

Les Français et l'environnement : bilan et perspectives

L' ADEME dispose d'un baromètre annuel des pratiques et de l'opinion des Français sur les questions environnementales. Il permet d'observer les tendances et les évolutions des valeurs et des comportements déclarés sur la base de trois enquêtes annuelles (**voir focus 1**).

Cette année, une étude complémentaire a été confiée à Ipsos pour mesurer l'évolution des valeurs et modes de vie des Français et la place que l'environnement pourrait y tenir.

Ce numéro 35 de *Stratégie&études* dresse le bilan 2012 de l'évolution de l'opinion et des pratiques déclarées des Français à l'égard des questions environnementales. Il propose des pistes de réflexion pour communiquer efficacement sur le sujet.

Les préoccupations des Français sont marquées par la crise. Ainsi, parmi les problèmes de société jugés les plus importants au sein d'une liste proposée aux enquêtés, le chômage garde la première place, qu'il occupe sans discontinuer depuis le bilan 2008. Le sujet des inégalités sociales vient

en deuxième position. Quant à la pollution, seul item environnemental de la liste, elle arrive dorénavant en troisième position (**voir graphique 1, page 2**).

DES PRATIQUES CONTRAINTES PAR LA CRISE ET LA HAUSSE DES PRIX DE L'ÉNERGIE

En période d'incertitude économique et/ou de difficultés financières, les ménages sont avant tout préoccupés par la gestion de leur budget courant. Tout ce qui a trait

à l'investissement passe assez logiquement au second plan.

Des habitudes de chauffage plus économes à la maison

Le renchérissement des prix de l'énergie affecte nettement les ménages. Depuis 2009, de plus en plus de ménages estiment que leur consommation d'énergie représente une part trop importante de leur budget : 42 % en 2009, 46 % en 2010 et 48 % en 2011. Ainsi, 81 % des >>>



FOCUS 1 /

Les enquêtes barométriques de l'ADEME

- Maîtrise de l'énergie, attitudes et comportements des particuliers, 10 000 personnes, questionnaires papiers, depuis les années 1980, enquête « Maîtrise de l'énergie » Sofres 2011 pour l'ADEME.
- Développement durable et écolabel: état de l'opinion en 2012, 2 000 personnes, en face-à-face, depuis 1995, enquête « Environnement », Crédoc 2011 pour l'ADEME.
- Les représentations sociales de l'effet de serre, 1 000 personnes, par téléphone, depuis 2000, enquête « Effet de serre », GFK/ISL 2011 pour l'ADEME.

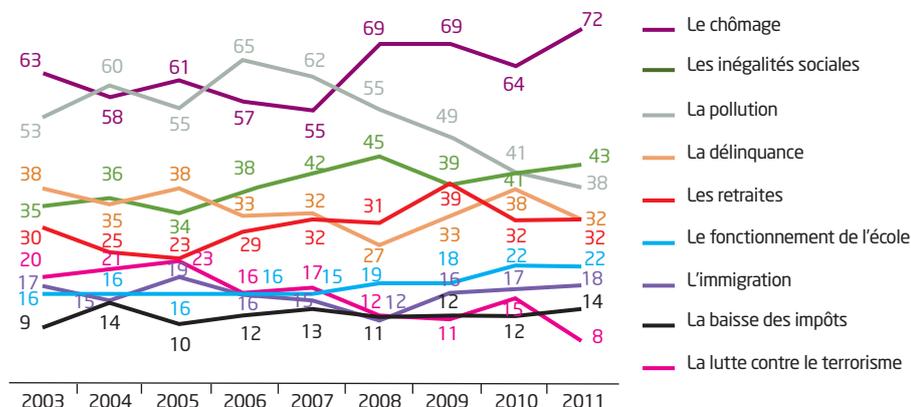


La lettre ADEME & vous - Stratégie & études est une lettre d'information régulière destinée aux décideurs du monde de l'environnement et de l'énergie, partenaires et contacts de l'ADEME. Chaque numéro est consacré à la présentation d'un sujet à vocation stratégique, économique ou sociologique : recherche et études, travaux de synthèse, propositions dans l'un des domaines de compétences de l'Agence. L'objectif est de faciliter la diffusion de connaissances et d'initier réflexions et débats.



Graphique 1

Parmi les problèmes suivants, quels sont les trois qui vous paraissent les plus importants ?



Source: enquête « Maîtrise de l'énergie », Sofres 2012 pour l'ADEME

>>> ménages interrogés déclarent chercher à réduire leur facture énergétique. Selon ces déclarations, les comportements économes en matière d'habitudes de chauffage continuent de se renforcer (voir graphique 2).

L'item « On chauffe moins les pièces inoccupées » arrive cette année en première position. On note également la forte augmentation du port de vêtements plus chauds pour pouvoir baisser la température (pratique désormais déclarée comme courante pour une majorité des foyers français).

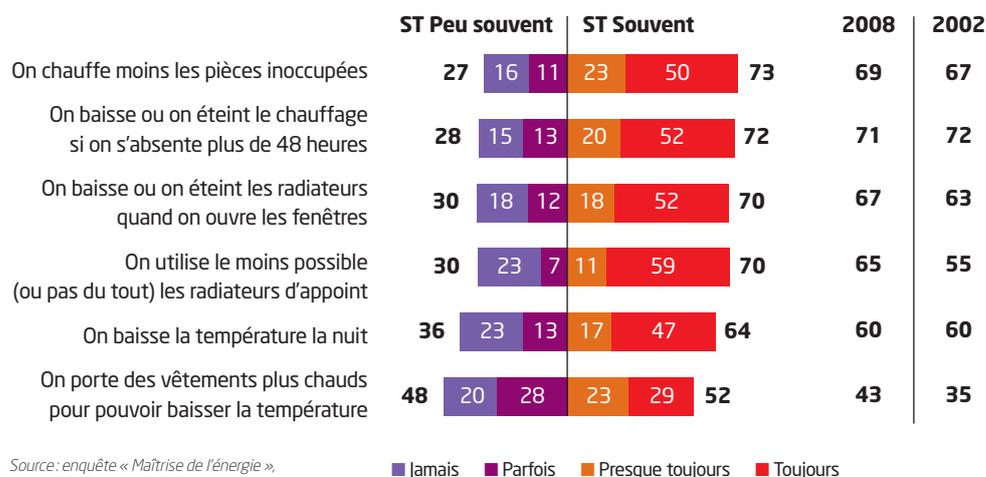
Des travaux de maîtrise de l'énergie en baisse, et une motivation principalement économique

Dans un contexte économique tendu, marqué par un dispositif moins incitatif de promotion des travaux (diminution des aides financières et de la communication), la proportion des ménages ayant réalisé des travaux de maîtrise de l'énergie est en net recul par rapport aux deux années précédentes: 12,8 % en 2011, contre 14,4 % en 2010 et 14,8 % en 2009. La question portant sur les raisons de réaliser des travaux souligne l'importance du critère économique au détriment des motivations liées au confort (voir graphique 3).

Néanmoins, dans ce paysage marqué par les difficultés économiques, si les questions environnementales paraissent relativement moins prioritaires, les progrès en matière de sensibilisation sur ces sujets restent acquis.

Graphique 2

Pour chacune des phrases suivantes, indiquez si elle correspond à ce que vous faites dans votre logement, d'une façon générale.



Source: enquête « Maîtrise de l'énergie », Sofres 2012 pour l'ADEME

Jamais Parfois Presque toujours Toujours

Graphique 3

Parmi la liste suivante, quelle est la raison principale pour laquelle vous avez réalisé ces travaux ?

(% des ménages ayant réalisé des travaux)



Source: enquête « Maîtrise de l'énergie », Sofres 2012 pour l'ADEME

DES FRANÇAIS TOUJOURS SENSIBILISÉS AUX PROBLÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

Les Français et le développement durable

Selon l'enquête « Environnement » de 2012, une majorité de la population connaît désormais le concept de développement durable: l'expression est même de plus en plus familière. Connue de seulement un tiers des Français en 2004, le principe gagne en notoriété depuis 2007, si bien que début 2012, 52 % des Français déclarent avoir une idée « très ou assez précise » de ce que recouvrent les deux mots. Même si la notion reste principalement associée à la protection de l'environnement (57 % des évocations spontanées), près de 20 % des personnes font maintenant aussi référence à ses aspects sociaux et économiques. >>>



Une confiance renouée avec l'expertise scientifique environnementale

Après une relative défiance vis-à-vis de l'expertise scientifique sur le climat en 2010, les Français expriment à nouveau leur confiance envers la communauté scientifique. Ils semblent en effet plus convaincus que les années précédentes du sérieux des prévisions des climatologues (voir tableau 1).

Une demande d'information croissante

La question climatique suscite d'ailleurs des attentes. Près d'un interviewé sur deux

considère qu'on ne parle pas suffisamment du réchauffement climatique dans les médias. C'est une forte progression par rapport à 2010 et 2011 (voir tableau 2). Aussi, 54 % des moins de 35 ans souhaiteraient que le sujet soit davantage abordé.

BÂTIR UNE ÉCOLOGIE EN RÉSONANCE AVEC LES ASPIRATIONS DES FRANÇAIS

Une étude particulière a été confiée cette année à Ipsos pour définir les tendances d'évolution des valeurs et des modes de vie des Français, ainsi que la place que l'environnement pourrait y tenir.

Elle fournit des recommandations pour inscrire les thèmes environnementaux au plus près des préoccupations de la société d'aujourd'hui, en réconciliant notamment écologie et d'autres aspirations, y compris le plaisir.

Ces recommandations partent du constat général que les Français ne veulent pas sacrifier leur bien-être actuel à un futur de plus en plus difficile à appréhender. Ces derniers temps, les Français se sont recentrés sur la sphère personnelle (individualisme, priorité au plaisir, éloignement des enjeux collectifs).

La santé s'affirme comme une préoccupation de plus en plus cruciale pour les individus, qui la placent au centre de leur attention, et déclarent y porter un soin de plus en plus grand (via la surveillance de leur alimentation, la prise de médicaments, etc.). S'ils lui donnent un rôle primordial dans leur bien-être, ils y consacrent une part importante et croissante de leurs revenus. C'est une des rares dimensions à travers laquelle les Français prennent véritablement conscience d'un horizon à long terme, et tentent d'agir en conséquence.

L'avenir est anxiogène

Outre les questions relatives à la santé, les principales craintes des Français touchent à leur situation économique et financière.

Sur ce sujet, la difficulté à se projeter dans le futur s'accroît, renforcée par la croyance de plus en plus répandue (64 % des Français interrogés) que « d'un point de vue économique, la prochaine génération vivra plus mal que la génération actuelle ». En 2010, 44 % des Français déclarent être de plus en plus inquiets pour l'avenir (voir graphique 4 page 4).

Le plaisir de court terme est une priorité...

Face à ces préoccupations et compte tenu de la difficulté à adopter une vision de long terme, les Français ont tendance à se réfugier dans un hédonisme de courte durée : 8 Français sur 10 font du plaisir une priorité dans leur vie, et ce parti pris ne montre aucune tendance à la réduction.

Parallèlement, on note une tendance à la baisse de la valeur « Sens des responsabilités », signe que les Français sont plus enclins à relâcher les >>>

Tableau 1

Les risques de réchauffement climatique

On entend parfois des critiques contre les scientifiques qui étudient les évolutions du climat, disant qu'ils exagèrent les risques de réchauffement climatique. D'autres disent au contraire que les scientifiques évaluent correctement ces risques. Quelle est votre opinion à ce propos ?

	2010	2011	2012
Les scientifiques exagèrent les risques	34	28	24
Les scientifiques évaluent correctement les risques	66	72	76

Source : enquête « Effet de serre », GFK/ISL 2012 pour l'ADEME

Tableau 2

Le réchauffement climatique dans les médias

Aujourd'hui, on entend parler du réchauffement climatique dans la presse ou à la télévision. Selon vous, on parle trop du réchauffement, on en parle suffisamment, ou on n'en parle pas assez ?

	2009	2010	2011	2012
On parle trop du réchauffement	13	20	16	12
On en parle suffisamment	45	46	48	41
On n'en parle pas assez	42	33	34	46
SR	0	1	2	1
Total	100	100	100	100

Source : enquête « Effet de serre », GFK/ISL 2012 pour l'ADEME

>>> contraintes de long terme et à profiter du moment présent (voir graphique 5).

Et le désir de consommer toujours bien présent

La consommation reste l'une des voies par laquelle ils répondent à ces aspirations. Le sentiment général d'érosion du pouvoir d'achat ne remet d'ailleurs pas en cause le désir de consommer. Les pratiques de consommation évoluent ainsi, tout en associant le plaisir à la contrainte budgétaire.

Si l'on interroge les Français sur ce que signifie pour eux « consommer mieux », ils répondaient « consommer moins » à 58 % en 2008, contre seulement 54 % aujourd'hui. Cet attrait pour la consommation s'exprime notamment à travers leur goût croissant pour l'innovation (voir graphique 6). Cette tendance s'avère particulièrement forte dans le secteur alimentaire, bien que le contrôle des dépenses soit très présent (voir graphique 7), et sur les biens technologiques. Pour ces derniers,

les marchés ne semblent d'ailleurs pas connaître de saturation.

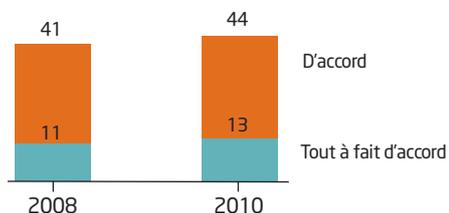
CONCLUSION

Ainsi, pour trouver leur place, les modes de vie écoresponsable doivent donc répondre aux préoccupations dominantes des Français : plaisir, accessibilité financière et santé.

La communication environnementale devrait prioritairement montrer >>>

Graphique 4

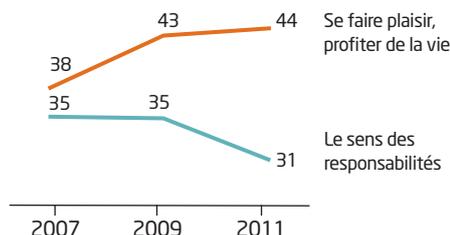
« L'avenir me fait de plus en plus peur »



Source: enquête « Effet de serre », GFK/ISL 2012 pour l'ADEME

Graphique 5

« Parmi les caractéristiques individuelles suivantes*, quelles sont celles auxquelles vous accordez le plus d'importance? »

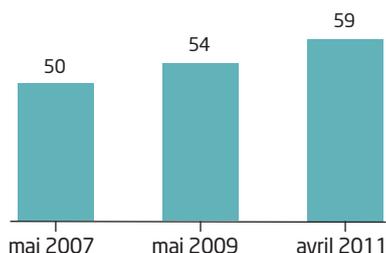


*La politesse, le savoir-vivre; l'indépendance d'esprit; le goût du risque; être travailleur(euse); le sens des responsabilités; l'imagination, la créativité; le respect des règles; la tolérance, le respect des autres; le sens de l'épargne, de la bonne gestion; la détermination, la persévérance; avoir la foi, croire en Dieu; la confiance en soi; la loyauté, la fidélité; se faire plaisir, profiter de la vie; le sens de l'esthétique, de la beauté; l'altruisme, la générosité; l'ambition, la réussite; le goût de la découverte, l'ouverture aux autres cultures.

Source: Observatoire des clientèles du luxe, Ipsos, 2007-2011

Graphique 6

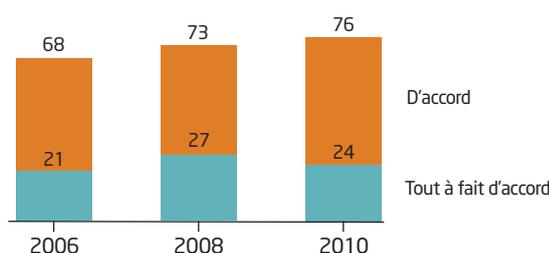
« Je suis à l'affût des nouveaux produits et j'aime les essayer » (total d'accord)



Source: Observatoire de la crise / enquête Ipsos-LSA (2008-2011)

Graphique 7

« Je fais très attention aux prix quand j'achète des produits alimentaires »



Source: Les 4500, Observatoire des modes de vie et de consommation des Français, Ipsos

- >>> les aspects positifs du développement durable tout en restant pragmatique, c'est-à-dire :
 - éviter les communications alarmistes, préférer des communications plus constructives;
 - promouvoir une idée positive du futur : insister sur les capacités d'adaptation de l'espèce humaine au lieu de décrire l'avenir sous l'angle d'une catastrophe annoncée;
- adopter un discours plus concret sur la transmission d'un environnement préservé, centré sur la sphère familiale en particulier plutôt que sur les générations futures en général;
- utiliser l'Internet pour sensibiliser le grand public sur un mode plus ludique ;
 - mieux informer sur les bénéfices des offres responsables et relier ces bénéfices à un avantage personnel, un plaisir pour soi, un bienfait pour sa santé;
 - communiquer sur les modes de consommation qui permettent à la fois d'économiser de l'argent et d'être écoresponsable à la fois.

FOCUS 2 /

Comment la France se situe-t-elle par rapport à ses voisins européens?

Une enquête de la Commission européenne sur les attitudes et comportements des citoyens européens vis-à-vis du changement climatique et sur leurs attentes pour l'avenir a été publiée en octobre 2011. Elle montre notamment que, chez tous les interviewés européens, il existe un sentiment général

selon lequel l'Europe va s'orienter vers davantage de respect de l'environnement, et une économie à faible émission de carbone d'ici à 2050. Cependant, la France se situe plutôt en retrait par rapport à la moyenne européenne, sauf sur la question spécifique des véhicules.

	Moyenne Europe	Moyenne France
<p>Pensez-vous qu'en 2050, les gens utiliseront davantage les sources d'énergie renouvelable comme l'énergie éolienne ou l'énergie solaire?</p> <p>Oui, certainement</p>	<p>50 %</p> <p>Les 3 pays les mieux placés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Danemark: 82 % • Suède: 79 % • Allemagne: 74 % 	<p>42 %</p>
<p>Pensez-vous qu'en 2050, les gens consommeront l'énergie plus efficacement qu'actuellement?</p> <p>Oui, beaucoup plus efficacement</p>	<p>45 %</p> <p>Les 3 pays les mieux placés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suède: 75 % • Danemark: 74 % • Allemagne: 61 % 	<p>41 %</p>
<p>Pensez-vous qu'en 2050 la plupart des voitures fonctionneront toujours à l'essence ou au gasoil ou utiliseront-elles d'autres énergies plus efficaces?</p> <p>D'autres énergies plus efficaces</p>	<p>73 %</p> <p>Les 3 pays les mieux placés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suède: 87 % • Belgique: 86 % • Lituanie: 83 % 	<p>77 %</p>

Source: Eurobaromètre spécial 372 - Commission européenne/Direction générale Action pour le climat - octobre 2011

ADEME & VOUS /
Stratégie & études

Cette lettre est diffusée gratuitement par voie électronique.

→ **Abonnement: www.ademe.fr/ademe-et-vous-abonnement**
ADEME & vous - BP 90406 - 49004 Angers Cedex 01 - www.ademe.fr
Directeur de la publication: François Moisan /
Rédacteur en chef: Anne Chêne /
Conception-réalisation:  SPÉCIFIQUE www.specifique.com - N° ISSN: 1954-3794


MINISTÈRE
DU DÉVELOPPEMENT DURABLE
ET DE L'ÉNERGIE


Agence de l'Environnement
et de la Maîtrise de l'Énergie