



Communiqué de presse  
Paris, le 5 Novembre 2009

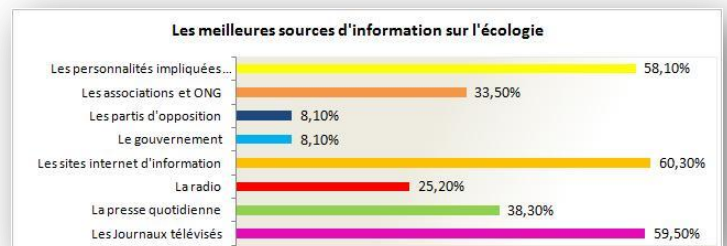
## Sommet de Copenhague : 3% des consommateurs seulement savent de quoi il s'agit !

A l'approche du sommet International de Copenhague sur le climat organisé par l'ONU en décembre 2009, Looneo, première communauté de consommateurs en ligne, a mené une étude auprès de plus de 1900 consommateurs sur leur implication dans le développement durable et leur niveau d'information sur le sommet de Copenhague. Le bilan fait froid dans le dos...



### La prise de conscience écologique est réelle chez les consommateurs

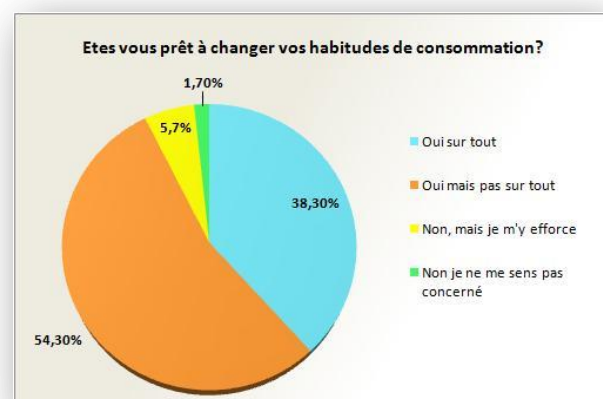
La sensibilisation au développement durable menée auprès des consommateurs depuis plusieurs mois porte ses fruits : **70% des internautes français\* s'estiment bien informés sur le sujet**. Parmi les sources d'information les plus efficaces, citons les sites Internet (60%), les journaux télévisés (60%) et les personnalités (58%) telles que Yann Arthus Bertrand, Nicolas Hulot ou Al Gore. Le gouvernement (8%) et les partis d'opposition (8%) semblent en revanche de piètres porte-paroles pour l'écologie auprès des consommateurs français.



Le **protocole de Kyoto** est par exemple une avancée très suivie par les internautes français. Ils sont 80% à savoir en définir les grandes lignes. En revanche, **77% d'entre eux se disent déçus des suites données à ce protocole** qui n'a abouti que sur peu de réalisations concrètes en faveur du développement durable.

### 91% des internautes consomment plus « responsable » depuis deux ans

Naturellement une bonne connaissance du sujet a mené les internautes français à modifier leurs habitudes de consommation : **91% des internautes français ont modifié leur comportement de consommation ces 2 dernières années en faveur de l'écologie**. Si l'abnégation est totale pour 38% des personnes interrogées qui se disent prêtes à changer totalement leurs habitudes de consommation pour le bien de la planète (alimentation, transports, logement...), 54% admettent qu'elles sont prêtes à changer mais pas sur tout !





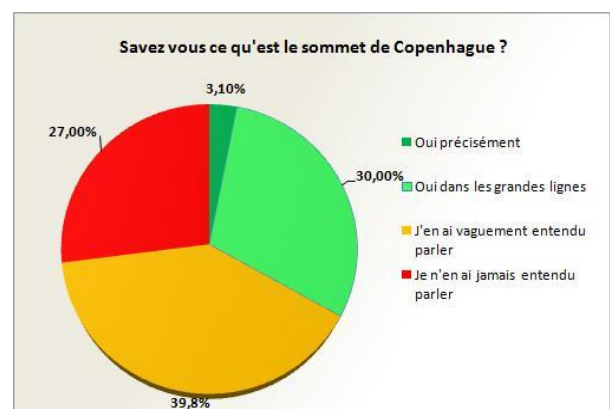
Adopter un comportement éco-citoyen, c'est protéger l'environnement grâce à des gestes simples au quotidien. **Ils sont ainsi 84% à opter pour le tri sélectif de leurs déchets ménagers** et 83% tentent de limiter la consommation d'énergie et d'eau et revenir au bon sens d'une consommation responsable et sans gaspillage.

Les habitudes de consommation sur les transports, l'alimentation ou l'entretien de la maison sont plus difficiles à changer. Mais la majorité des internautes se déclare prête à utiliser des produits verts peu toxiques pour l'entretien de la maison (60%), acheter des produits de saison et locaux pour éviter les émissions de CO2 liées aux transports (59%), réduire ses déplacements en voiture et privilégier d'autres types de transports tels que les transports en communs, rollers, vélos, marche à pieds (51%)...

### **Un manque d'information inquiétant sur le sommet de Copenhague...**

Tout le monde s'entend pour le dire : la crise écologique ne pourra être surmontée que si nous changeons nos habitudes de consommation. Dès lors, comment se fait-il que seuls **3% des consommateurs sachent précisément en quoi consiste le sommet de Copenhague ?**

L'étude menée par Looneo auprès de 1900 consommateurs fait froid dans le dos : **27% des consommateurs n'ont jamais entendu parlé du sommet de Copenhague** et 40% en ont vaguement entendu parler.



Pourtant les consommateurs sont intéressés par l'issue de ce sommet : **ils sont 61% à déclarer vouloir suivre les débats et les mesures prises suite au sommet de Copenhague.**

Les résultats de cette étude soulève une vraie question : **pourquoi les acteurs du changement –les consommateurs- ne sont-ils pas davantage impliqués ou informés sur les enjeux de ce sommet international, alors qu'ils sont concernés et mis à contribution au quotidien ?**

\* Etude menée en Novembre 2009 auprès d'une population de 1900 internautes représentatifs de la population des internautes français



## **A propos de Looneo**

Looneo est une communauté de consommateurs qui permet aux internautes de choisir facilement et rapidement les produits et services qui correspondent le mieux à leurs besoins ou à leurs envies, grâce à des outils d'aide au choix et à plus de 50 000 avis de consommateurs modérés. Ils peuvent également échanger avec les marques et leur faire part de leurs suggestions.

Lancé en avril 2007, Looneo a été fondé par Alban Peltier, ancien Directeur des services de communication de MSN France qui a mené durant 4 ans chez Microsoft le développement de services tels que MSN Messenger, MSN Hotmail et les services mobiles. Il a ensuite été rejoint par Céline Corvisier, ex responsable marketing chez Orange.

Looneo, c'est maintenant plus de 130 000 membres dans la communauté et plus de **1,2 millions de visiteurs uniques (Médiamétrie / NNR, Septembre 2009)**.

### **Contacts presse**

#### **OXYGEN**

Carole Da Silva / David Pilo

Tél : 01 41 11 35 45

[cdasilva@oxygen-rp.com](mailto:cdasilva@oxygen-rp.com)

#### **LOONEO**

Alban Peltier

Tél : 06 69 13 19 75

[apeltier@looneo.com](mailto:apeltier@looneo.com)