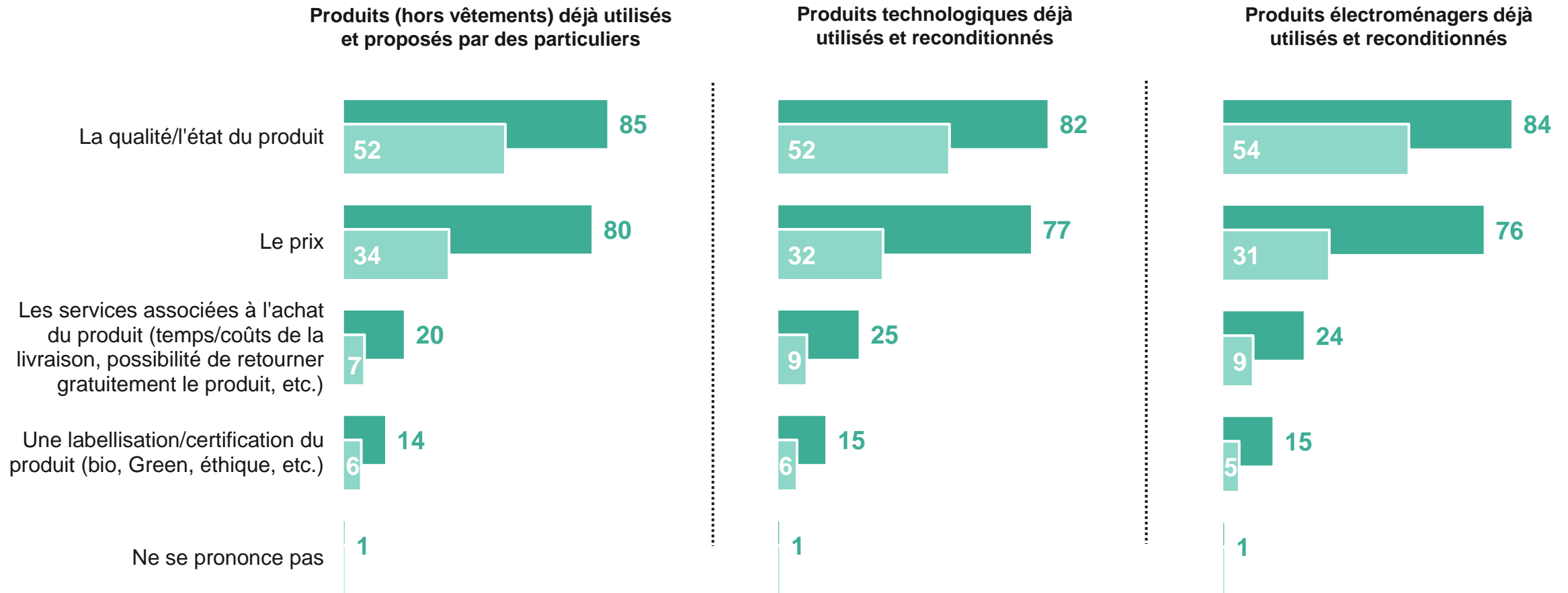


■ Au total ■ ...dont En premier

La qualité du produit et son prix sont également les critères les plus déterminants au moment de réaliser un achat pour les autres catégories de produits de seconde main, à nouveau loin devant sa labellisation

Pour chacune des catégories de produit suivantes, quels sont les critères qui vous paraissent les plus importants pour réaliser votre achat ?

- A tous, en % -



■ Au total ■ ...dont En premier



Le Black Friday, une image ambivalente

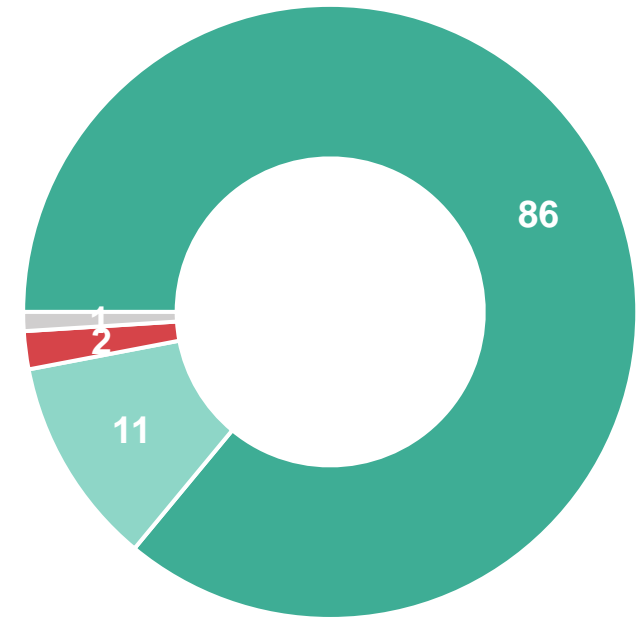
La quasi-totalité des Français déclarent avoir déjà entendu parler du Black Friday, et plus de 8 sur 10 déclarent voir précisément ce dont il s'agit

Avez-vous déjà entendu parler du Black Friday ?

- A tous, en % -



Oui : 97%

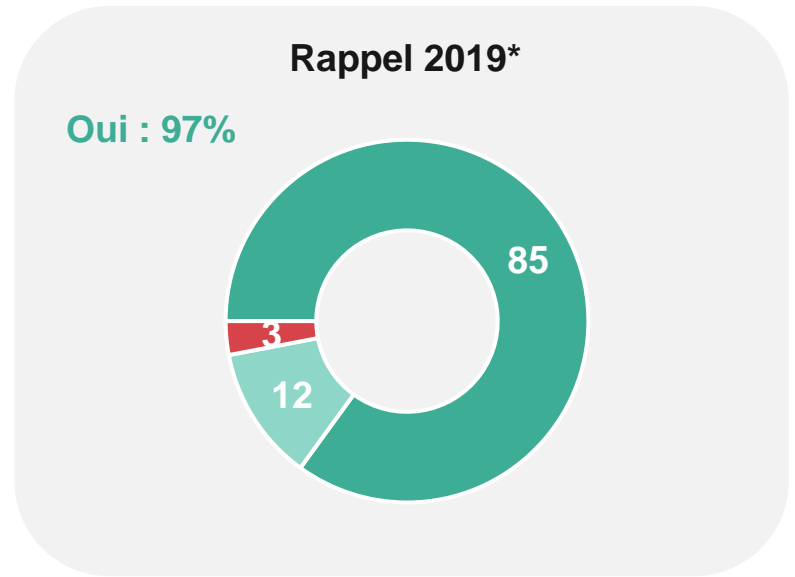


35-49 ans : 90%
CSP+ : 90%

- Oui et vous savez ce dont il s'agit
- Oui mais vous ne connaissez que de nom
- Non
- Ne se prononce pas

Rappel 2019*

Oui : 97%



Ceux qui ont déjà entendu parler du Black Friday posent un regard positif sur cet événement, mais les avis sont plutôt modérés : 50% en ont une image « plutôt bonne », et 23% une image « plutôt mauvaise »

Globalement, avez-vous une bonne image ou non du Black Friday ?

- A ceux qui ont déjà entendu parler du Black Friday, en % -

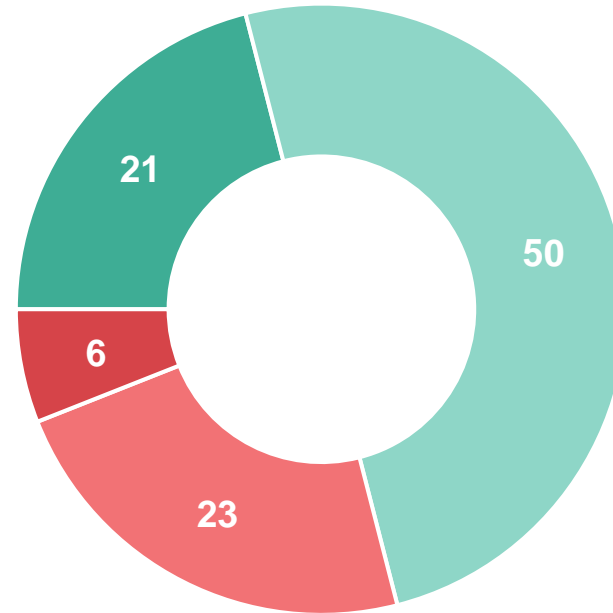


Une bonne image : 71%

*Moins de 35 ans : 82%
CSP- : 76%
Parents : 76%*

Une mauvaise image : 29%

*50 ans et plus : 35%
Supérieur à Bac+2 : 32%
Sans enfant : 32%*



- Une très bonne image
- Plutôt une bonne image
- Plutôt une mauvaise image
- Une très mauvaise image

Mise à niveau

Cette information a été présentée à tous :

« *Le Black Friday est un évènement commercial qui se déroule chaque année le quatrième vendredi du mois de novembre, lors duquel les commerçants annoncent des promotions importantes.* »

Près des deux tiers des Français déclarent avoir déjà effectué des achats lors d'un Black Friday et parmi eux, une majorité déclarent avoir participé à plusieurs d'entre eux

Avez-vous déjà effectué des achats lors du Black Friday, que ce soit en vous rendant dans des magasins ou en ligne ?

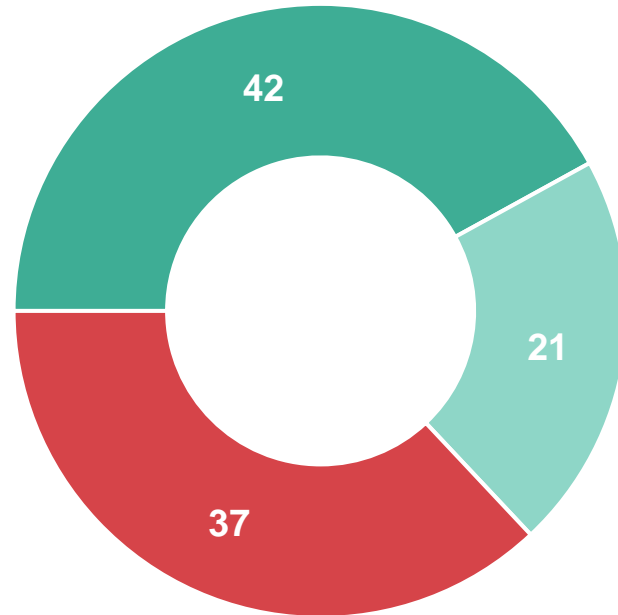
- A tous, en % -



Oui : 63%

Hommes : 66%
Moins de 35 ans : 81%
Parents : 71%
Région parisienne : 70%
Supérieur à Bac+2 : 69%

Rappel 2019* : 54%



- Oui, vous avez effectué des achats lors de plusieurs Black Friday
- Oui, vous avez effectué des achats lors d'un seul Black Friday
- Non, vous n'avez jamais effectué d'achat à l'occasion d'un Black Friday

Une courte majorité de Français (55%) déclarent avoir l'intention de participer au Black Friday cette année

Avez-vous l'intention de participer au Black Friday le 25 novembre 2022, que ce soit en vous rendant dans les magasins ou en achetant en ligne ?

- A tous, en % -

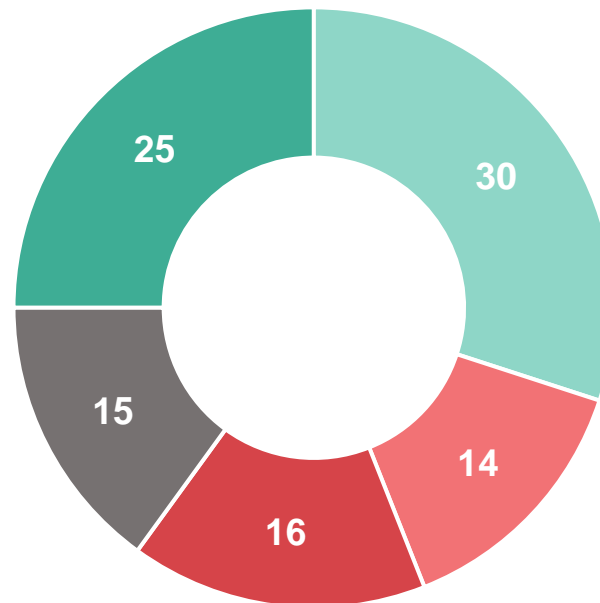


Oui : 55%

Moins de 35 ans : 70%
Parents: 63%
Région parisienne : 61%

Non : 30%

65 ans et plus : 42%
Sans enfant: 33%



- **Oui, vous allez certainement y participer**
- **Oui, vous allez probablement y participer**
- **Non, vous n'allez probablement pas y participer**
- **Non, vous n'allez certainement pas y participer**
- **Vous ne savez pas**

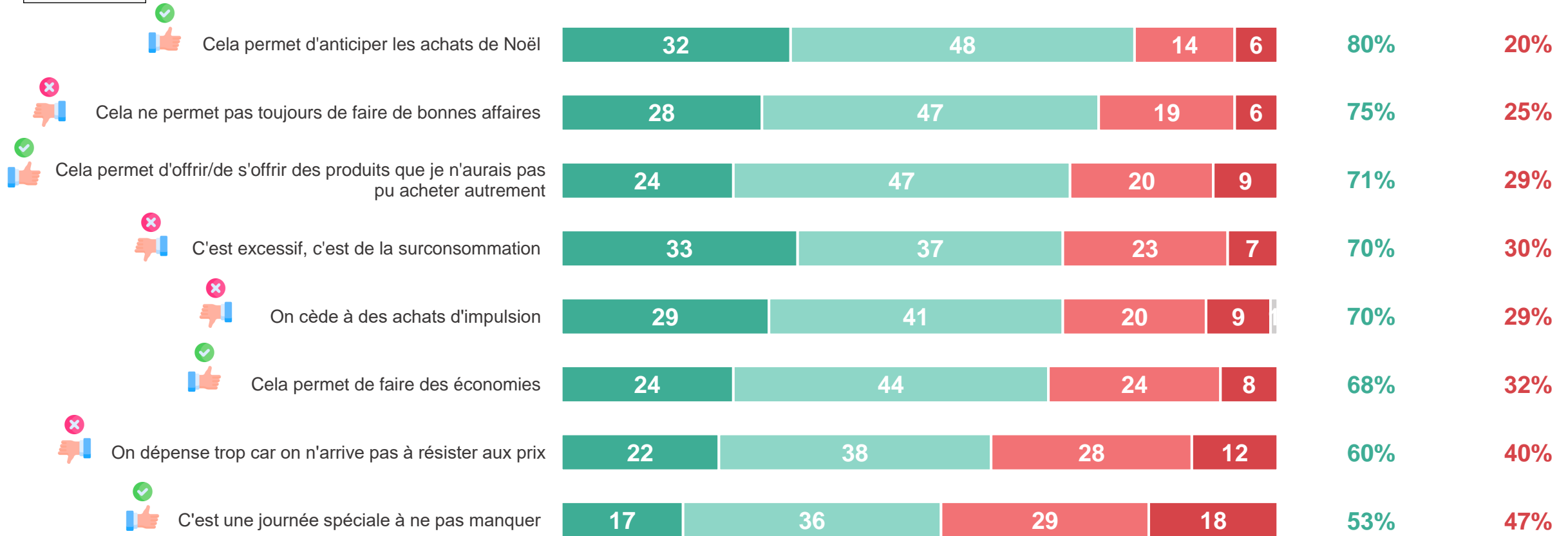
Les Français voient dans le Black Friday une occasion pratique d'anticiper leurs achats de Noël (80%), mais aussi une source de tentation, qui ne garantit pas toujours de bonnes affaires (75%)

Êtes-vous d'accord ou pas d'accord concernant les caractéristiques suivantes à propos du Black Friday ?

- A tous, en % -

BLACK FRIDAY

D'accord Pas d'accord



Des Français tout autant favorables que critiques du Black Friday

Êtes-vous d'accord ou pas d'accord concernant les caractéristiques suivantes à propos du Black Friday ?

- A tous, en % -

**BLACK
FRIDAY**



45% déclarent être **tout à fait d'accord** avec au moins une caractéristique **positive** du Black Friday



54% déclarent être **tout à fait d'accord** avec au moins une caractéristique **négative** du Black Friday

Pour 3/4 des consommateurs, le Black Friday représente surtout une opportunité d'acheter à prix réduit des produits dont ils ont besoin, plutôt qu'une possibilité de se faire plaisir avec des extras

Pour vous, le Black Friday, c'est plutôt l'occasion... ?

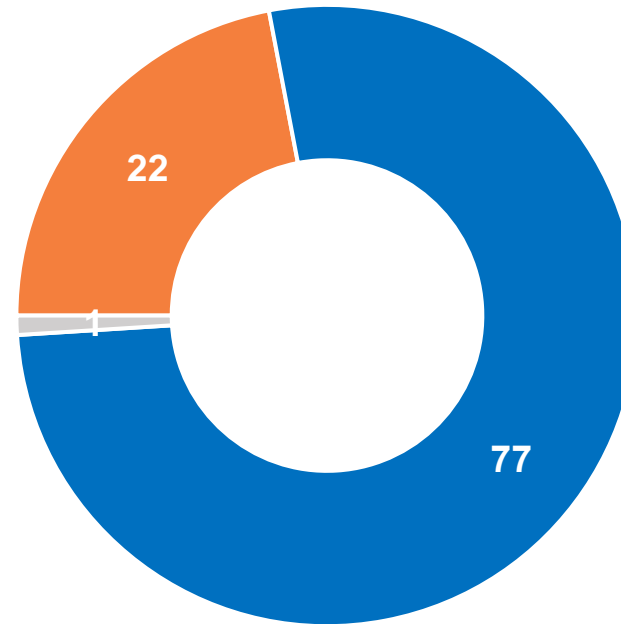
- A ceux qui ont déjà effectué des achats lors d'un Black Friday, % -



... d'acheter des produits pour le plaisir,
dont vous n'avez pas vraiment besoin

*Hommes : 25%
Moins de 35 ans : 31%
Région parisienne : 27%*

Ne se prononce pas



... d'acheter à prix réduit des produits
dont vous avez besoin

*Femmes : 81%
50 ans et plus : 87%
Zone rurale : 84%*



Le Green Friday : une notoriété en hausse et une image positive malgré une certaine méfiance

Un peu plus d'un tiers des Français déclarent avoir déjà entendu parler du Green Friday, une proportion en hausse par rapport à 2019

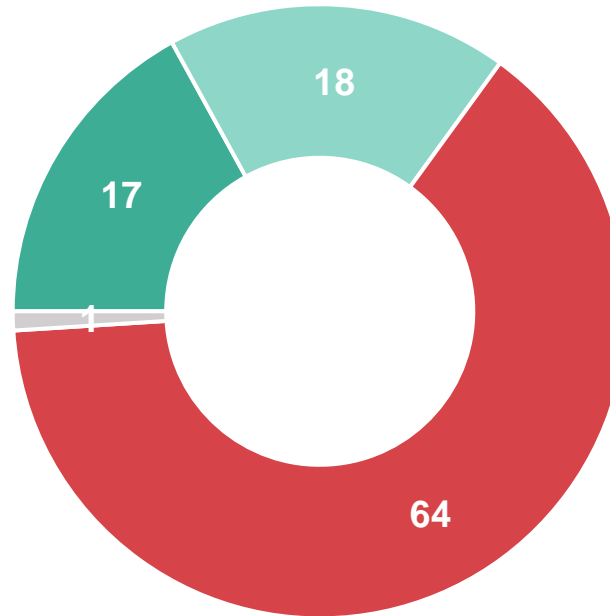
Avez-vous déjà entendu parler du Green Friday ?

- A tous, en % -



Oui : 35%

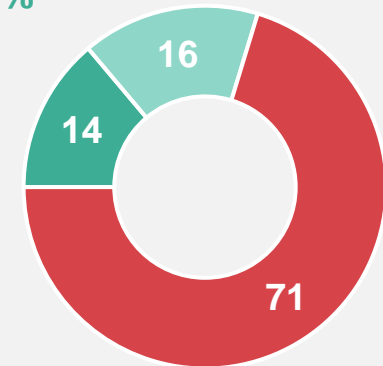
- Hommes : 38%
- Moins de 35 ans : 49%
- Région parisienne : 41%
- CSP + : 43%
- Supérieur à Bac+2 : 44%
- Parents: 43%



- Oui et vous savez ce dont il s'agit
- Oui mais vous ne connaissez que de nom
- Non
- Ne se prononce pas

Rappel 2019*

Oui : 29%



Si le Green Friday jouit encore d'une notoriété nettement plus faible que le Black Friday, il bénéficie en revanche d'une meilleure image auprès de ceux qui en ont entendu parler (83% vs. 71%)

Globalement, avez-vous une bonne image ou non du Green Friday ?

- A ceux qui ont déjà entendu parler du Green Friday, en % -

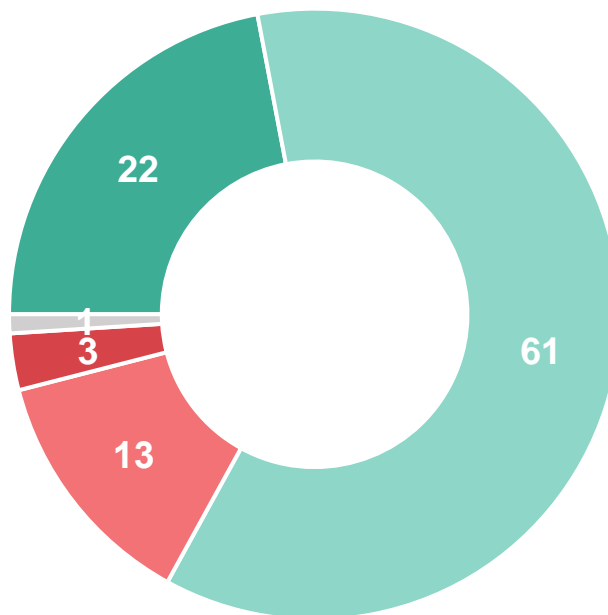


Une bonne image : 83%

25-34 ans : 93%

Une mauvaise image : 16%

65 ans et plus : 28%



- Une très bonne image
- Plutôt une bonne image
- Plutôt une mauvaise image
- Une très mauvaise image
- Ne se prononce pas

Mise à niveau

Cette information a été présentée à tous :

« Le Green Friday est un mouvement créé en 2017, qui s'est constitué en opposition au Black Friday. Dans le cadre du Green Friday, les entreprises adhérentes au mouvement s'engagent à ne pas proposer de réductions à leurs clients le jour du Black Friday, et à reverser une partie de leur chiffre d'affaires de la journée à des associations qui luttent contre la surconsommation. Des événements autour de la consommation éco-responsable sont également organisés partout en France cette semaine-là. »

16% des Français déclarent avoir déjà assisté ou participé à un événement organisé dans le cadre du Green Friday

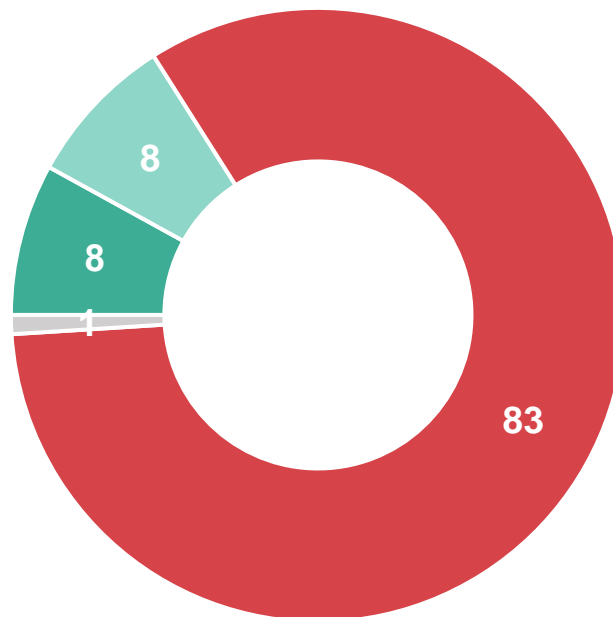
Avez-vous déjà assisté ou participé à un évènement organisé dans le cadre du Green Friday ?

- A tous, en % -



Oui : 16%

Moins de 35 ans : 30%
Région parisienne : 24%
Parents: 22%
Foyer avec des revenus nets mensuels < 2000 euros: 21%



- Oui, vous y avez participé plusieurs fois
- Oui, vous y avez participé une fois
- Non, vous n'y avez jamais participé
- Ne se prononce pas

Environ 1/3 des Français déclarent avoir l'intention de participer au Green Friday cette année, que ce soit en achetant un produit d'une entreprise adhérant au mouvement, en participant à un événement ou en adhérant directement au mouvement

Cette année, avez-vous l'intention de participer au Green Friday...

- A tous, en % -



35% indiquent avoir l'intention de participer au Green Friday

Oui

Non

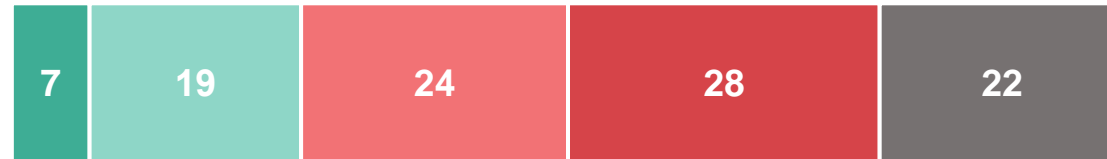
En achetant le jour du Green Friday un produit d'une entreprise qui adhère au mouvement



29%

47%

En participant à un événement organisé lors de la semaine du Green Friday



26%

52%

En adhérant au mouvement en tant qu'entreprise ou association



23%

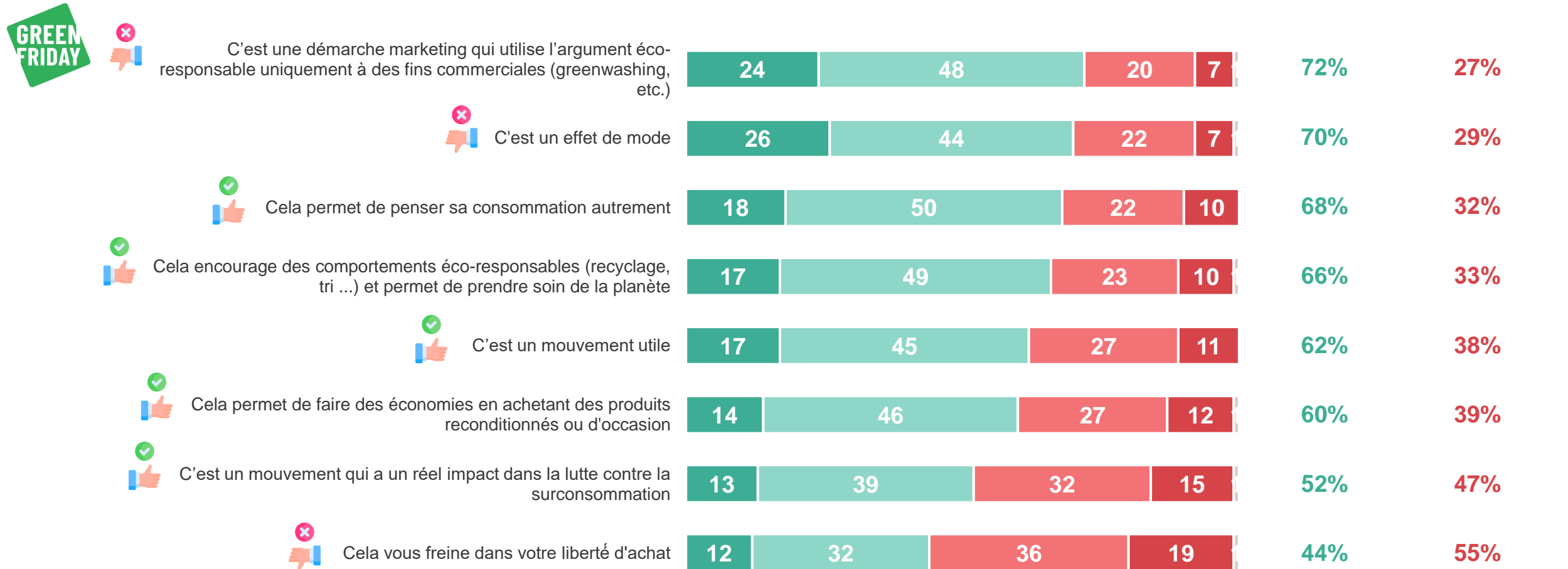
56%

■ Oui, certainement
 ■ Oui, probablement
 ■ Non, probablement pas
 ■ Non, certainement pas
 ■ Vous ne savez pas
 ■ Ne se prononce pas

Si les Français voient dans le Green Friday un moyen de repenser sa consommation (68%), ils expriment néanmoins une certaine méfiance à l'égard de cet événement qu'ils connaissent encore peu, et qu'ils soupçonnent parfois de s'inscrire dans une démarche marketing (72%)

Êtes-vous d'accord ou pas d'accord concernant les caractéristiques suivantes à propos du Green Friday ?

- A tous, en % -



Comme pour le Black Friday, les Français se montrent à la fois favorables et critiques envers le Green Friday

Êtes-vous d'accord ou pas d'accord concernant les caractéristiques suivantes à propos du Green Friday ?

- A tous, en % -



33% déclarent être **tout à fait d'accord** avec au moins une caractéristique **positive** du Green Friday



50% des moins de 35 ans

41% des personnes habitant en région parisienne

39% des CSP+

39% des parents

37% des personnes appartenant à un foyer avec des revenus nets mensuels de moins de 2000 euros



40% déclarent être **tout à fait d'accord** avec au moins une caractéristique **négative** du Green Friday



Annexes – Comparaison Black Friday / Green Friday

27% des Français déclarent avoir l'intention de participer à la fois au Black Friday et au Green Friday

Avez-vous l'intention de participer au Black Friday le 25 novembre 2022, que ce soit en vous rendant dans les magasins ou en achetant en ligne ?
Cette année, avez-vous l'intention de participer au Green Friday...

- A tous, en % -

**BLACK
FRIDAY**

**GREEN
FRIDAY**

55% déclarent avoir l'intention de participer
au **Black Friday**

35% déclarent avoir l'intention de participer
au **Green Friday**

27% déclarent avoir l'intention de
participer aux deux

*45% des moins de 35 ans
36% des habitants de la région parisienne
37% des parents*

28% déclarent avoir l'intention de participer
uniquement au **Black Friday**

8% déclarent avoir l'intention de participer
uniquement au **Green Friday**

37% déclarent avoir l'intention de
ne participer à aucun des deux

14 % des moins de 35 ans

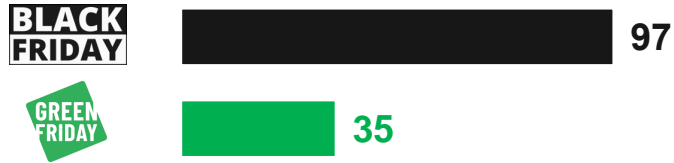
*51% des 50 ans et plus
42% des habitants de zones rurales
42% des personnes sans enfants*

RÉCAPITULATIF DES PRINCIPAUX CHIFFRES

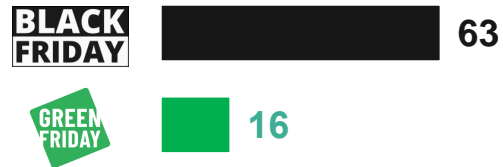
Avez-vous déjà assisté ou participé à un évènement organisé dans le cadre du Green Friday ?

- A tous, en % -

Connaissent



Déclarent y avoir déjà participé



Sont tout à fait d'accord avec au moins une caractéristique positive



En ont une bonne image



Ont l'intention d'y participer cette année



Sont tout à fait d'accord avec au moins une caractéristique négative



Contacts

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

Contacts Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion – 01 44 87 60 66 – jdlevy@harrisinteractive.fr