- 05 novembre 2026

NOTICE TECHNIQUE

Sondage d'opinion « Les Français et l'impact de la filière textile et chaussures »

Ipsos bva Refashion – Novembre 2026

ARTICLE 2 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Organisme ayant réalisé le sondage	IPSOS bva
▪ Commanditaires du sondage	Refashion
▪ Nombre de personnes interrogées	1000 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française, âgée de 18 ans et plus.
▪ Dates de réalisation des interviews	Du 02 au 05 octobre 2026
▪ Date de diffusion prévue	Mardi 3 novembre, 12h00 heures
▪ Questionnaire	Présenté intégralement dans le rapport d'étude ci-après

ARTICLE 3 – INFORMATIONS GENERALES

▪ Objet du sondage	Les Français et l'impact de la filière textile et chaussures - Ipsos bva pour Refashion
▪ Echantillon interrogé	1000 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française, âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas : sexe, âge, profession de la personne interrogée, catégorie d'agglomération, région.
▪ Mode de recueil	Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Online d'Ipsos
▪ Taux de non-réponse	Le taux de non-réponse (lorsqu'il est supérieur à 0) est présenté pour chaque question dans le rapport ci-après.
▪ Gratification des personnes interrogées	Chaque répondant a obtenu des points cumulables pour une valeur inférieure à 1 euro.
▪ Critères de redressement	Le redressement a été effectué à partir de la structure sociodémographique de la population française âgée de 18 ans et plus (sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle de la personne interrogée, région et catégorie d'agglomération).

Re_fashion



LES FRANÇAIS ET L'IMPACT DE LA FILIÈRE TEXTILE ET CHAUSSURES

Octobre 2026

Ipsos bva

Méthodologie

- **Cible et taille de l'échantillon**: 1000 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française, âgée de 18 ans et plus.

- **Dates de terrain**: du 2 au 5 octobre 2026

- **Mode de recueil:** online sur panel IIS

- Méthode des quotas avec les critères suivants : sexe, âge catégorie socio-économique de l'individu, région et catégorie d'agglomération

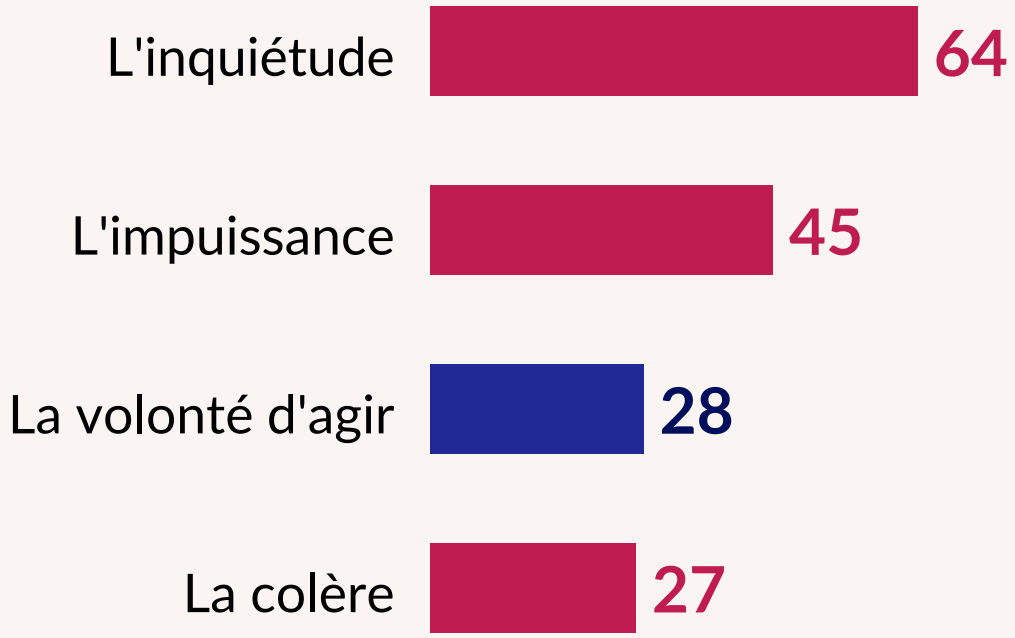




Si l’urgence écologique fait globalement consensus, les moyens d’agir divisent les Français

Face aux enjeux environnementaux et climatiques, les Français font part d'un fort sentiment d'inquiétude et d'impuissance

Question : Quand vous pensez aux enjeux environnementaux et climatiques, parmi les sentiments suivants quels sont ceux qui correspondent le mieux à votre état d'esprit actuel ?
Base : A tous (n=1000) – Total supérieur à 100% car plusieurs réponses possibles



88%

citent au moins un sentiment négatif

96% parmi les femmes de moins 35 ans contre 90% des hommes du même âge

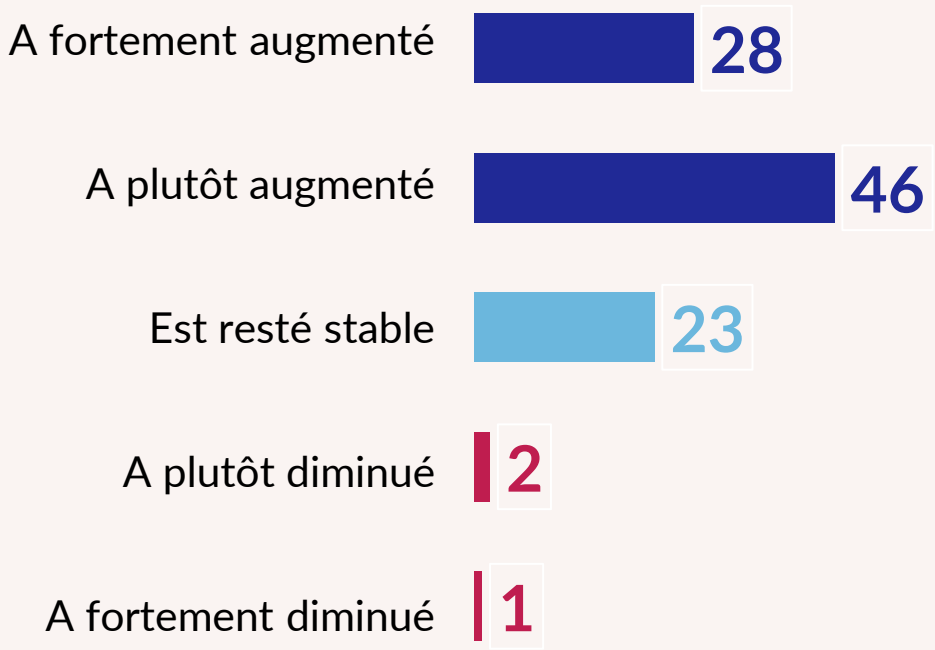
… dont **56% ne citent que des sentiments négatifs**

Le niveau de préoccupation face à ces enjeux a augmenté au cours des 5 dernières années

Question : Au cours des 5 dernières années, vous diriez que votre niveau de préoccupation face aux enjeux environnementaux et climatiques...
Base : A tous (n=1000)

74%

Des Français déclarent que leur niveau de préoccupation face aux enjeux environnementaux et climatiques a augmenté au cours des 5 dernières années



Dans ce cadre, une grande partie des Français s'accorde pour dire que les enjeux environnementaux et climatiques doivent s'imposer dans le débat et l'action publique

Question : Selon vous, les enjeux environnementaux et climatiques doivent-ils faire partie des sujets incontournables pour tous les candidats à l'élection présidentielle de 2027 ?
Base : A tous (n=1000)

87%

Des Français déclarent que les enjeux environnementaux et climatiques doivent faire partie des **sujets incontournables pour tous les candidats à l'élection présidentielle de 2027**

75%

Déclarent que ces enjeux **doivent être une priorité majeure (24%) ou importante (51%) pour le prochain quinquennat**

Entre pouvoir d'achat et écologie, les Français se montrent néanmoins très partagés

Question : De laquelle des 2 propositions suivantes, vous sentez-vous le plus proche ?
Base : A tous (n=1000)

47%

Il faut avant tout préserver le pouvoir d'achat des ménages, même si cela implique de ralentir la transition écologique

66% parmi les 50-64 ans

64% parmi les personnes ayant un niveau inférieur au bac

61% parmi les foyers gagnant moins de 1 250 € mensuels

VS

53%

Il faut avant tout accélérer la transition écologique, même si cela entraîne une hausse du coût de certains produits et services

57% parmi les moins de 35 ans

59% parmi les cadres supérieurs

61% parmi les personnes ayant un niveau égal ou supérieur à la licence

Sur les moyens d’agir, une opinion partagée entre incitation et réglementation

Question : De laquelle des 2 propositions suivantes, vous sentez-vous le plus proche ?
Base : A tous (n=1000)

48%

Pour réaliser la transition écologique, il faut surtout réglementer pour encadrer ou interdire certaines pratiques

VS

52%

Pour réaliser la transition écologique, il faut surtout informer et inciter les citoyens à modifier leurs comportements



Un impact environnemental de la filière reconnu par les Français qui se montrent disposés à agir…

… mais le passage à l’acte reste fragile

L’industrie textile et des chaussures est perçue comme l’un des secteurs ayant le plus d’impact sur l’environnement. Notamment le renouvellement trop fréquent des vêtements et chaussures

Question : Selon vous, pour chacun des secteurs d’activité suivants, diriez-vous que son impact sur l’environnement et le climat est très important, assez important, assez faible ou très faible ?
Base : A tous (n=1000)

	% Un impact négatif important
Le transport aérien	84
L’industrie automobile	80
Le secteur des transports, de la logistique	78
Le numérique	76
L’industrie textile et chaussures	**76**
Le secteur du loisir, du tourisme	66
La production d’énergie	65
La grande distribution	63
La construction et le bâtiment	60
L’agriculture	55

Question : D’après vous, quels sont les éléments qui contribuent le plus négativement à l’impact environnemental de la filière textile et chaussures ?
Base : A tous (n=1000)

58%

Pensent que le renouvellement trop fréquent des vêtements et des chaussures contribue le plus négativement à l’impact environnemental de la filière textile et chaussures

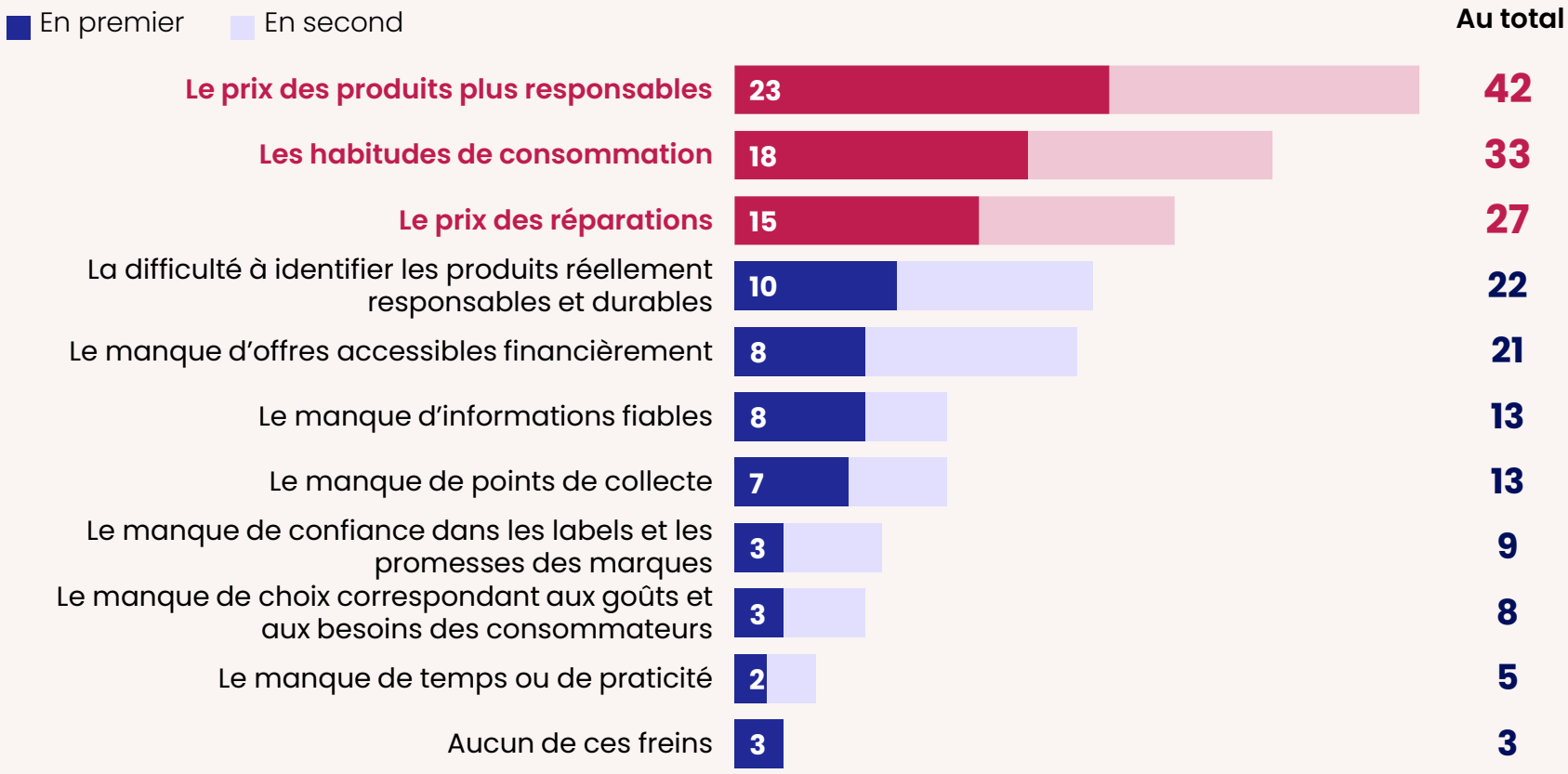
L’habillement ressort d’ailleurs comme le deuxième domaine dans lequel les Français sont prêts à agir pour réduire leur impact sur l’environnement

Question : D’une manière générale, dans quels domaines seriez-vous prêt à modifier ou à modifier davantage vos habitudes de consommation afin de réduire votre impact sur l'environnement et le climat ? En premier ? En second ?
Base : A tous (n=1000)

1. **Votre consommation d’énergie** (36%)
2. **Vos achats et consommation de vêtements et chaussures** (24%)
3. **Vos achats et consommation de biens** (23%)
4. **Vos déplacements au quotidien** (22%)
5. **Votre alimentation** (20%)
6. **Votre logement** (15%)

D’une manière générale, le prix reste le principal obstacle à une consommation responsable

Question : Selon vous, aujourd'hui, quels sont les principaux freins à des comportements et à une consommation de vêtements et chaussures plus responsables ? En premier, en second ?
Base : A tous (n=100) – Total supérieur à 100%



Selon les profils

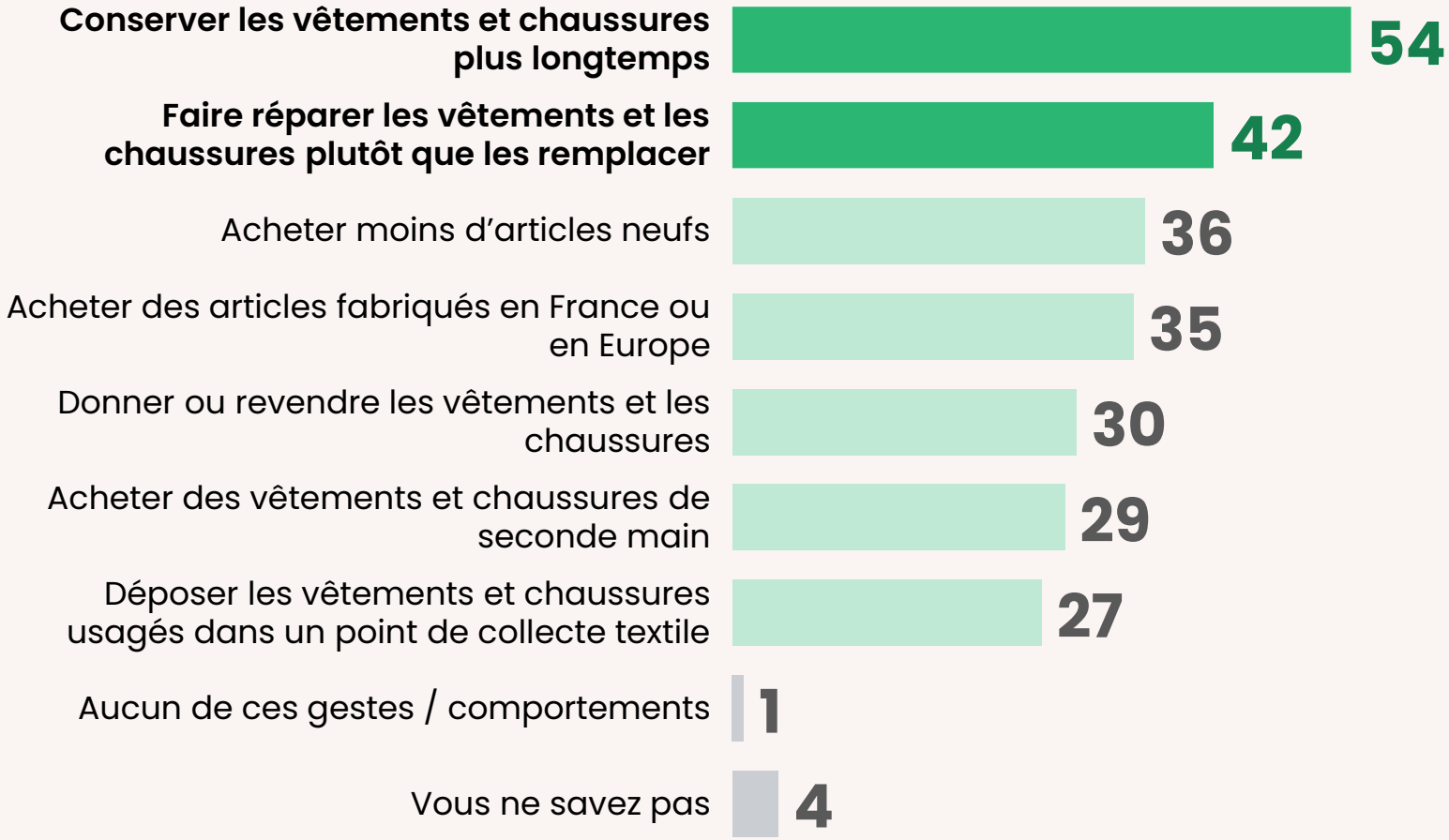
- **47%** des 35-49 ans et 46% des CSP+ citent le prix des produits plus responsables
- **26%** des foyers avec enfants et 25% des CSP- citent le manque d’offres accessibles financièrement



Les enjeux de la filière à horizon 2032

Conserver et réparer : les deux gestes les plus efficaces aux yeux des Français pour réduire l'impact du secteur

Question : Et d'après vous, quels sont les éléments qui contribuent le plus à réduire l'impact environnemental de la filière textile et chaussures ?
Base : A tous (n=1000) – Total supérieur à 100% car trois réponses possibles



Pour rappel : des gestes que les Français feraient eux-mêmes :

44%

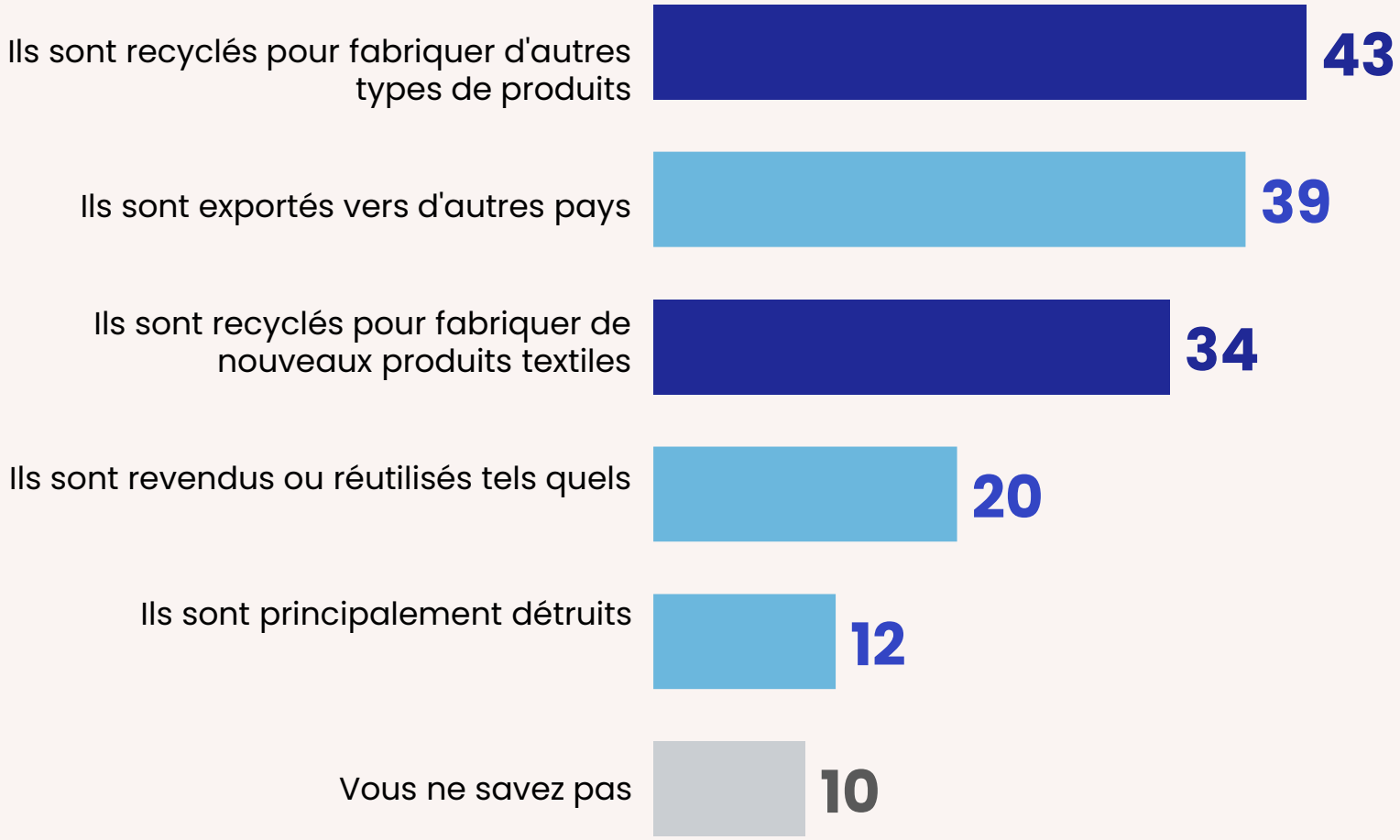
envisagent de conserver plus longtemps leurs vêtements et chaussures

30% / 27%

envisagent de donner à des proches ou à une association (30%) / de déposer en point de collecte (27%)

Un passage à l'acte qui peut être fragilisé par le manque d'informations sur le devenir des produits collectés

Question : Selon vous, que deviennent principalement les vêtements ou chaussures déposés dans un point de collecte ?
Base : A tous (n=1000) – Total supérieur à 100% car deux réponses possibles



61%

pensent que les textiles collectés sont recyclés (en nouveaux textiles ou en autres produits)

39%

pensent qu'ils sont exportés vers d'autres pays

La durabilité des produits constitue la priorité de la filière pour les Français, dont seulement 35% savent précisément que les vêtements et chaussures usagés constituent une matière qui peut avoir de la valeur

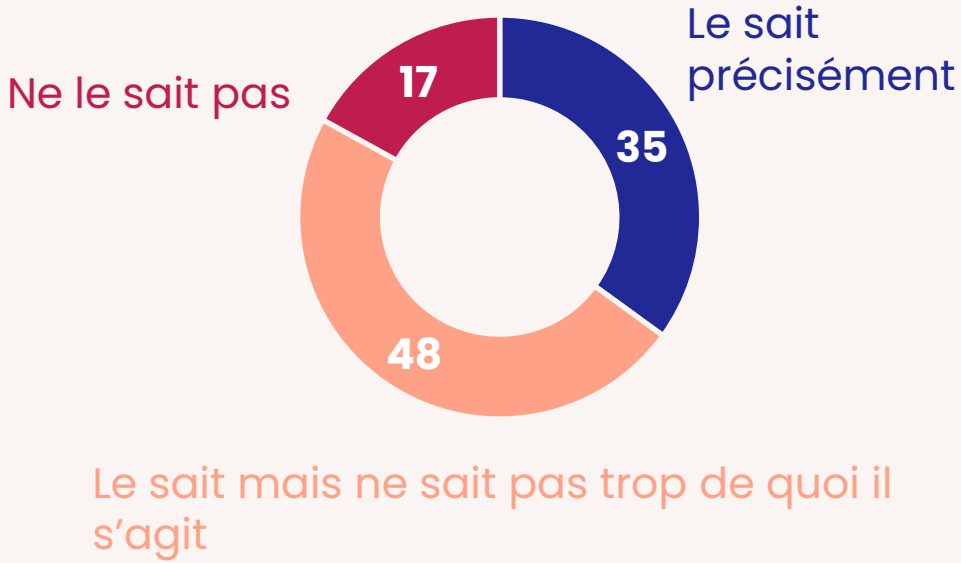
Question : Pour chacun des objectifs suivants visant à limiter l'impact de la filière textile et chaussures sur l'environnement, diriez-vous qu'il doit être dans les années à venir… ?
Base : A tous (n=1000)

1 **Prolonger la durée de vie des produits textiles et chaussures** *(un objectif prioritaire pour 54%)*

2 **Faire évoluer les modes de consommation vers des achats de produits textiles plus sobres et plus responsables** *(un objectif prioritaire pour 50%)*

3 **Faire des produits textiles et chaussures usagés une véritable ressource** *(un objectif prioritaire pour 43%)*

83% Des Français savaient que les vêtements et chaussures usagés constituent une matière qui peut avoir de la valeur

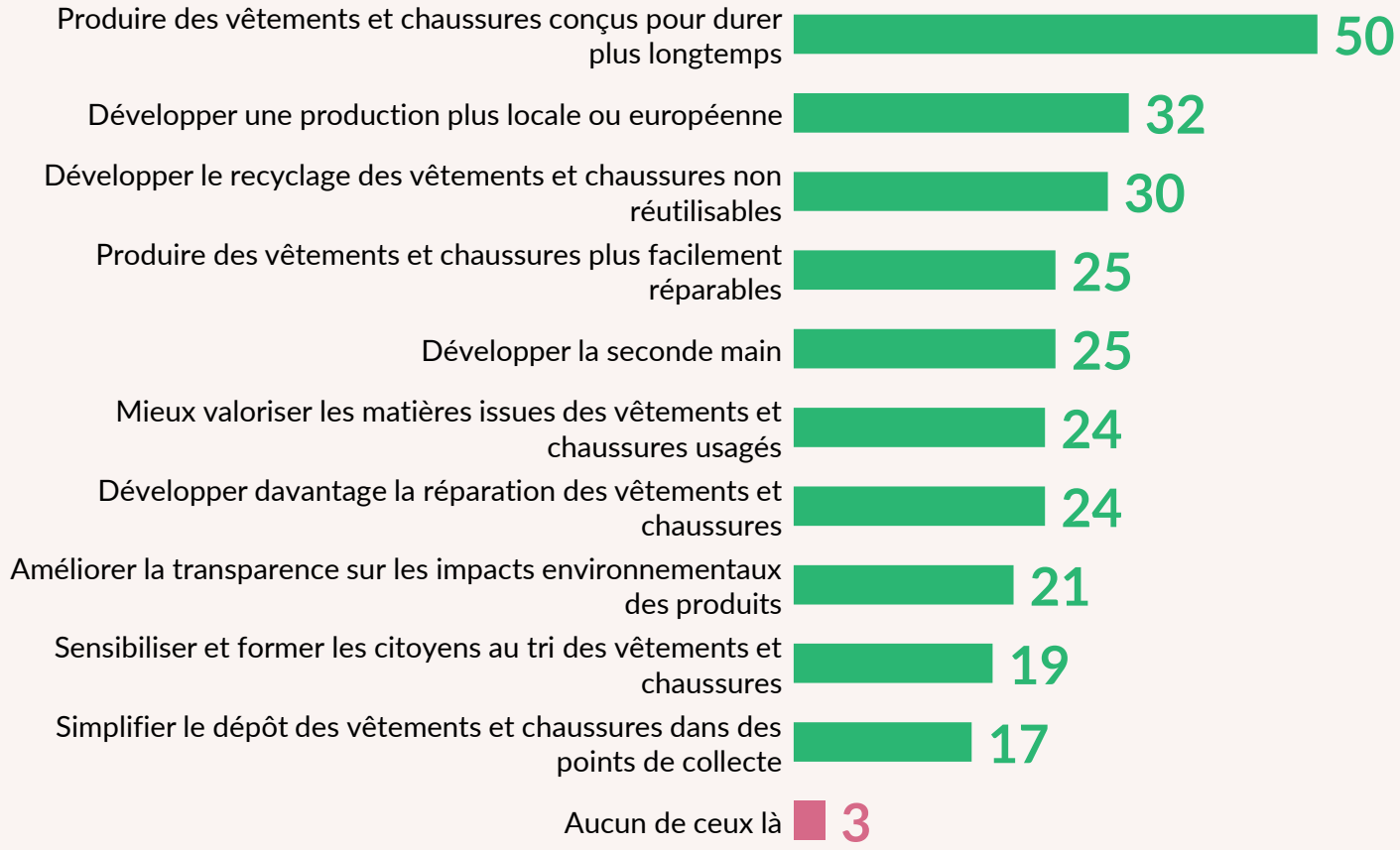


À horizon 2032, les Français attendent avant tout des vêtements et chaussures conçus pour durer plus longtemps

Question : Selon vous, une filière textile et chaussures plus responsable et durable à l'horizon 2032 doit avant tout veiller à...
Base : A tous (n=1000)

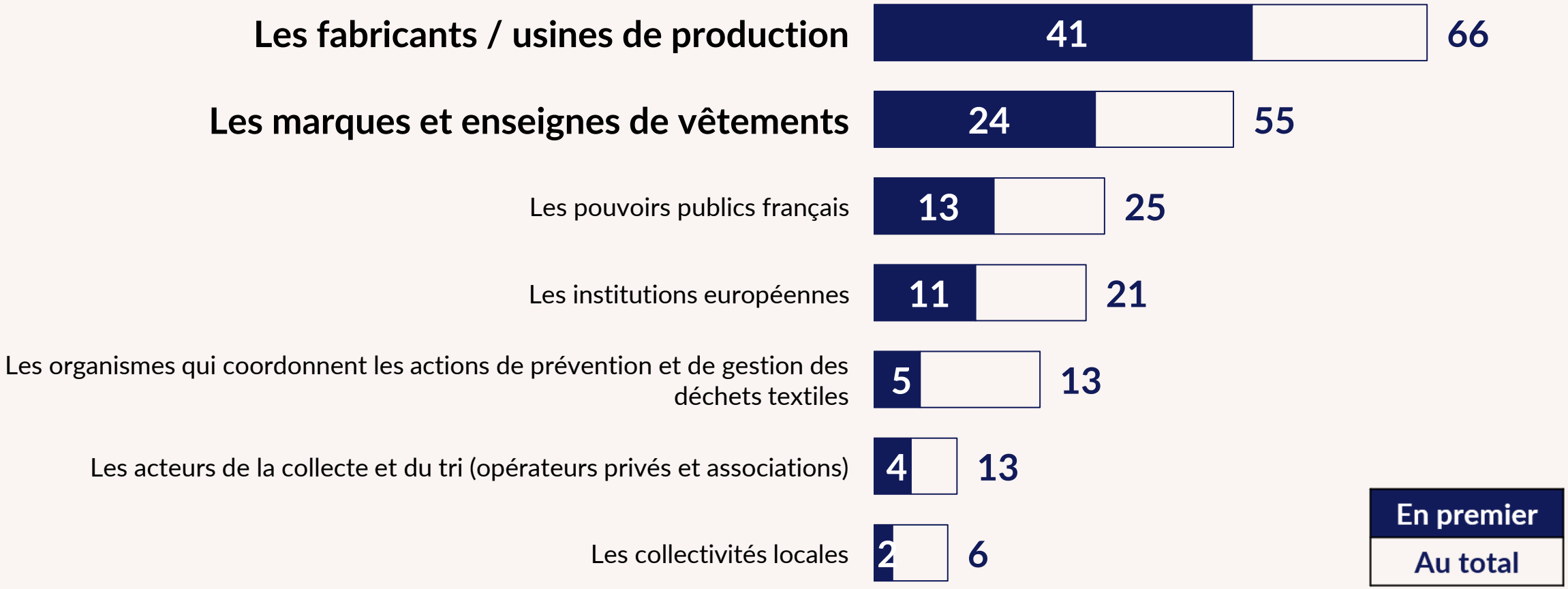
50%

attendent avant tout des vêtements et chaussures conçus pour durer plus longtemps



La transition écologique de la filière passe avant tout par les metteurs en marché

Question : Selon vous, parmi les acteurs suivants, quels sont ceux qui doivent agir en priorité pour réduire l'impact environnemental du secteur de la mode ? En premier, en second ?
Base : A tous (n=1000) – Total supérieur à 100%



Ce qu’il faut retenir pour la filière textile et chaussures

Faire durer

La durabilité s’impose comme une priorité : 54 % souhaitent prolonger la durée de vie des produits, et 50 % attendent que tous les vêtements soient conçus pour durer d’ici 2032.

Valoriser la fin de vie des pièces

La valeur des textiles usagés est déjà largement reconnue par 83 % des consommateurs. L’enjeu est désormais de mieux faire connaître les solutions de collecte et le devenir des textiles.

Rendre le responsable accessible

Le prix constitue le principal levier d’adoption des produits responsables : 53 % souhaitent accélérer la transition, tout en préservant le pouvoir d’achat pour 47 %.

Mobiliser toute la filière

Les consommateurs attendent une impulsion collective : 66 % comptent en priorité sur les fabricants, et 55 % sur les marques et les enseignes.

NOS ENGAGEMENTS

CODES PROFESSIONNELS, CERTIFICATION QUALITE CONSERVATION ET PROTECTION DES DONNEES

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de marché et d'opinion suivants :

- **SYNTEC** (syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en france ; www.Syntec-etudes.Com)
- **ESOMAR** (European Society for Opinion and Market Research, www.Esomar.Org)

Ipsos France est certifiée ISO 20252 : Market Research - version 2019 par AFNOR CERTIFICATION

Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales.

Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/Esomar** des études de marché et d'opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles

A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :

- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc .
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente.

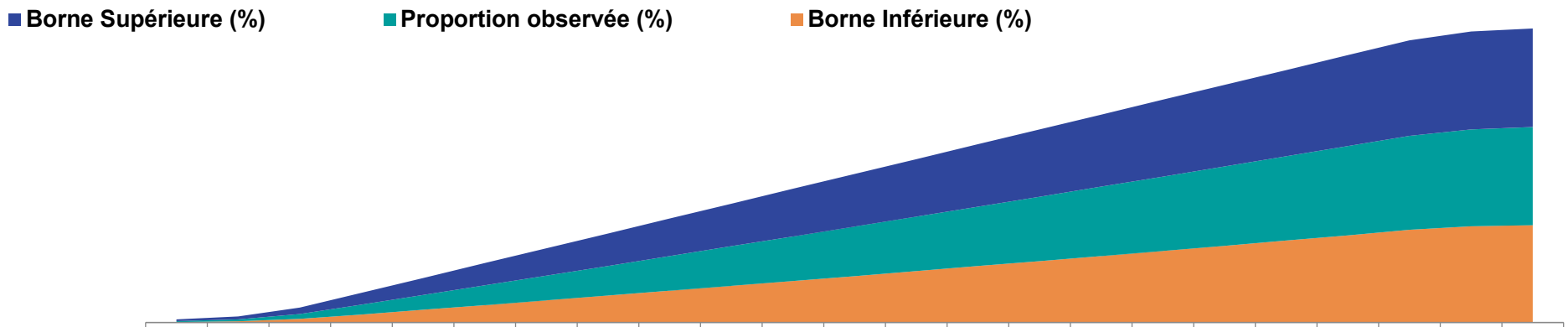
Fiabilité des résultats

Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **1000**

Les proportions observées sont comprises entre :



	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Supérieure (%)	1,6%	2,9%	6,4%	11,9%	17,2%	22,5%	27,7%	32,8%	38,0%	43,0%	48,1%	53,1%	58,1%	63,0%	68,0%	72,8%	77,7%	82,5%	87,2%	91,9%	96,4%	98,9%	99,6%
Proportion observée (%)	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Inférieure (%)	0,4%	1,1%	3,6%	8,1%	12,8%	17,5%	22,3%	27,2%	32,0%	37,0%	41,9%	46,9%	51,9%	57,0%	62,0%	67,2%	72,3%	77,5%	82,8%	88,1%	93,6%	97,1%	98,4%

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.
Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120 et Mid-60 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.
Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :
You act better when you are sure.