

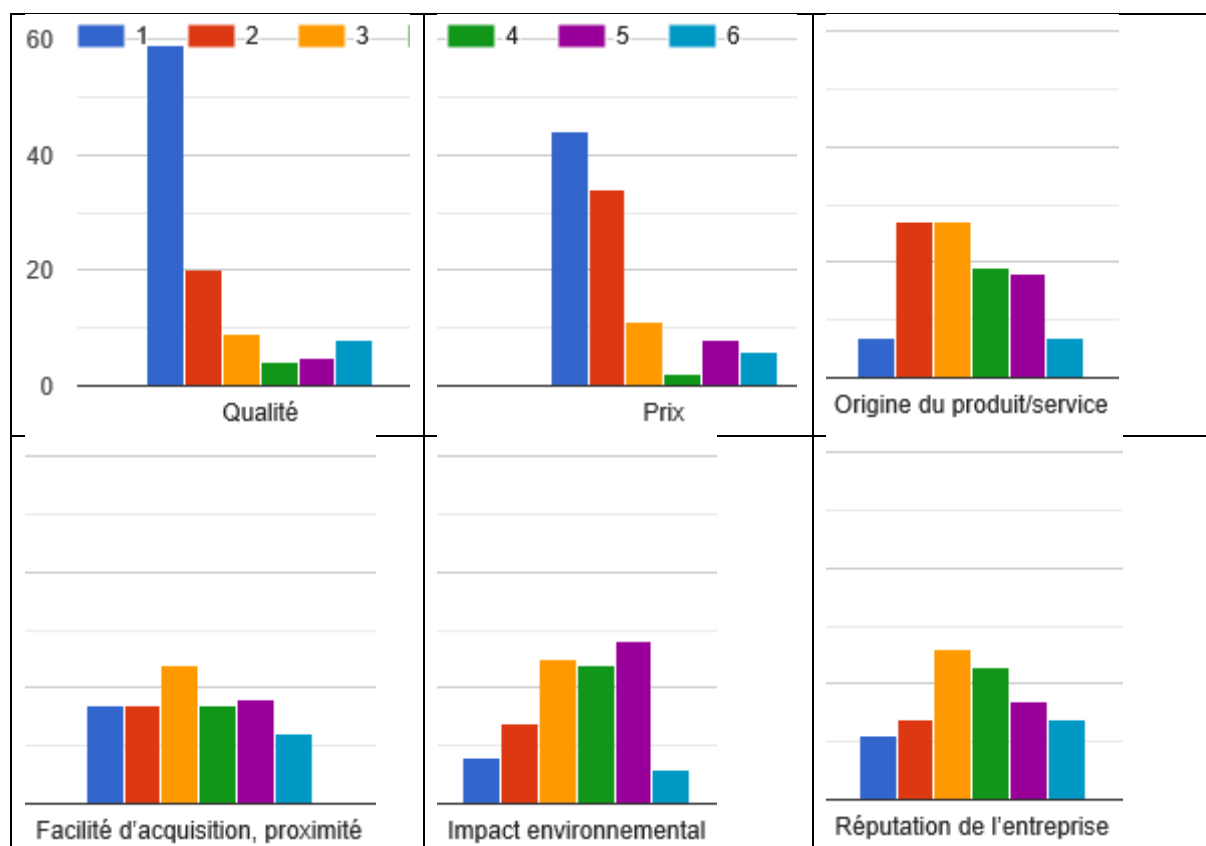
Annexe 1. Questionnaire et résultats de l'enquête quantitative.

C&A et sa communication environnementale.

Ce questionnaire cherche à comprendre votre impression sur les publicités et communications dites « vertes » c'ad promouvant des produits ou services respectueux de l'environnement.

Tenez-vous compte de la réputation environnementale de l'entreprise/ de la marque lors de vos achats ?	
Jamais	13,3%
Parfois	56,2%
Souvent	29,5%
À chaque fois	1%

Quels sont les critères dont vous tenez compte lors de votre décision d'achat ? Classez-les selon leur importance (1 étant le critère le plus important et 6 le plus faible).	
Qualité	Moyenne = 2,04
Prix	Moyenne = 2,18
Origine du produit/service	Moyenne = 3,33
Facilité d'acquisition, proximité	Moyenne = 3,36
Impact environnemental	Moyenne = 3,65
Réputation de l'entreprise	Moyenne = 3,6



Etes-vous d'accord avec les affirmations suivantes :

« Je n'achète pas souvent de produits/ services dits verts car ceux-ci sont plus chers que la moyenne »	
Pas d'accord	23%
Indifférent	10%
Peu d'accord	35%
Plutôt d'accord	30%
Tout à fait d'accord	2%

« Un packaging recyclable est un critère suffisant à mes yeux pour considérer un produit respectueux de l'environnement »	
Pas d'accord	31%
Indifférent	16%
Peu d'accord	35%
Plutôt d'accord	18%
Tout à fait d'accord	0%

« Vendre des produits/ services verts n'est pas suffisant/ crédible si l'entreprise/ la marque n'est pas éthique dans son fonctionnement »	
Pas d'accord	1%
Indifférent	8%
Peu d'accord	12%
Plutôt d'accord	40%
Tout à fait d'accord	39%

Pouvez-vous citer une ou plusieurs marques vendant des produits verts ? (Les noms cités plus de deux fois sont soulignés en gras)

H&M, **Ecover**, **Lamazuna**, **Wash Wash Wousin**, Oceans apart, Magasins bio, **C&A (2)**, Dreet, **Hello Body**, Everlane, Outerknown, Pela Case, Rituals, **Oxfam**, Bioconseil, **Farm**, **SeBio**, **La Redoute**, Ariel, Nivea (Beaucoup de produits de beauté et de produits ménagers), Patagonia, 4Ocean, La ruche qui dit oui, **Carrefour**, Delhaize, Urban, Waam, NAE, Timberland, Barn, Lush, Biovert, Lactel, Ecostyle, Se-em, L'envol du Colibri, Nikin, Ladroguerie.com, **&Other stories**, Magasins zéro déchet, **L'Arbre Vert**, Gant, Palladium, **Frosch ecological**, Pure nature, Danone, Ethiquable, Terra-etica, BioTop, Magasins en vrac, Magasins de seconde main, **BiOK**, La droguerie écologique, Najel, Pachamamai, Comme avant, Imse Vimse, Les produits Bios, Evernat, **Biotop**, Le Hérisson Vert, Tesla, Ikea, Jules, Innocent et Respire, Bambou cup, Alternativi, Collishop, Oh green, Semaille, Stradivarius, Love & Green, Naturawash, Seepje, Sonett, Good4you, Akan organics, Herboratum, Nature et moi, Magasins locaux, Minuit sur terre, Sneakersdealers, Goudron blanc, Niu, Wellea, Lavera, La vie claire.

L'environnement et le secteur de la mode

Etes-vous d'accord avec les affirmations suivantes :

« L'environnement et la mode dite rapide (« fast fashion ») ne sont pas compatibles »	
Pas d'accord	8%
Indifférent	9%
Un peu d'accord	22%
Plutôt d'accord	38%
Tout à fait d'accord	23%

« Pour moi un magasin de vêtements éthiques est un magasin local uniquement »	
Pas d'accord	36%
Indifférent	19%
Un peu d'accord	24%
Plutôt d'accord	19%
Tout à fait d'accord	2%

« Pour moi un magasin de vêtements éthiques est un magasin qui utilise des matières premières respectueuses de l'environnement »	
Pas d'accord	4%
Indifférent	6%
Un peu d'accord	6%
Plutôt d'accord	51%
Tout à fait d'accord	33%

« Pour moi un magasin de vêtements éthiques est un magasin dont la main d'œuvre est locale et/ou dont les conditions de travail sont respectueuses/ favorables »	
Pas d'accord	2%
Indifférent	5%
Un peu d'accord	2%
Plutôt d'accord	46%
Tout à fait d'accord	45%

« Pour moi un magasin de vêtements éthiques est un magasin complètement transparent sur tout le processus de création et de distribution »	
Pas d'accord	5%
Indifférent	15%
Un peu d'accord	5%
Plutôt d'accord	40%
Tout à fait d'accord	35%

« De manière générale, j'ai confiance en la communication des magasins de grandes chaînes »	
Pas d'accord	46%
Indifférent	23%

Un peu d'accord	24%
Plutôt d'accord	5%
Tout à fait d'accord	2%

« Je n'ai pas confiance en la communication des magasins de grandes chaînes car ceux-ci manquent de transparence »	
Pas d'accord	9%
Indifférent	18%
Un peu d'accord	15%
Plutôt d'accord	36%
Tout à fait d'accord	22%

« Les grandes chaînes de mode utilisent l'argument écologique uniquement pour augmenter leurs ventes »	
Pas d'accord	2%
Indifférent	13%
Un peu d'accord	20%
Plutôt d'accord	46%
Tout à fait d'accord	19%

C&A et sa communication environnementale

Connaissez-vous les magasins C&A ?	
Oui	100%
Non	0%

Êtes-vous client du magasin C&A ?	
Oui	49,5%
Non	50,5%

A quelle fréquence entrez-vous en contact avec la marque C&A et sa communication ?	
Jamais	46,7%
Parfois	53,3%
Souvent	0%

Décrivez l'image que vous avez de la marque C&A en quelques adjectifs. (Les adjectifs cités plus de deux fois sont soulignés en gras)

Pour les **enfants**, **Cheap**, **Viellot**, **Abordable**, Large choix, Simple, **Economique**, **Pas cher**, **Peu cher**, **Mauvaise qualité**, **Basique**, **Bon marché**, Créatif, Accueillant, **Familial**, Intéressant pour les basics, **Grande chaîne**, **Low cost**, Faible qualité, Grand choix, **Vieille**, Inchangée, **Classique**, Pratique, De tout, Qualitatif, Confiance, **Qualité moyenne**, **Démodé**, **Indifférent**, Ennuyeux, Mal coupé, Surprenant, Trop grosse enseigne, Choix **pour tous**, Jeunesse, « Pas ouf », Fait des efforts, Enfantin, Proche, Original, **Ethique**, Prêt à porter, Moche, Médiocre, **Accessible**, Garni, Mixte, Peuple, **Intemporel**, Dépassé, Fast fashion, Consommation, Durable,

Discount, Pour une cible **plus âgée**, Chaîne internationale de magasins de vêtements, Pas écologique, Grande marque, **Bon rapport qualité/prix**, Service, Nul, Qualité correcte, Vêtements fortement genré (négatif), **Pas chic**, Fades, Résistant, Féminin, Grande distribution, Possibilité de trouver des vêtements bio, Modeste (clientèle), Grand public, Peu qualitative, Désuet, Plutôt mode, Budget, Attirant et prometteur, Vieux, Fragile, Mature, Plus pour les personnes de > 40 ans, Relativement cher (p/r à H&M etc.), Grande surface, Pas pour les jeunes, Diversifié, Rentabilité, Old fashion, Moyen, Pratique, Prix honnête, Produits de base, Sérieux vu l'âge de la marque, Diversifiée (taille), Achalandé, Proximité, Prix bas, Responsable, **Vieux**, Choix, Simple, Pas à la mode, Sympa, Jeune.

C&A et la collection #wearthechange

La campagne #wearthechange eu lieu afin de promouvoir la collection capsule éthique de C&A. La marque a en effet mis en place plusieurs actions afin de répondre à la demande écologique actuelle. Ces actions vont plus loin que le produit en lui-même mais portent également sur la chaîne de production, sur la qualité de travail des employés, la mise en place d'énergies renouvelables au sein des magasins, etc.

Connaissiez-vous la campagne #wearthechange de C&A ?	
Oui	8,6%
Non	91,4%

Si oui...

Etiez-vous au courant que la marque se dirige vers une gestion plus respectueuse de l'environnement ?	
Oui	66,7%
Non	33,3%

Comment en avez-vous entendu parler ?	
Publicité dans les magasins physiques	44,4%
Publicité sur le site internet de la marque	33,3%
Affichage extérieur	22,2%
TV	0%
Radio	0%
Presse	11,1%
Réseaux sociaux	0%
Bouche-à-oreille	33,3%

Est-ce un élément qui vous a convaincu de passer à l'achat ?	
Oui	33,3%
Non	66,7%

Après avoir pris connaissance des actions mises en place par la marque, votre image de cette dernière a-t-elle changé ?	
Oui	66,7%
Non	33,3%

Si non...

Après avoir pris connaissance des actions de C&A, êtes-vous intéressé par ce que la marque propose ?	
Oui	68,4%
Non	31,6%

Pensez-vous que cela peut-être un élément vous permettant de passer à l'achat ?	
Oui	65,3%
Non	34,7%

Après avoir pris connaissance des actions mises en place par la marque, votre image de cette dernière a-t-elle changé ?	
Oui	42,1%
Non	57,9%

Si oui, décrivez en quelques mots la nouvelle image que vous avez de la marque. (Les adjectifs cités plus de deux fois sont soulignés en gras)

Vieillot, **Cheap**, **Responsable**, Simple, Economique (mais surfant sur la vague), **Ethique**, Faux semblant, Peu cher, Mauvaise qualité, Renouvellement, **Changement** et environnement, Plus responsable mais peut-être juste marketing, Progressif, **Impliqué**, Evolutif, Innovante, Changée, **Intéressant**, Bon changement, **Classique**, Sympathique, En questionnement, **Accessible**, **Ecologique**, Evolution, **Respectueux**, Fiable, Surprenant, En transition, Changeante, Adaptabilité, Voulant faire une différence, Bon marché, Peuple, **Engagée**, **Familiale**, **Abordable**, Qualité, Environnement, Proximité, Pérenne, Soucieux de l'environnement, Greenwashing, Efforts, Mode, Attentionné, Juste, Appliquée
Respect, Bien-être, Réfléchi, Développement, Plus vert, Profit, Individualisme, Rentabilité, Old-fashion, Prix, **Respectueux de l'environnement**, Remise en question, Innovation, Consciente, **Durable**, Un exemple pour d'autres chaînes de vente de grande distribution, société engagée, **Plus sympathique**, Veut changer, Eco-friendly.

Si non...

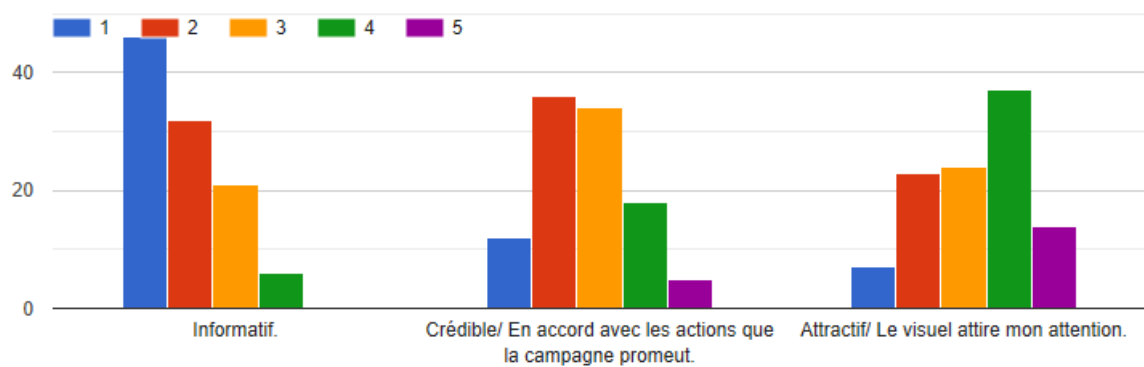
Pourquoi votre perception n'a-t-elle pas changé ?	
« Je n'ai pas confiance sur ce que déclare la marque à propos de ses actions »	3,6%
« Je pense qu'il s'agit surtout d'un argument de vente et non d'une réelle volonté de changement de la marque »	44,6%
« J'ai besoin de plus d'informations pour être convaincu(e) »	66,1%
« J'ai besoin d'une opinion extérieure (presse, expert, etc.) sur la véracité des actions mises en place pour être convaincu(e) »	53,6%

Votre opinion sur les visuels suivants.

Visuel 1

Sur une échelle de 1 à 5 (1 étant peu élevé et 5 très élevé), comment évalueriez-vous l'image 1 ?	
Informatif.	Moyenne = 1,88
Crédible/ En accord avec les actions que la campagne promeut.	Moyenne = 2,69
Attractif/ Le visuel attire mon attention.	Moyenne = 3,27

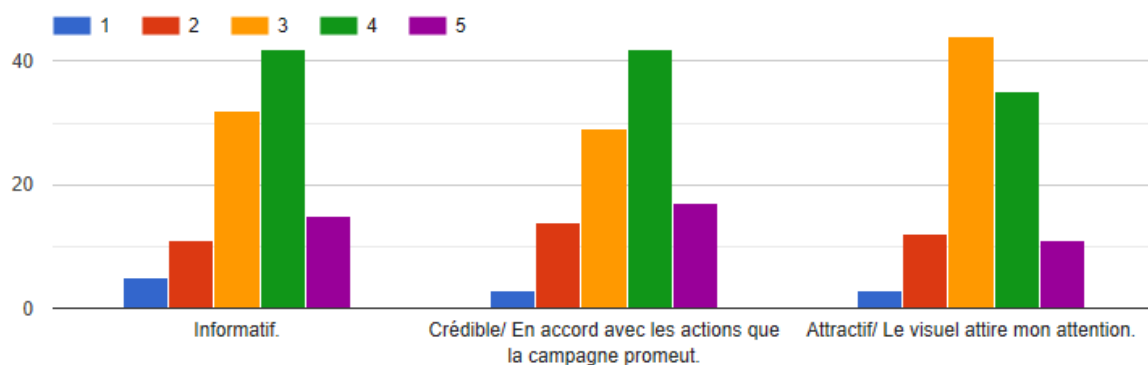
Sur une échelle de 1 à 5 (1 étant peu élevé et 5 très élevé), comment évalueriez-vous l'image 1 ?



Visuel 2

Sur une échelle de 1 à 5 (1 étant peu élevé et 5 très élevé), comment évalueriez-vous l'image 1 ?	
Informatif.	Moyenne = 3,49
Crédible/ En accord avec les actions que la campagne promeut.	Moyenne = 3,53
Attractif/ Le visuel attire mon attention.	Moyenne = 3,37

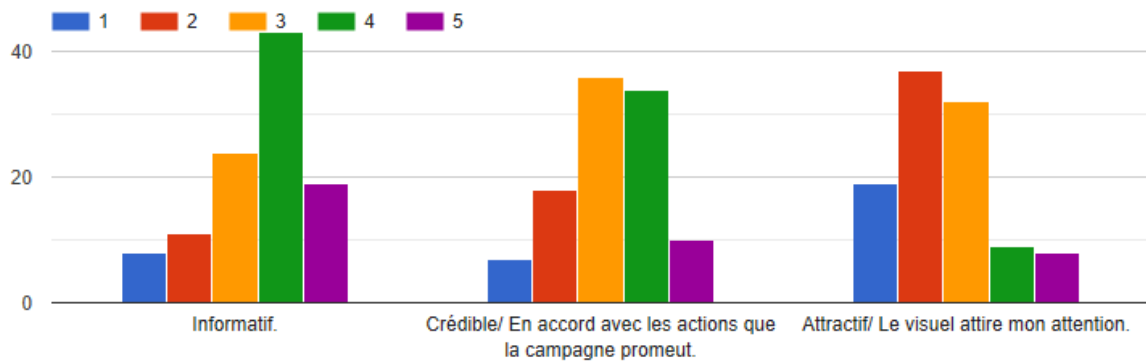
Sur une échelle de 1 à 5 (1 étant peu élevé et 5 très élevé), comment évalueriez-vous l'image 2 ?



Visuel 3

Sur une échelle de 1 à 5 (1 étant peu élevé et 5 très élevé), comment évalueriez-vous l'image 1 ?	
Informatif.	Moyenne = 3,51
Crédible/ En accord avec les actions que la campagne promet.	Moyenne = 3,21
Attractif/ Le visuel attire mon attention.	Moyenne = 2,52

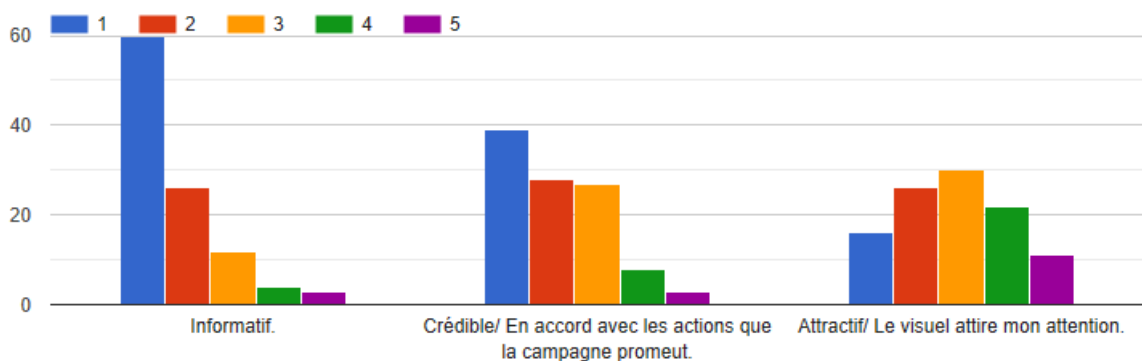
Sur une échelle de 1 à 5 (1 étant peu élevé et 5 très élevé), comment évalueriez-vous l'image 3 ?



Visuel 4

Sur une échelle de 1 à 5 (1 étant peu élevé et 5 très élevé), comment évalueriez-vous l'image 1 ?	
Informatif.	Moyenne = 1,7
Crédible/ En accord avec les actions que la campagne promet.	Moyenne = 2,12
Attractif/ Le visuel attire mon attention.	Moyenne = 2,87

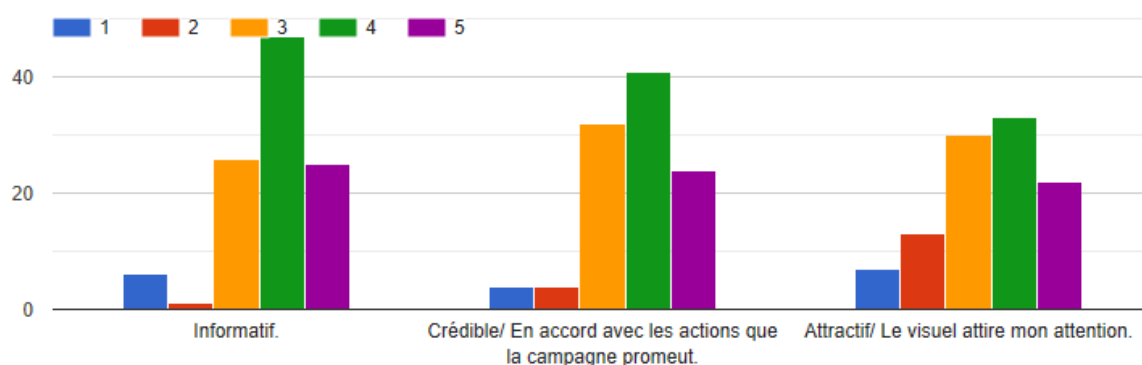
Sur une échelle de 1 à 5 (1 étant peu élevé et 5 très élevé), comment évalueriez-vous l'image 4 ?



Visuel 5

Sur une échelle de 1 à 5 (1 étant peu élevé et 5 très élevé), comment évalueriez-vous l'image 1 ?	
Informatif.	Moyenne = 3,8
Crédible/ En accord avec les actions que la campagne promet.	Moyenne = 3,73
Attractif/ Le visuel attire mon attention.	Moyenne = 3,48

Sur une échelle de 1 à 5 (1 étant peu élevé et 5 très élevé), comment évalueriez-vous l'image 5 ?



Informations personnelles.

Vous êtes ?	
Un homme	14,3%
Une femme	83,8%
Je ne souhaite pas le préciser	1,9%

Quel est votre âge ?	
< 18 ans	1%
19- 30 ans	61,9%
31- 50 ans	25,7%
51- 60 ans	9,5%
> 60 ans	1,9%

Quelle est votre profession ?	
Etudiant(e)	33,3%
Sans-emploi	6,7%
Employé(e)	42,9%
Indépendant(e)	4,8%
Cadre/ Directeur	11,4%
Retraité(e)	1%