

Annexes

Annexe N°1 – Questionnaire en ligne

Questionnaire sur les habitudes d'achat de vêtements

Dans le cadre de mon mémoire de fin d'études, j'ai décidé de réaliser ce questionnaire afin de collecter des informations sur vos habitudes concernant l'achat de vêtements. Je vous remercie d'avance de répondre à ce questionnaire qui durera approximativement 10 minutes.

Répondez ce qui vous vient spontanément à l'esprit. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. C'est votre opinion qui est importante.

Il est évident que toutes les réponses seront anonymes.

* Required

Section 1 - Vos habitudes concernant l'achat de vêtements

1. A quelle fréquence achetez-vous vos vêtements dans ces différents lieux ? *

	Jamais	Moins d'une fois par mois	1 à 3 fois par mois	1 fois par semaine	plus d'une fois par semaine
En magasin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En ligne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dans un magasin de seconde main	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dans une brocante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Lorsque j'achète des vêtements, j' ACCORDE DE L'IMPORTANT à l'avis de : *

	Pas du tout important	Pas important	Neutre	Important	Extrêmement important	Je ne sais pas
Ma famille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mes amis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mon (ma) conjointe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mes collègues	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les personnes dans la rue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les personnes sur les réseaux sociaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Etes-vous préoccupé(e) par les conditions de travail dans les industries de textile en Asie ? *

Pas du tout	Pas tellement	Ni l'un ni l'autre	Plutôt oui	Tout à fait	Je ne sais pas
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Vous sentez-vous capable de contribuer à la lutte contre le travail des enfants ? *

	Pas du tout	Pas tellement	Neutre	Plutôt oui	Tout à fait	Je ne sais pas
En boycottant les entreprises qui sont susceptibles d'utiliser les enfants	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En achetant des vêtements éthiques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En signant une pétition	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En parlant de ce sujet autour de vous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Auriez-vous une autre manière pour lutter contre le travail des enfants ?

Enter your answer

10. Comment associez-vous ces énoncés à vos propres difficultés pour lutter contre le travail des enfants ? *

	Pas du tout	Pas tellement	Neutre	Plutôt oui	Tout à fait	Je ne sais pas
Je ne sais pas comment y contribuer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je n'ai pas les ressources financières pour pouvoir acheter des vêtements éthiques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je n'ai pas les informations exactes concernant les pratiques de chaque entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je ne perçois pas la nécessité d'agir à mon échelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je ne m'en soucie pas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Jusqu'à quel point êtes-vous D'ACCORD ou en DÉSACCORD avec les énoncés ? *

	En total désaccord	Plutôt en désaccord	Indifférent	Plutôt en accord	Totalement d'accord	Je ne sais pas
Les entreprises utilisent le terme « éthique » comme argument marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les vêtements éthiques utilisent des produits biologiques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les vêtements éthiques préservent l'environnement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les vêtements éthiques empêchent le travail des enfants	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les vêtements éthiques protègent les animaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les vêtements éthiques assurent de bonnes conditions de travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Avez-vous déjà acheté des vêtements éthiques ? *

- Non
- Oui

Section 2 : Alternatives proposées

19. Quel est votre avis sur ces différentes solutions pour pouvoir favoriser l'achat de vêtements éthiques ? *

	Pas du tout pertinent	peu pertinent	Neutre	Très pertinent	Totalement pertinent	Pas d'avis
Mise en place de nouvelles réglementations par le gouvernement obligeant les entreprises à agir de manière durable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mise en place d'un label par la marque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mise en place d'un label unique d'une source fiable externe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Code couleur sur l'étiquette indiquant la qualité des conditions de travail impliqué dans la création du vêtement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Auriez-vous d'autres alternatives ?

Enter your answer

21. Si l'une de ces alternatives étaient mises en place, seriez-vous prêt(e)s à acheter des vêtements éthiques ? *

Pas du tout	Pas tellement	Neutre	Plutôt oui	Certainement	Pas d'avis
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Section 3 : Votre profil sociodémographique

22. Vous êtes un(e) *

Homme

Femme

23. Quel est votre âge ? *

- Moins de 18 ans
- 18-24 ans
- 25-40 ans
- 41-55 ans
- Plus de 55 ans

24. De quelle province venez-vous ? *

- Brabant wallon
- Hainaut
- Liège
- Luxembourg
- Namur
- Bruxelles
- Anvers
- Louvain
- Bruges
- Gand
- Limbourg
-

25. Quel est votre niveau de diplôme le plus élevé obtenu ? *

- Primaire
- Secondaire
- Bachelier
- Master
- Doctorat

26. Quelle est votre profession ? *

- Etudiant
- Cadre
- Indépendant(e)
- Employé(e)
- Ouvrier(ère)
- Enseignant
- Sans emploi
- Homme/femme au foyer
- Retraité(e)
-

Annexe N°2 – Analyse SPSS - Hypothèse 1

2.1 Résumé du modèle

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,529 ^a	,280	,262	,803

a. Predictors: (Constant), Controle_Percu, Attitude, Normes_Subjectives

2.2 Tableau ANOVA de la régression linéaire multiples

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30,828	3	10,276	15,933	,000 ^b
	Residual	79,329	123	,645		
	Total	110,157	126			

a. Dependent Variable: Intention

b. Predictors: (Constant), Controle_Percu, Attitude, Normes_Subjectives

Annexe N°3 – Analyse SPSS - Hypothèse 6

3.1 Résumé du modèle

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,281 ^a	,079	,033	,920

a. Predictors: (Constant), Universalisme, Autonomie, Conformité, Stimulation, Bienveillance, Tradition

3.2 Tableau ANOVA de la régression linéaire multiples

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8,688	6	1,448	1,712	,124 ^b
	Residual	101,470	120	,846		
	Total	110,157	126			

a. Dependent Variable: Intention

b. Predictors: (Constant), Universalisme, Autonomie, Conformité, Stimulation, Bienveillance, Tradition

Annexe N°4 – Analyse SPSS - Hypothèse 7

4.1 Résumé du modèle

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,368 ^a	,136	,107	,883

a. Predictors: (Constant), Sécurité, Pouvoir, Hédonisme, Réussite

4.2 Tableau ANOVA de la régression linéaire multiples

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14,946	4	3,736	4,788	,001 ^b
	Residual	95,212	122	,780		
	Total	110,157	126			

a. Dependent Variable: Intention

b. Predictors: (Constant), Sécurité, Pouvoir, Hédonisme, Réussite

Annexe N°5 – Analyse SPSS - Hypothèse 8

5.1 Résumé du modèle

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,320 ^a	,103	,066	,904

a. Predictors: (Constant), Invocation_Loyauté, Déni_Victime, Déni_Responsabilité, Condamnation_Accusateurs, Déni_Dommage

5.2 Tableau ANOVA de la régression linéaire multiples

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,310	5	2,262	2,769	,021 ^b
	Residual	98,848	121	,817		
	Total	110,157	126			

a. Dependent Variable: Intention

b. Predictors: (Constant), Invocation_Loyauté, Déni_Victime, Déni_Responsabilité, Condamnation_Accusateurs, Déni_Dommage