

**Louvain School of Management**

**Etude de l'impact de la perception  
du greenwashing dans l'industrie  
de la fast fashion sur l'image de  
marque et l'intention d'achat des  
consommateurs âgés de 18 à 35  
ans**

Auteures: Chouli Sarah & Elamri Meryam  
Promoteur: Professeur Gordy Pleyers  
Année académique 2022-2023  
Mémoire de recherche en vue d'obtenir le titre de  
Master en sciences de gestion, à finalité spécialisée  
Horaire de jour

## Table des matières

Annexes .....	1
Annexe I : Questionnaire Google Forms.....	1
Annexe II : Réponses du questionnaire Google Forms.....	4
Annexe III : Echelles de mesure .....	9
Annexe IV : Matrice Hypothèses/Items .....	10
Annexe V : Alpha de Cronbach.....	11
Annexe VI : Relation entre le niveau d'éducation et la perception du greenwashing – Test Tukey .....	12

# Annexes

## Annexe I : Questionnaire Google Forms

### Enquête sur la perception du Greenwashing

Nous sommes des étudiantes en dernière année de Master et nous effectuons une étude sur le Greenwashing dans la publicité des marques de fast fashion.

Votre participation à ce questionnaire est essentielle pour nous. Cela ne prendra que quelques minutes et vos réponses resteront confidentielles.

Définition de termes nécessaires à la compréhension de ce questionnaire :

Le **Greenwashing** se produit lorsque les entreprises exagèrent leurs pratiques environnementales ou les avantages écologiques de leurs produits ou services pour tromper les consommateurs.  
Par exemple, une marque peut prétendre qu'un vêtement est entièrement fabriqué à partir de matériaux recyclés, mais en réalité, seule une petite partie du vêtement est réellement recyclée, le reste étant fabriqué à partir de matériaux non écologiques.

La **Fast Fashion** correspond à la fabrication en grande quantité de vêtements et d'accessoires à des prix abordables et d'une qualité généralement inférieure. Des exemples de marques de fast fashion sont Shein, Zara et H&M.

meryamelamri@gmail.com [Changer de compte](#)

Non partagé

\* Indique une question obligatoire

#### Consommez-vous de la Fast Fashion ? (ex: Zara, H&M, Shein, Bershka, etc) \*

Oui  
 Non

#### Raisons

Pour quelle(s) raisons ne consommez-vous pas de Fast Fashion? \*

Risque de greenwashing  
 Préférence pour les alternatives plus écologiques (seconde main, marques écologiques,...)  
 Mauvaise qualité des produits  
 Impact négatif sur l'environnement  
 Mauvaises conditions de travail dans les usines de fabrication  
 Autre : \_\_\_\_\_

#### Age

Quel âge avez-vous? \*

Moins de 18 ans  
 Entre 18 ans et 25 ans  
 Entre 26 ans et 35 ans  
 Plus de 35 ans

#### Questions générales

Avez-vous déjà entendu parler du terme "Greenwashing" avant cette enquête? \*

Oui  
 Non

Veillez indiquer une fourchette budgétaire approximative pour vos achats de fast fashion. \*

Moins de 50 euros  
 Entre 50 et 100 euros  
 Entre 100 et 200 euros  
 Plus de 200 euros

À quelle fréquence achetez-vous des produits de fast fashion ? \*

Plusieurs fois par mois  
 Environ une fois par mois  
 Tous les deux mois  
 Environ tous les trois mois  
 Moins souvent

#### Réseaux Sociaux

Suivez-vous des marques de Fast Fashion sur les réseaux sociaux ? \*

Oui  
 Non

#### Plateformes de Réseaux Sociaux

Parmi les plateformes suivantes, sur le(s) quelle(s) les suivez-vous? \*

Instagram  
 Facebook  
 Twitter  
 Snapchat  
 YouTube  
 TikTok  
 LinkedIn

### Degré de sensibilité à l'environnement

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : (1= Pas du tout d'accord ; 7= Tout à fait d'accord)

	1. Pas du tout d'accord	2. En désaccord	3. Légèrement en désaccord	4. Ni d'accord, ni en désaccord	5. Légèrement d'accord	6. D'accord
La protection de l'environnement est l'une de mes principales priorités.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je ressens de la culpabilité lorsque je ne me comporte pas de manière respectueuse de l'environnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je me sens profondément concerné(e) par les problèmes environnementaux.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'accorde une grande importance à la préservation des ressources naturelles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis prêt(e) à modifier mes habitudes de consommation pour réduire mon impact sur l'environnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Attitude envers la Fast Fashion

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes: (1= Pas du tout d'accord ; 7= Tout à fait d'accord)

	1. Pas du tout d'accord	2. En désaccord	3. Légèrement en désaccord	4. Ni d'accord, ni en désaccord	5. Légèrement d'accord	6. D'accord
J'estime que la fast fashion est une industrie qui encourage la surconsommation et le gaspillage.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'estime que la fast fashion a un impact négatif sur l'environnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je me sens coupable lorsque j'achète des vêtements de fast fashion en raison de leurs impacts environnementaux.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Perception de Greenwashing

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes: (1= Pas du tout d'accord ; 7= Tout à fait d'accord)

	1. Pas du tout d'accord	2. En désaccord	3. Légèrement en désaccord	4. Ni d'accord, ni en désaccord	5. Légèrement d'accord	6. D'accord
Les marques de fast fashion utilisent des images et des slogans liés à la nature et à l'écologie pour manipuler les consommateurs.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les déclarations environnementales des marques de fast fashion ne sont pas soutenues par des preuves concrètes ou des certifications authentiques.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les communications environnementales des marques de fast fashion sont souvent exagérées.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les marques de fast fashion font semblant d'être écologiques en mettant en avant quelques actions, mais en réalité, elles ne sont pas respectueuses de l'environnement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les marques de fast fashion utilisent des termes vagues et ambigus dans leurs publicités pour donner l'impression qu'elles sont écologiques, même si ce n'est pas le cas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Réactions, image de marque et Intention d'achat

Pour pouvoir répondre à cette dernière section, imaginez que vous découvrez \* que les efforts environnementaux d'une marque de Fast Fashion que vous consommez ne correspondent pas à la réalité (c'est-à-dire qu'elle utilise du Greenwashing).

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : (1= Pas du tout d'accord ; 7= Tout à fait d'accord)

1. Pas du tout d'accord    2. En désaccord    3. Légèrement en désaccord    4. Ni d'accord, ni en désaccord    5. Légèrement d'accord    6. D'accord    7. D'accord d'

La marque est perçue comme moins crédible en raison de son utilisation de greenwashing.

Je suis moins enclin(e) à faire confiance à la marque à cause de son utilisation de greenwashing.

Je suis plus susceptible de parler négativement de la marque sur les réseaux sociaux.

Je suis moins enclin(e) à m'engager avec le contenu et les campagnes de la marque sur les réseaux sociaux.

La découverte du greenwashing de la marque augmente ma volonté de chercher des alternatives plus écologique.

Ma fidélité envers la marque diminue après avoir découvert l'utilisation de greenwashing.

Je me sens déçu(e) après la découverte de son utilisation de greenwashing.

Je suis moins enclin(e) à recommander la marque à mes amis et ma famille suite à la

ur 3 erte du washing.

Je me sens trahi(e) après la découverte de son utilisation de greenwashing.

Il y a un risque élevé que je boycotte la marque en raison de son utilisation de greenwashing.

Consommation de Fast Fashion malgré le Greenwashing

Seriez-vous enclin(e) à acheter ou à continuer d'acheter des produits d'une marque de Fast Fashion si vous pensez qu'elle utilise des pratiques de Greenwashing? \*

- Oui
- Non

Consommation de Fast Fashion malgré la présence de Greenwashing

Pour quelle(s) raisons continuerez-vous à consommer de la Fast Fashion malgré la présence de Greenwashing? \*

- Je n'ai pas encore trouvé d'alternatives écologique suffisamment attrayantes pour remplacer mes achats de fast fashion.
- Mes contraintes budgétaires me poussent à continuer d'acheter de la fast fashion malgré la présence de greenwashing.
- Je considère que mon impact individuel sur l'environnement est limité, ce qui diminue ma motivation à changer mes habitudes d'achat malgré le greenwashing.
- J'ai tendance à suivre l'influence de mon entourage qui m'encourage à acheter de la fast fashion, même si je suis conscient(e) du greenwashing.
- Le style et les tendances de la fast fashion sont plus importants pour moi que les préoccupations liées au greenwashing.
- Autre : \_\_\_\_\_

Informations démographiques

Vous êtes ... \*

- Un homme
- Une femme
- Autre : \_\_\_\_\_

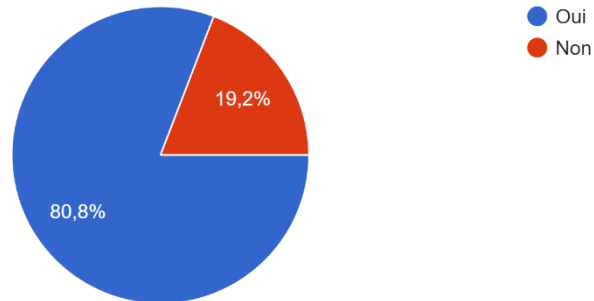
Quel est votre niveau d'éducation le plus élevé? \*

- Enseignement primaire ou inférieur
- Enseignement secondaire
- Enseignement supérieur non universitaire (bachelier, graduat, etc.)
- Enseignement universitaire de premier cycle (bachelor, licence, etc.)
- Enseignement universitaire de deuxième cycle (master, maîtrise, etc.)
- Enseignement universitaire de troisième cycle (doctorat, etc.)

## Annexe II : Réponses du questionnaire Google Forms

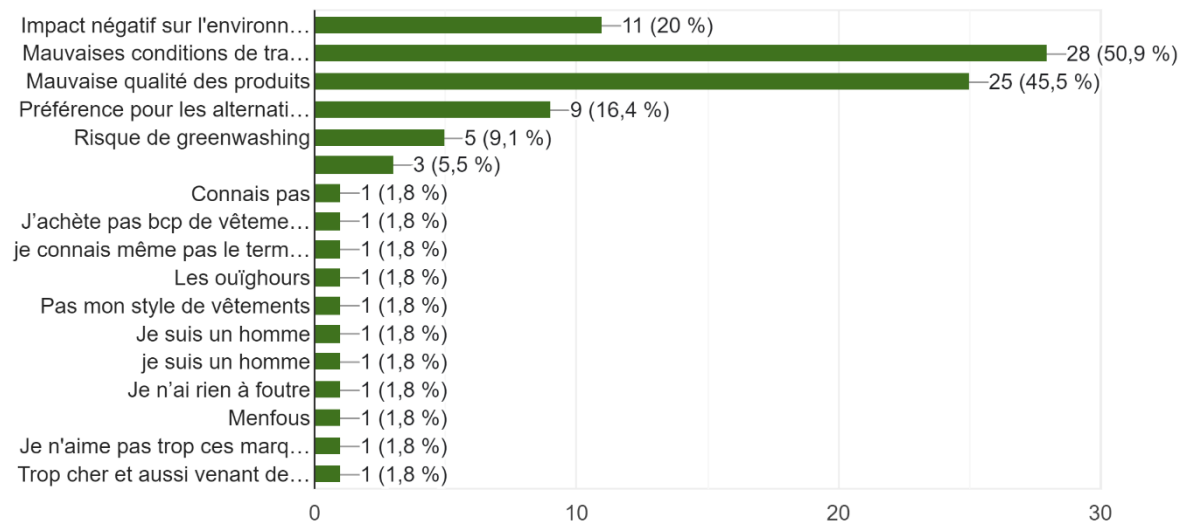
Consommez-vous de la Fast Fashion ? (ex: Zara, H&M, Shein, Bershka, etc)

287 réponses



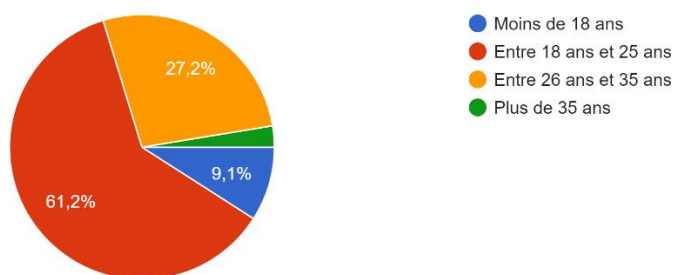
Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas de Fast Fashion?

55 réponses



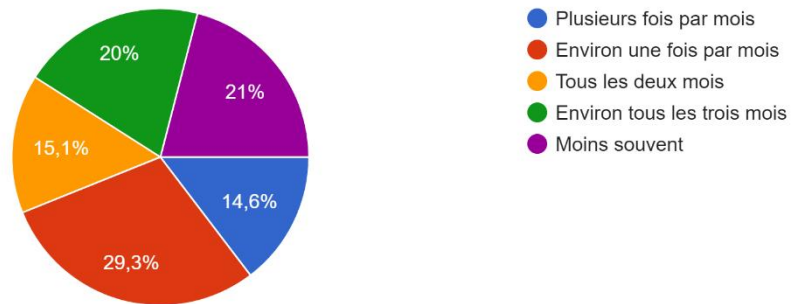
Quel âge avez-vous?

232 réponses



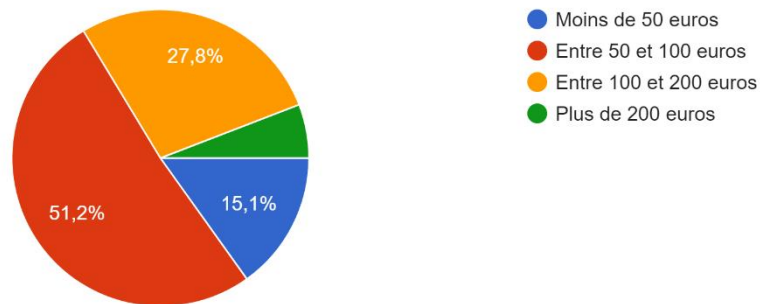
À quelle fréquence achetez-vous des produits de fast fashion ?

205 réponses



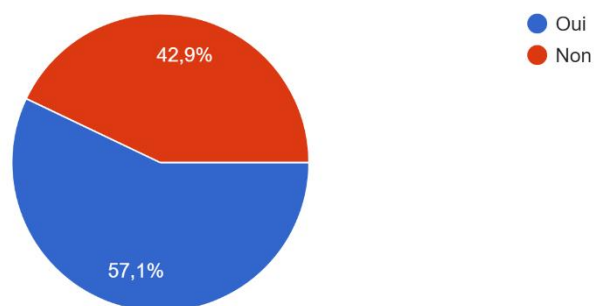
Veillez indiquer une fourchette budgétaire approximative pour vos achats de fast fashion.

205 réponses



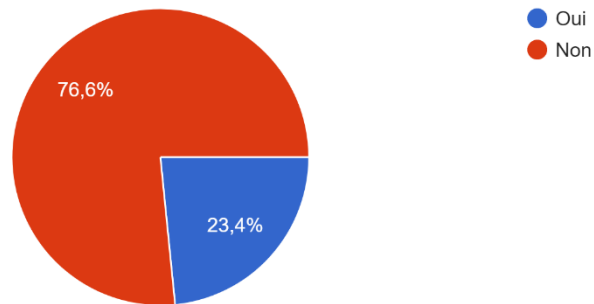
Avez-vous déjà entendu parler du terme "Greenwashing" avant cette enquête?

205 réponses



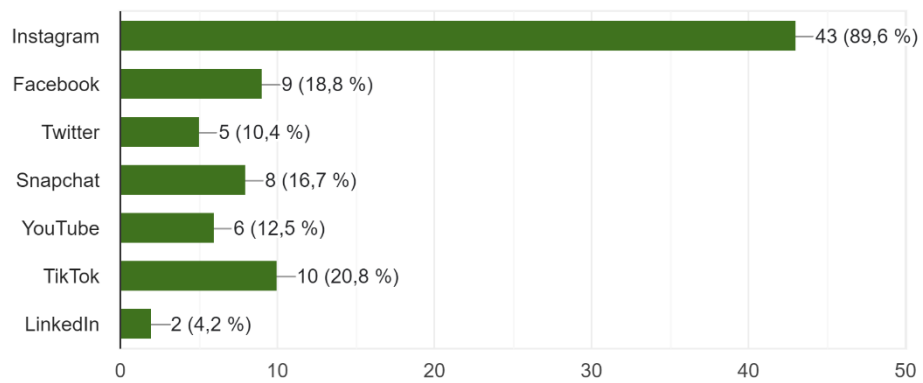
## Suivez-vous des marques de Fast Fashion sur les réseaux sociaux ?

205 réponses

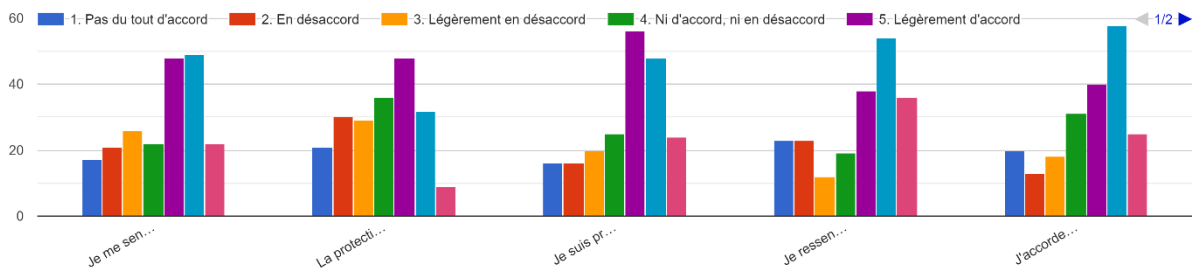


## Parmi les plateformes suivantes, sur le(s) quelle(s) les suivez-vous?

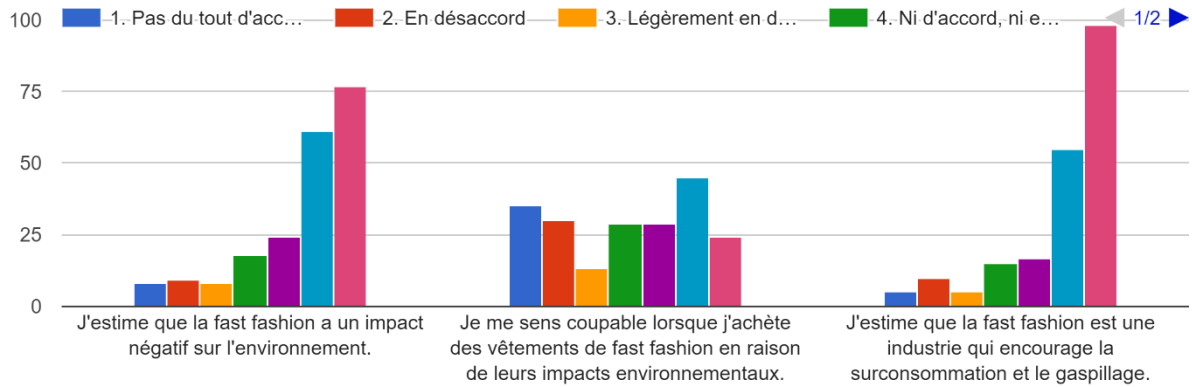
48 réponses



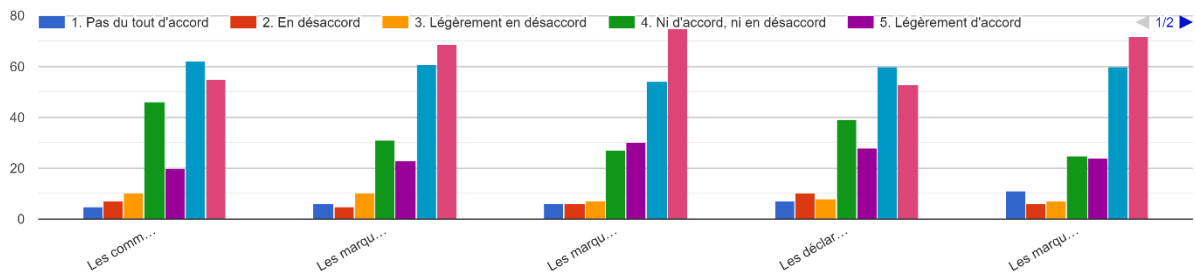
Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes : (1= Pas du tout d'accord ; 7= Tout à fait d'accord)



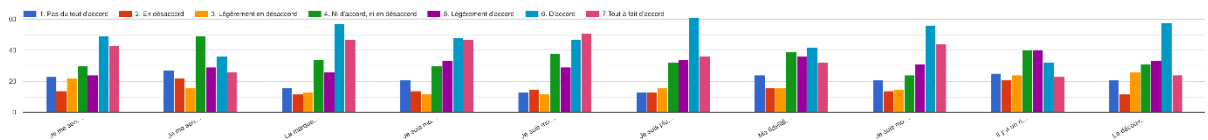
Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes: (1= Pas du tout d'accord ; 7= Tout à fait d'accord)



Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes: (1= Pas du tout d'accord ; 7= Tout à fait d'accord)

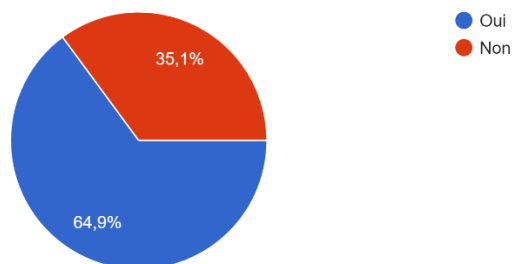


Pour pouvoir répondre à cette dernière section, imaginez que vous découvrez que les efforts environnementaux d'une marque de Fast Fashion que vous consommez ne correspondent pas à la réalité (c'est-à-dire qu'elle utilise du Greenwashing). Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes: (1= Pas du tout d'accord; 7= Tout à fait d'accord)



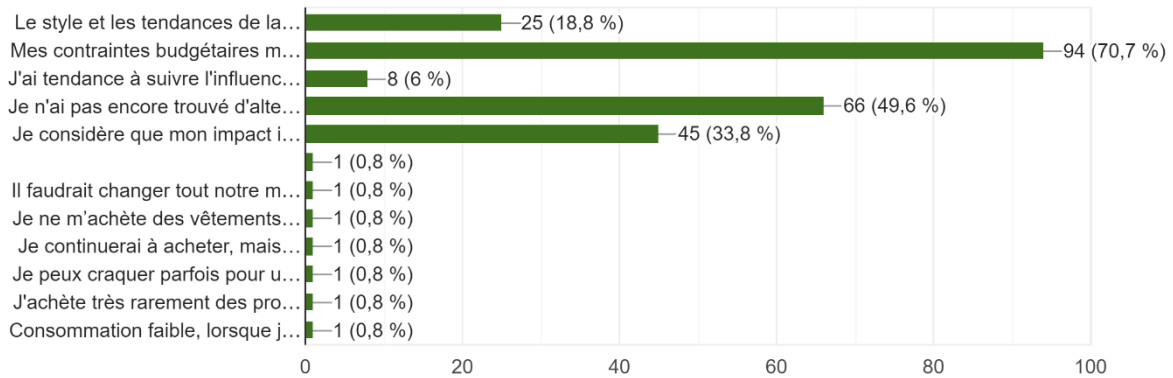
Seriez-vous enclin(e) à acheter ou à continuer d'acheter des produits d'une marque de Fast Fashion si vous pensez qu'elle utilise des pratiques de Greenwashing?

205 réponses



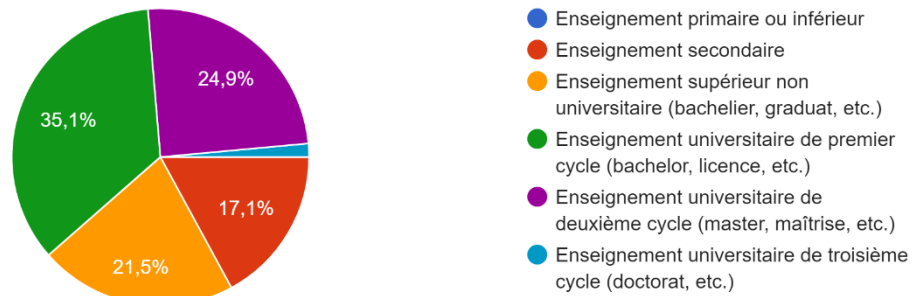
## Pour quelle(s) raisons continuerez-vous à consommer de la Fast Fashion malgré la présence de Greenwashing ?

133 réponses



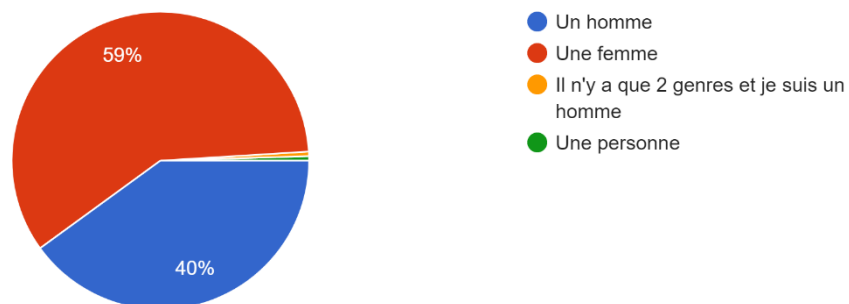
## Quel est votre niveau d'éducation le plus élevé?

205 réponses



## Vous êtes ...

205 réponses



### Annexe III : Echelles de mesure

<b>Degré de sensibilité environnementale</b>	7.1 Je me sens profondément concerné(e) par les problèmes environnementaux.
	7.2 La protection de l'environnement est l'une de mes principales priorités.
	7.3 Je suis prêt(e) à modifier mes habitudes de consommation pour réduire mon impact sur l'environnement.
	7.4 Je ressens de la culpabilité lorsque je ne me comporte pas de manière respectueuse de l'environnement.
	7.5 J'accorde une grande importance à la préservation des ressources naturelles.
<b>Attitude envers la fast fashion</b>	8.1 J'estime que la fast fashion a un impact négatif sur l'environnement.
	8.2 Je me sens coupable lorsque j'achète des vêtements de fast fashion en raison de leurs impacts environnementaux.
	8.3 J'estime que la fast fashion est une industrie qui encourage la surconsommation et le gaspillage.
<b>Perception du greenwashing</b>	9.1 Les communications environnementales des marques de fast fashion sont souvent exagérées.
	9.2 Les marques de fast fashion font semblant d'être écologiques en mettant en avant quelques actions, mais en réalité, elles ne sont pas respectueuses de l'environnement.
	9.3 Les marques de fast fashion utilisent des images et des slogans liés à la nature et à l'écologie pour manipuler les consommateurs.
	9.4 Les déclarations environnementales des marques de fast fashion ne sont pas soutenues par des preuves concrètes ou des certifications authentiques.
	9.5 Les marques de fast fashion utilisent des termes vagues et ambigus dans leurs publicités pour donner l'impression qu'elles sont écologiques, même si ce n'est pas le cas.
<b>Emotions de déception et de trahison</b>	10.1 Je me sens déçu(e) après la découverte de son utilisation de greenwashing
	10.2 Je me sens trahi(e) après la découverte de son utilisation de greenwashing
<b>Image de marque</b>	10.3 La marque est perçue comme moins crédible en raison de son utilisation de greenwashing
	10.4 Je suis moins enclin(e) à faire confiance à la marque à cause de son utilisation de greenwashing
	10.5 Je suis moins enclin(e) à m'engager avec le contenu et les campagnes de la marque sur les réseaux sociaux
	10.6 Je suis plus susceptible de parler négativement de la marque à mon entourage
<b>Intention d'achat</b>	10.7 Ma fidélité envers la marque diminue après avoir découvert l'utilisation de greenwashing.
	10.8 Je suis moins enclin(e) à recommander la marque à mes amis et ma famille suite à la découverte du greenwashing.
	10.9 Il y a un risque élevé que je boycotte la marque en raison de leur utilisation de greenwashing.
	10.10 La découverte du greenwashing de la marque augmente ma volonté de chercher des alternatives plus écologiques.

Annexe IV : Matrice Hypothèses/Items

	<b>H1</b>	<b>H2</b>	<b>H3</b>	<b>H4a</b>	<b>H4b</b>	<b>H5a</b>	<b>H5b</b>
Item 7.1			X				
Item 7.2			X				
Item 7.3			X				
Item 7.4			X				
Item 7.5			X				
Item 8.1						X	X
Item 8.2						X	X
Item 8.3						X	X
Item 9.1	X	X	X	X	X	X	X
Item 9.2	X	X	X	X	X	X	X
Item 9.3	X	X	X	X	X	X	X
Item 9.4	X	X	X	X	X	X	X
Item 9.5	X	X	X	X	X	X	X
Item 10.1				X	X		
Item 10.2				X	X		
Item 10.3	X			X		X	
Item 10.4	X			X		X	
Item 10.5	X			X		X	
Item 10.6	X			X		X	
Item 10.7		X			X		X
Item 10.8		X			X		X
Item 10.9		X			X		X
Item 10.10		X			X		X

## Annexe V : Alpha de Cronbach

### a) Echelle de mesure – Perception du Greenwashing

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,938	5

### b) Echelle de mesure – Degré de sensibilité

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,886	5

### c) Echelle de mesure – Attitude envers la Fast fashion

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,794	3

### d) Echelle de mesure – Emotions

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,900	2

### e) Echelle de mesure – Image de marque

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,914	4

### f) Echelle de mesure – Intention d'achat

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,910	4

## Annexe VI : Relation entre le niveau d'éducation et la perception du greenwashing – Test Tukey

### Comparaisons multiples :

Variable dépendante: Perception du greenwashing

Différence significative de Tukey

(I) Quel est votre niveau d'éducation le plus élevé?	(J) Quel est votre niveau d'éducation le plus élevé?	Différence moyenne (I-J)	Erreur standard	Sig.	95% Intervalle de confiance	
					Borne inférieure	Borne supérieure
Enseignement secondaire	Enseignement supérieur non universitaire (bachelier, graduat, etc.)	-,01299	,31741	1,000	-,8868	,8608
	Enseignement universitaire de deuxième cycle (master, maîtrise, etc.)	-,48571	,30761	,513	-1,3325	,3611
	Enseignement universitaire de premier cycle (bachelor, licence, etc.)	-,61627	,28877	,210	-1,4112	,1787
	Enseignement universitaire de troisième cycle (doctorat, etc.)	,98095	,84307	,772	-1,3399	3,3018
Enseignement supérieur non universitaire (bachelier, graduat, etc.)	Enseignement secondaire	,01299	,31741	1,000	-,8608	,8868
	Enseignement universitaire de deuxième cycle (master, maîtrise, etc.)	-,47273	,28835	,474	-1,2665	,3210
	Enseignement universitaire de premier cycle (bachelor, licence, etc.)	-,60328	,26816	,166	-1,3415	,1349
	Enseignement universitaire de premier cycle (bachelor, licence, etc.)	-,60328	,26816	,166	-1,3415	,1349
	Enseignement universitaire de troisième cycle (doctorat, etc.)	,99394	,83623	,758	-1,3081	3,2959
Enseignement universitaire de deuxième cycle (master, maîtrise, etc.)	Enseignement secondaire	,48571	,30761	,513	-,3611	1,3325
	Enseignement supérieur non universitaire (bachelier, graduat, etc.)	,47273	,28835	,474	-,3210	1,2665
	Enseignement universitaire de premier cycle (bachelor, licence, etc.)	-,13056	,25649	,986	-,8366	,5755
	Enseignement universitaire de troisième cycle (doctorat, etc.)	1,46667	,83256	,399	-,8252	3,7586
Enseignement universitaire de premier cycle (bachelor, licence, etc.)	Enseignement secondaire	,61627	,28877	,210	-,1787	1,4112
	Enseignement supérieur non universitaire (bachelier, graduat, etc.)	,60328	,26816	,166	-,1349	1,3415
	Enseignement universitaire de deuxième cycle (master, maîtrise, etc.)	,13056	,25649	,986	-,5755	,8366
	Enseignement universitaire de troisième cycle (doctorat, etc.)	1,59722	,82579	,303	-,6760	3,8705
Enseignement universitaire de troisième cycle (doctorat, etc.)	Enseignement secondaire	-,98095	,84307	,772	-3,3018	1,3399
	Enseignement supérieur non universitaire (bachelier, graduat, etc.)	-,99394	,83623	,758	-3,2959	1,3081
	Enseignement universitaire de deuxième cycle (master, maîtrise, etc.)	-1,46667	,83256	,399	-3,7586	,8252
	Enseignement universitaire de premier cycle (bachelor, licence, etc.)	-1,59722	,82579	,303	-3,8705	,6760

**UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN**  
**Louvain School of Management**

Place des Doyens, 1 bte L2.01.01, 1348 Louvain-la-Neuve  
Boulevard Emile Devreux 6, 6000 Charleroi, Belgique  
Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique

[www.uclouvain.be/lsm](http://www.uclouvain.be/lsm)