

L'ECO-RESPONSABILITE :

Une réalité quotidienne pour 13 % des ménages Français mise en lumière par la nouvelle segmentation Mosaic d'Experian !

Après avoir mis en avant dans un premier volet dévoilé en janvier 2011 le développement du marché des seniors et de la sphère digitale, la segmentation Mosaic d'Experian souligne aujourd'hui une nouvelle tendance : l'éco-responsabilité.

Une orientation nouvelle : l'éco-responsabilité

Experian, acteur mondial dans le traitement et l'analyse de bases de données B to C, propose aux entreprises et aux hommes du marketing via son outil de segmentation de consommateurs Mosaic l'accès à un large éventail de données très précises pour segmenter **les 26 millions de ménages français en 13 groupes et 56 types**. Basée sur l'ensemble des ménages de France, la segmentation Mosaic met en exergue une orientation nouvelle du comportement de consommation des français, l'éco-responsabilité.

Cette notion dénote une prise de conscience des enjeux environnementaux basée sur quatre critères principaux que sont :

- Le transport
- Les besoins énergétiques du logement
- L'alimentation
- L'utilisation de biens de consommation

Publiée en juin 2010, l'étude Greendex de National Geographic basée sur 17 pays dans le monde met en avant – en totale corrélation avec la nouvelle segmentation Mosaic d'Experian - le développement d'un comportement environnemental marqué des français qui se **retrouve dans leurs actes au quotidien**.

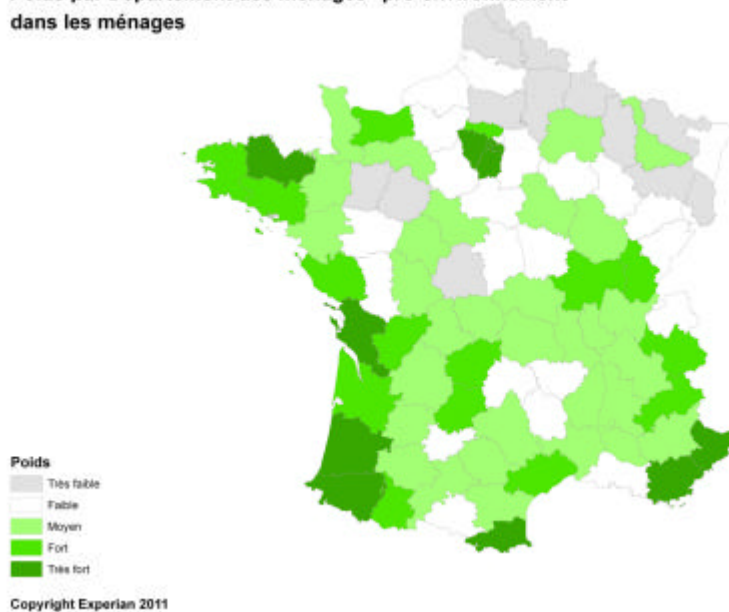
Cette même étude montre que les consommateurs français se démarquent très nettement des autres pays dans l'utilisation des biens de consommation comme le recyclage de matériaux **(70% des français le font quotidiennement ou très souvent)** ainsi que dans l'utilisation de sacs réutilisables dans les supermarchés et magasins **(80% des français indiquent le faire souvent ou très souvent)**.

De plus, cette même étude montre que **30% des français préfèrent acheter des produits d'occasion plutôt que neufs et que 47% d'entre eux évitent les produits jugés trop polluants**.

Les outils de segmentation Mosaic d'Experian soulignent parfaitement cette tendance de consommation responsable en France. Parmi le large éventail de données très précises utilisées pour constituer la nouvelle segmentation Mosaic, Experian a pu identifier les consommateurs les plus «éco-responsables».

Ils représentent environ 13% des ménages français, à titre d'exemple, voici comment ils se répartissent sur le territoire en terme de densité par département :

Poids par Département des ménages "pro-environnement"
dans les ménages



- Si les ménages « éco-responsables » représentent environ 50% des ménages des Hauts-de-Seine, cette proportion tombe rapidement dans la mesure où, pour le département de la Vendée (85), elle se situe autour des 16%.
- Les ménages « éco-responsables » sont assez fortement représentés dans l'ouest de l'Ile-de-France, sur une partie de la couronne Atlantique et sur l'extrême Sud-Est.
- Les 3 départements avec la plus faible part de ménages « éco-responsables » sont le Pas-de-Calais, les Vosges et la Mayenne.

On distingue trois facteurs comportementaux qui soutiennent l'appartenance à la sphère « éco-responsable » :

1. Le niveau d'information auquel ont accès les consommateurs
2. Un certain confort financier
3. Un engagement quotidien dans les efforts de protection de l'environnement

On retrouve ces tendances prédominantes dans certains types Mosaic avec en tête de liste :

- Des « **Elites parisiennes** » (A04, A05), et des « **Branchés culture** » (B06) portés par une capacité à acheter des produits plus chers qui respectent l'environnement et une sensibilité forte à l'esprit Bio, voire au commerce équitable pour les B06.
- Les « **Seniors dans le confort en bord de mer** » (K47), et les « **Seniors aisés éco-responsables** » (C13) sont plus particulièrement attentifs au tri sélectif et aux économies d'énergie.

- Les « **Retraités tranquilles** » (L52), les « **Couples matures confort et placement** » (C10), les « **Enseignants et universitaires dans le confort** » (J43), les « **Retraités actifs des centres villes** » (J44) sont particulièrement poussés vers l'achat écologique tant dans les produits de consommation courante que dans les produits d'entretien.

Et à l'opposé, les familles ne disposant que de peu de moyens et d'informations pour vraiment s'insérer dans cette démarche pro-environnementale, telles que les « **Difficultés au quotidien** » (H35, H36) se retrouvent en bout de liste.

Ainsi, le classement des types Mosaic selon l'indice de sur/sous représentation par rapport à la moyenne nationale pour l'achat de produit bio est aujourd'hui le suivant :

Mosaic	Nombre de ménages	Indice Produits Bio
B06 Branchés culture	311 351	165
A04 Cadres en devenir et premiers enfants	500 429	142
J43 Enseignants et universitaires dans le confort	225 250	134
C13 Séniors aisés éco-responsables	361 512	124
A05 Petites familles urbaines et métiers techniques	344 663	123
K47 Séniors dans le confort en bord de mer	360 199	123
J44 Retraités actifs des centres villes	435 012	121
L52 Retraités tranquilles	695 109	120
C10 Couples matures, confort et placements	364 690	115
...
I40 Vie de campus	93 038	69
H36 Communautés étrangères tournées vers l'avenir	525 956	78
H35 Précarité, dépenses superflues et télé	332 741	90

« *Dans le comportement quotidien des français, l'environnement est encore loin de s'imposer comme une priorité dans leur mode de consommation* » **pondère Rozenn Fontanel, Consumer View Manager chez Experian Marketing Information Services pour la France.**

Elle conclut : « *Cependant, l'apparition de cette nouvelle notion d'éco-responsabilité, qui n'était même pas visible auparavant dans nos critères de segmentation, semble être une tendance forte en France qui devrait se confirmer à l'avenir dans les critères de consommation* ».

A propos de Mosaic

Mosaic est l'outil de segmentation phare d'Experian. La nouvelle segmentation des consommateurs Mosaic France 2010 segmente les 26 millions de ménages français en 13 groupes et 56 types. 230 indicateurs ont été utilisés pour construire cette nouvelle version.

La segmentation Mosaic est disponible dans 29 pays dont une majeure partie de l'Europe de l'Ouest, les Etats Unis, l'Australie, et l'Extrême Orient. Mosaic Global est une segmentation cohérente qui établit le lien entre toutes les segmentations pays et couvre un milliard de consommateurs dans le monde.

A propos d'Experian Marketing Services

Experian Marketing Information Services accompagne ses clients dans l'enrichissement, l'analyse et l'exploitation de leurs bases de données B to C, en s'appuyant sur sa segmentation comportementale Mosaic, son expertise en conseil marketing et ses logiciels. Par une analyse et une compréhension détaillée des consommateurs, des marchés et des économies, Experian Marketing Information Services aide aussi ses clients à améliorer la performance de leur réseau de points de vente par la recherche des localisations optimales, et l'exploitation du marché local de chaque point de vente.

Ainsi, avec **Experian QAS** qui traite et valide des bases de données B to C / B to Cs et **Experian CheetahMail**, la marque de confiance internationale de l'email marketing, **Experian Marketing Services** offre un service complet pour aider les entreprises à cibler et acquérir plus efficacement les meilleurs clients.

A propos d'Experian

Experian est l'acteur mondial de référence dans le traitement de l'information, fournissant des données et des outils d'analyse à des clients dans plus de 90 pays. La société aide les entreprises à gérer le risque de crédit, prévenir la fraude, cibler les offres marketing et automatiser la prise de décision. Experian aide aussi les particuliers à vérifier leurs rapports de crédit et leur score, et à se protéger contre le vol d'identité.

Coté à la Bourse de Londres (EXPN), Experian plc figure parmi les sociétés du FTSE 100. Son chiffre d'affaires pour l'exercice clos le 31 Mars 2010 est de 3,9 milliards de dollars. Experian emploie environ 15 000 personnes dans 40 pays et dispose d'un siège social à Dublin en Irlande, et de sièges opérationnels à Nottingham au Royaume-Uni, à Costa Mesa en Californie, et à São Paulo au Brésil.

Pour plus d'information sur Experian, visitez notre site <http://www.experianplc.com>.
