



SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE

Environnement, crise climatique : l'opinion des Français au-delà des clichés

Juin 2022

Présentation de l'étude

Grâce à un travail de recherche mené avec l'institut Kantar Public sur un échantillon de **4 000 personnes représentatives de la population française** âgée de 18 ans et plus, Parlons Climat brosse le portrait de l'opinion française sur la question environnementale et climatique. S'y révèle, à rebours des clichés : une société préoccupée par la crise climatique, où **la volonté de changement est réelle et majoritaire** ; une société qui aspire à la sobriété et à une transformation profonde, juste, décidée et mise en œuvre de façon démocratique et collective.

Comment embarquer toutes ces personnes volontaires dans une transition nécessairement ambitieuse ? Comment rendre cette aspiration possible, concrète, compréhensible, accessible pour casser le mur de l'impuissance ? Comment éviter qu'autour de cet enjeu ne naissent de nouvelles oppositions sociétales, de nouvelles batailles culturelles ?

Ces questions sont au cœur de l'initiative Parlons Climat. Pour élargir le soutien à la transition, il faut **comprendre les différences d'opinions**, les leviers de mobilisation, de démobilisation et d'opposition. Il faut comprendre les Français, leurs demandes sociétales, leurs visions. C'est pourquoi Parlons Climat s'appuie sur **la psychologie sociale et la méthodologie** développée par Destin Commun, pour analyser le rapport au climat et à l'environnement des **six familles d'opinion** identifiées dans la société française.

Mieux communiquer auprès de chaque public, mais aussi identifier les zones de chevauchement, les consensus pouvant rassembler, les aspirations communes, telle est l'ambition de Parlons Climat. Pour y parvenir, nous nous appuyons également sur la recherche en *climate communication* et ses recommandations.

Toutes les analyses et recommandations de communication de Parlons Climat sont disponibles sur le site :

www.parlonsclimat.org

Chiffres clés issus de l'enquête

85%

85% des Français **s'inquiètent** du changement climatique et de la dégradation de l'environnement

4ème

L'environnement et le changement climatique est **la 4ème préoccupation** des Français, derrière les préoccupations du moment : le pouvoir d'achat, les tensions internationales et la santé. Depuis plusieurs années, l'environnement et le changement climatique se maintiennent dans le trio de tête des priorités pour la France pour environ **30% des Français**.

70%

Pour 70% des Français, **notre modèle économique actuel est incompatible** avec la lutte contre le changement climatique.

73%

73% des Français jugent la sobriété **souhaitable** pour lutter contre le changement climatique, et 72% veulent **en faire davantage** au quotidien dans cette lutte.

45%

La question du pouvoir d'achat constitue un enjeu à concilier avec la transition écologique : s'ils devaient choisir, 45% des Français pensent que la question du **coût de la vie doit être traitée en priorité**, quitte à avancer moins vite sur l'écologie.

52%

52% des Français pourraient se mobiliser davantage dans la lutte contre le changement climatique s'ils savaient que leur action permettait de protéger les conditions de vie et la santé de leurs enfants, et 46% si elle permettait de préserver **les sites naturels et la beauté de la nature**.

30%

30% des Français ne se sentent **pas à leur place** dans le mouvement en faveur de l'environnement.

Synthèse

1. Des Français inquiets et prêts pour le changement

Face à la crise climatique, le sentiment dominant est l'**inquiétude**, pour ses enfants comme pour soi. Les Français sont majoritairement convaincus que **notre système économique est incompatible** avec la lutte contre le changement climatique. La sobriété est désormais un horizon souhaitable pour une large partie d'entre eux, qui souhaite voir advenir des transformations radicales pour préserver l'environnement mais **ne fait pas confiance** aux responsables politiques pour conduire ces changements.

2. Sortir des clichés sur les déterminants de la priorisation du climat : au-delà de l'âge, du lieu de vie, de la voiture...

L'âge, le lieu de vie, la catégorie socioprofessionnelle et le genre **n'ont pas d'incidence déterminante** sur la propension des Français à placer le sujet du climat parmi leurs priorités. De la même façon, l'existence d'une « génération climat » fortement mobilisée ne doit pas occulter le fait que les générations antérieures sont **tout aussi inquiètes et impliquées** lorsqu'il s'agit du climat. De tous les facteurs socio-démographiques classiques examinés, c'est l'autopositionnement politique (gauche/droite) **qui influe le plus** sur les opinions et comportements relatifs au climat.

Ce constat rappelle la nécessité de prendre en compte les valeurs personnelles de chacun, les visions du monde, pour définir **les messages et les actions les plus adaptées** et attendues. L'enjeu est aujourd'hui de **sortir d'une lecture politique** et polarisée du sujet, pour y faire adhérer une base plus importante et diversifiée.

3. Leviers de mobilisation et de démobilisation

Deux motivations à agir en faveur du climat se dégagent clairement dans la France de 2022 : **l'envie de protéger ses enfants** et celle de **préserver la beauté des paysages** et sites naturels. À l'inverse, il existe des leviers de démobilisation: 40% de Français jugent ainsi manquer d'information sur ce qu'ils peuvent faire en faveur du climat au quotidien ; d'autres manquent d'argent ou de temps, et 65% ont l'impression de se trouver face à **des exigences inconciliables** dans leurs choix du quotidien.

4. Un changement collectif, juste et décidé démocratiquement

Une large majorité de Français est prête à **changer ses habitudes de consommation** et à renoncer à certains choix individuels pour protéger l'environnement. Les personnes interrogées acceptent volontiers de privilégier des produits locaux, d'abandonner l'avion ou encore de recourir aux énergies renouvelables. Elles sont prêtes à se mobiliser collectivement pour faire advenir la transition écologique. Cette mobilisation ne sera toutefois acceptée que **si toute la population y prend part équitablement** et si elle est décidée de façon démocratique et collective.

5. Des viviers de contestation potentielle

Si on n'y prend pas garde, des politiques climatiques ambitieuses pourraient faire **naître une opposition** d'une partie de la société. En effet, 20% des personnes interrogées déclarent faire déjà le maximum en faveur de l'environnement et ne pas pouvoir faire plus, 25% ne sont pas prêtes à sacrifier leur liberté de choix au nom de l'environnement, et **20% continuent de penser que le changement climatique est un phénomène naturel** comme il en a toujours existé. Enfin, 30% ont le sentiment de ne pas avoir leur place dans le mouvement en faveur de l'écologie. Au total, **57% des répondants sont concernés** par l'un des points d'opposition mentionnés. Un enjeu de taille donc !

Analyse par segment

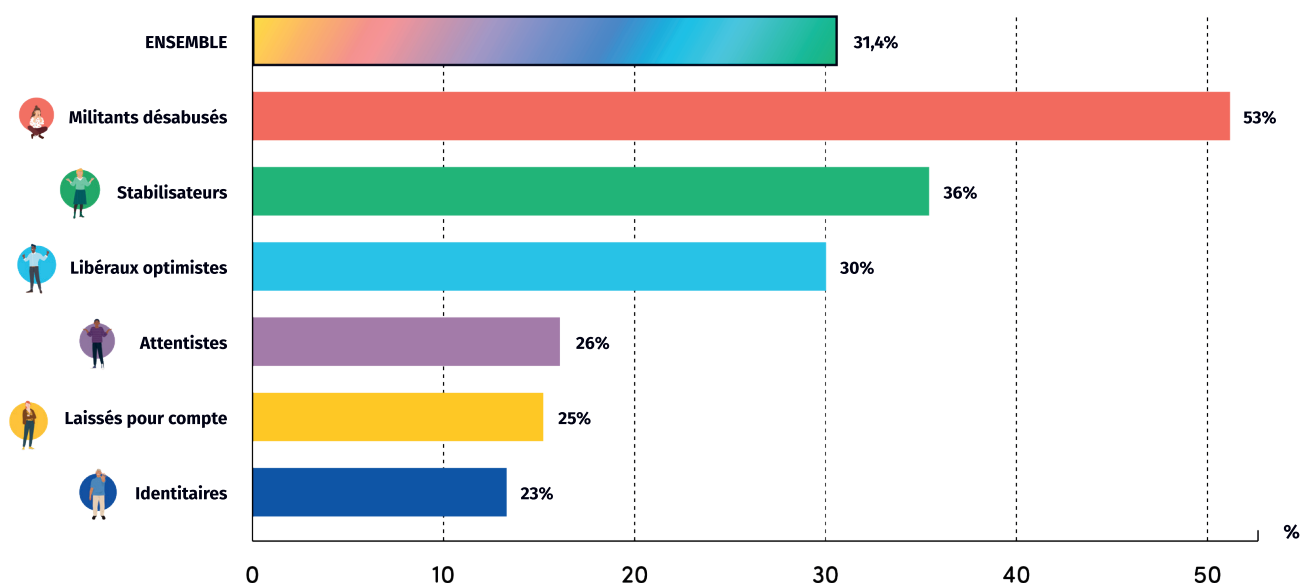
Comprendre le rapport à l'environnement et à la crise climatique au prisme des familles de valeurs et d'opinion

1. L'analyse par la psychologie sociale, un apport essentiel pour mieux communiquer et engager

- Parlons Climat s'appuie sur la méthodologie développée par le laboratoire d'idées et d'actions Destin Commun, dans son étude de référence « La France en quête ». L'analyse des fondements moraux (équité, autorité, loyauté, bienveillance, pureté...), des appartenances de groupes et des orientations psychologiques permet **d'appréhender l'opinion de la société française** en tenant compte des différents systèmes de valeurs, et d'identifier les lignes de divisions mais aussi de consensus. Face aux limites de l'analyse socio-démographique de l'opinion, cette approche apporte une lecture de la société renouvelée et complémentaire. **Six familles homogènes de valeurs et d'opinion ont été identifiées** au sein de la société française. Nous avons analysé le rapport des Français à l'environnement et à la crise climatique à la lumière de ces segments de valeurs.
- L'analyse par famille de valeurs a un autre objectif : **définir des messages et actions** plus à même de convaincre et d'engager chaque segment. Elle permet également d'identifier plus nettement **les lignes de convergence** entre différents groupes. Un enjeu essentiel au regard de l'objectif de Parlons Climat : augmenter la base de soutien à des politiques environnementales et climatiques ambitieuses, **en évitant le piège de la polarisation** et des batailles culturelles.

2. Une priorisation variable des enjeux environnementaux et climatiques

- Complémentaire de l'approche socio-démographique, la lecture des priorités pour la France par famille de valeurs permet de faire nettement ressortir le cœur de soutien à l'environnement et au climat, tout comme les segments aujourd'hui plus en retrait.



L'environnement et le climat sont une des 3 priorités pour la France

Exemple de lecture : 30% des habitants des communes de 2000 à 20000 habitants mettent le climat dans leurs trois grandes priorités pour l'avenir du pays.

- Cette analyse permet également de mettre en lumière les points de convergence, malgré les différences d'opinions et de valeurs de ces six segments. On voit entre autres que :
 - » Le pouvoir d'achat est une préoccupation **qui réunit tous les segments** de valeurs.
 - » La **protection des conditions de vie** et de la santé des enfants ainsi que la **préservation des sites naturels** et de la beauté de la nature sont des vecteurs de mobilisation au sein de la société.
 - » Pour toutes les familles de valeurs, la multiplication des catastrophes météorologiques est **la première source d'inquiétude** liée à la dégradation de l'environnement et à la crise climatique.
 - » Les six familles de valeurs partagent une même **envie d'en faire plus**.
- Bien sûr des différences existent et ressortent nettement, sur le type d'actions individuelles plébiscitées, la place du collectif ou encore le rapport au modèle économique actuel.

3. Portrait-robot de chaque famille de valeurs

Les Militants Désabusés



- L'environnement et le climat est la 1^{ère} priorité pour la France
- 86% affirment que notre modèle économique n'est pas compatible avec le changement climatique
- 16% affirment que la nature est une ressource à exploiter par l'être humain

Je défends un changement de système radical, seul à même de réparer les inégalités et la crise climatique en France et dans le monde. C'est à la société, à l'Etat, de corriger les injustices de vie, car le mérite joue moins dans la réussite que la chance et les circonstances. Je suis très engagé et mobilisé. Je me sens au coeur du mouvement climat et en suis son premier soutien et moteur. Je m'identifie aux valeurs de gauche et vote dans ce sens. Il m'arrive de me sentir à contre-courant du reste de la société.

« Je pense qu'il faut un stade de décroissance, changer sa manière de vivre. On n'a pas conscience de ce qu'il faut faire, tellement ça serait un gros changement sociétal ».

Elodie, 38 ans, Paris

Les Stabilisateurs



- L'environnement et le climat est la 3^e priorité pour la France
- 79% affirment que notre modèle économique n'est pas compatible avec le changement climatique.
- 32% affirment que la nature est une ressource à exploiter par l'être humain.

Je crois que nous pouvons tous agir et apporter notre pierre à la société. Je suis moi-même très investi, notamment localement. Empathique, très informé et perméable à l'actualité, je suis inquiet de l'évolution du pays et du monde, plus pour les autres que pour moi-même. Propriétaire de ma propre maison, je me sais plus favorisé. Je cherche à transmettre à mes enfants et petits-enfants une société harmonieuse et une bonne situation, mais je sais que ça sera plus difficile pour eux.

« Si j'avais une baguette magique, je changerais le pays pour qu'il y ait un climat plus serein, qu'on retrouve notre fraternité inscrite dans notre devise. Qu'il y ait un climat écologiquement sain, à la fois en termes d'environnement et de relations entre les gens ».

Jean, 25 ans, Lyon

Les Libéraux Optimistes



- L'environnement et le climat est la 4^e priorité pour la France.
- 58% affirment que notre modèle économique n'est pas compatible avec le changement climatique.
- 52% affirment que la nature est une ressource à exploiter par l'être humain.

Optimiste face à toutes les épreuves et entrepreneur dans l'âme, je valorise le travail et l'effort pour construire sa vie et en prendre le contrôle. Plutôt modéré, je ne me vois pas d'ennemis dans la société, dans laquelle je me sens bien intégré. Je valorise le changement et l'agilité, mais je ne suis jamais en faveur de la radicalité. Pour moi, le progrès, dans ses dimensions humaniste comme technologique, est notre horizon. J'ai confiance dans le gouvernement et les institutions.

« Il faut des contraintes modérées, car, par exemple, il y a plein de gens qui ne pourront plus se déplacer. Je veux bien ne plus prendre l'avion, la voiture, mais il me faut une solution alternative et aussi rapide pour aller voir ma famille, mes amis ».

Julien, 38 ans, région parisienne

Les Attentistes



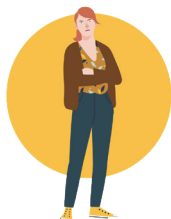
- L'environnement et le climat est la 4^e priorité pour la France.
- 52% affirment que notre modèle économique n'est pas compatible avec le changement climatique.
- 42% affirment que la nature est une ressource à exploiter par l'être humain.

Je suis désengagée vis-à-vis des enjeux collectifs. Je me mobilise donc moins et j'ai pris mes distances avec la politique. Je me préoccupe en premier lieu de ce qui me touche au quotidien, de mon cocon (ma famille, mon travail, ma santé, mon logement). Dans un monde que je perçois comme injuste et difficile, je préfère me mettre en retrait. Je m'informe peu, je n'ai pas d'opinion tranchée sur les sujets et préfère la discrétion au débat. Je n'ai pas de valeur forte qui me structure. Je suis plus jeune que la moyenne des Français.

« On essaie de faire ce qu'on peut à notre échelle à nous. Des actes de la vie quotidienne qui peuvent faire leur petit chemin. Dans notre quartier, ils ont installé des petits trucs de composts, après on espère qu'ils vont nous mettre des trucs pour les bouteilles. Avoir tout près de chez nous, ça serait pratique ».

Charline, 34 ans, Nantes

Les Laissés pour compte



- L'environnement et le climat est la 6e priorité pour la France.
- 77% affirment que notre modèle économique n'est pas compatible avec le changement climatique.
- 34% affirment que la nature est une ressource à exploiter par l'être humain.

J'ai le sentiment de faire partie des invisibles, de cette France jamais prise en considération. Le pays ne va pas bien et ne fonctionne pas pour moi, qui ne suis ni assez riche, ni assez pauvre. Je me mets donc en retrait de la société et je suis de plus en plus dans la défiance. Ma priorité principale : mon porte-monnaie, toujours en tension. Je valorise le travail comme intégrateur social. Comme la plupart des Laissés pour Compte, je suis une femme et le clivage droite-gauche ne fait pas forcément sens pour moi.

« J'ai acheté un vélo électrique, je fais mon ménage quand il y a une éclaircie pour utiliser mon panneau solaire et avec les économies faites, je me suis acheté un bac à compost. Mais attention hein, je n'ai pas dit que j'étais écolo, je fais des économies ».

Sophie, région toulousaine

Les Identitaires



- L'environnement et le climat est la 7e priorité pour la France.
- 68% affirment que notre modèle économique n'est pas compatible avec le changement climatique.
- 49% affirment que la nature est une ressource à exploiter par l'être humain.

Je suis un peu plus âgé et masculin que la moyenne. Je m'identifie aux valeurs de droite et vote largement pour l'extrême-droite. Je pense que la France est en déclin et je suis nostalgique d'une époque passée. J'exprime une défiance généralisée très forte et deux ennemis structurent ma vision du monde : les migrants et les élites. J'attache beaucoup d'importance à l'autorité, à la figure du chef et à l'ordre. Je suis engagé au niveau local et national et j'exprime mes idées.

« Il faut inculquer l'écologie aux enfants et aux adultes mais aussi avoir une ligne de conduite claire. Et tout le monde doit la tenir, pas de passe-droit ».

Pauline, 45 ans

Lucas FRANCOU DAMESIN

Coordinateur du
programme | **Parlons Climat**
lucas@parlonsclimat.org
06.70.26.86.48

Marion COSPEREC

Responsable communication
& partenariats | **Destin Commun**
marion@destincommun.fr
06.62.23.22.52

1

Découverte et approfondissement de l'opinion publique

- ✓ Notre étude mise à disposition
- ✓ Présentation détaillée à vos équipes sur les éléments clés de vos enjeux
- ✓ Acculturation à la prise en compte de l'opinion publique

2

Opérationnalisation et application à vos campagnes & communication

- ✓ Kit de communication en ligne
- ✓ Formations
- ✓ Accompagnement sur le temps long
- ✓ Zoom média, fundraising, mobilisation, etc.

Parlons Climat est un programme initié et produit par Destin Commun et la Fondation Européenne pour le climat, avec le soutien de la Fondation Daniel et Nina Carasso.