

Opinion des Français(es) sur l'écologie au regard des enjeux de demain

Octobre 2025

Alice Tétaz, alice.tetaz@ipsos.com

Félix Tentillier, felix.tentillier@ipsos.com



© Ipsos bva pour WWF | La
perception par les Français du
lien entre écologie et politique
– Octobre 2025

CESI
ÉCOLE D'INGÉNIEURS



bva

SOMMAIRE

Méthodologie

(P.3)

1

L'importance
accordée à la nature
et la perception du
lien entre l'écologie et
trois enjeux majeurs
(P.4)

2

Les conséquences de
l'inaction et la
politisation de
l'écologie
(P.13)

Annexes

(P.20)

MÉTHODOLOGIE

ÉCHANTILLON

1000 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



DATES DE TERRAIN

Du **24 au 28 octobre 2025**.



MÉTHODE

Échantillon interrogé **par Internet** via l'Access Panel Online d'Ipsos.

Méthode des **quotas** : Sexe, âge, profession de la personne interrogée, catégorie d'agglomération, région.



Notes de lecture :

Tous les résultats sont exprimés en pourcentages (%).

Lorsqu'un résultat présenté sur la base d'un sous-échantillon est significativement supérieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance*) il est présenté sur **fond vert** ou **encadré en vert**. Si le résultat est significativement inférieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance*), il est présenté sur **fond rouge** ou **encadré en rouge**.

[*Le calcul des différences significatives (avec des seuils à 95%) s'appuie sur la méthode du khi2.]

Ce rapport a été réalisé pour :



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20522 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». Il a été relu par Alice Tétaz, directrice de clientèle, Public Affairs, Ipsos France.



L'importance accordée à la nature et la perception du lien entre l'écologie et trois enjeux majeurs

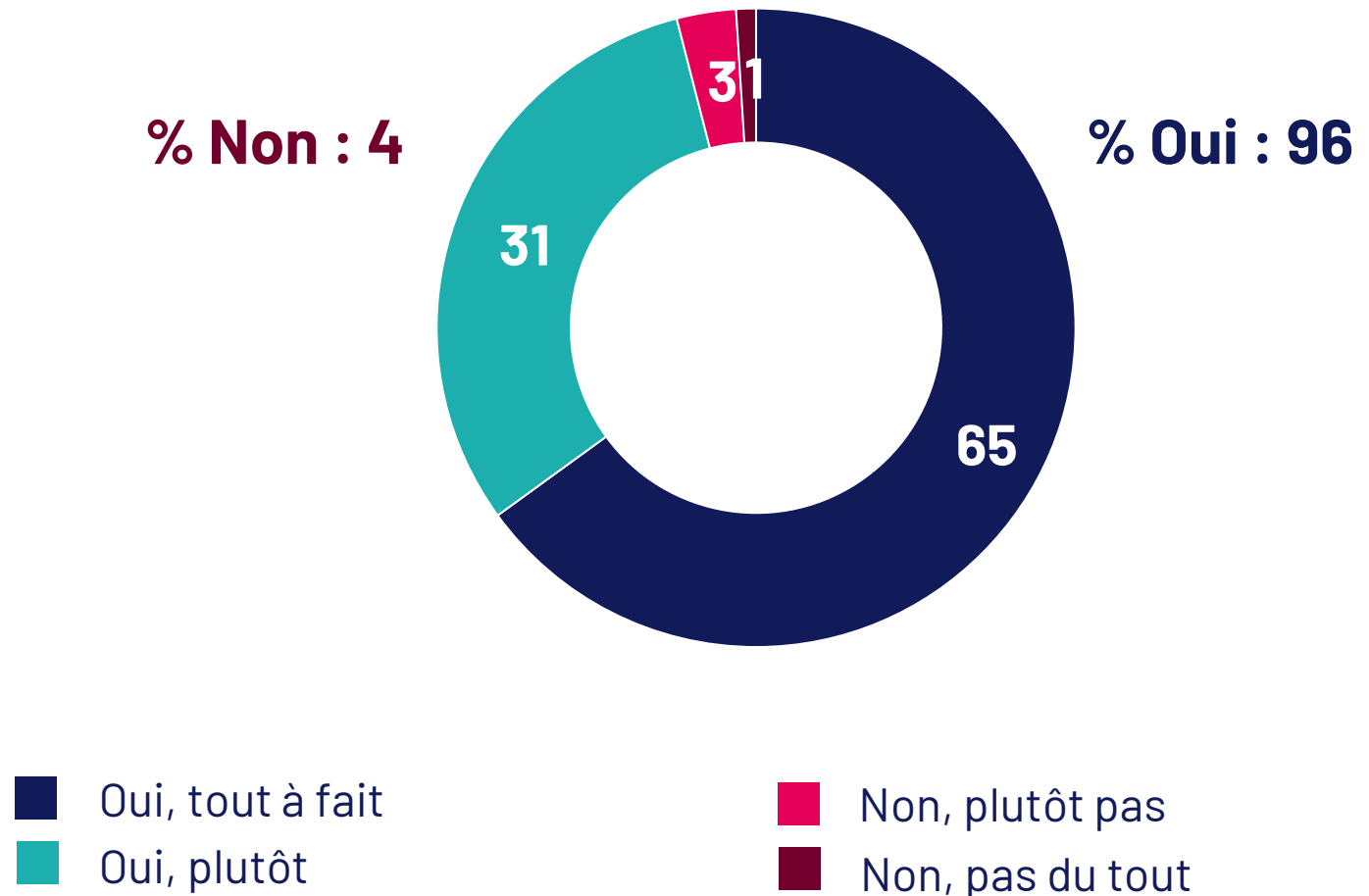
1



Un consensus total apparaît autour de l'importance de la nature, les Français(es) l'estimant presque tou(te)s comme quelque chose d'important

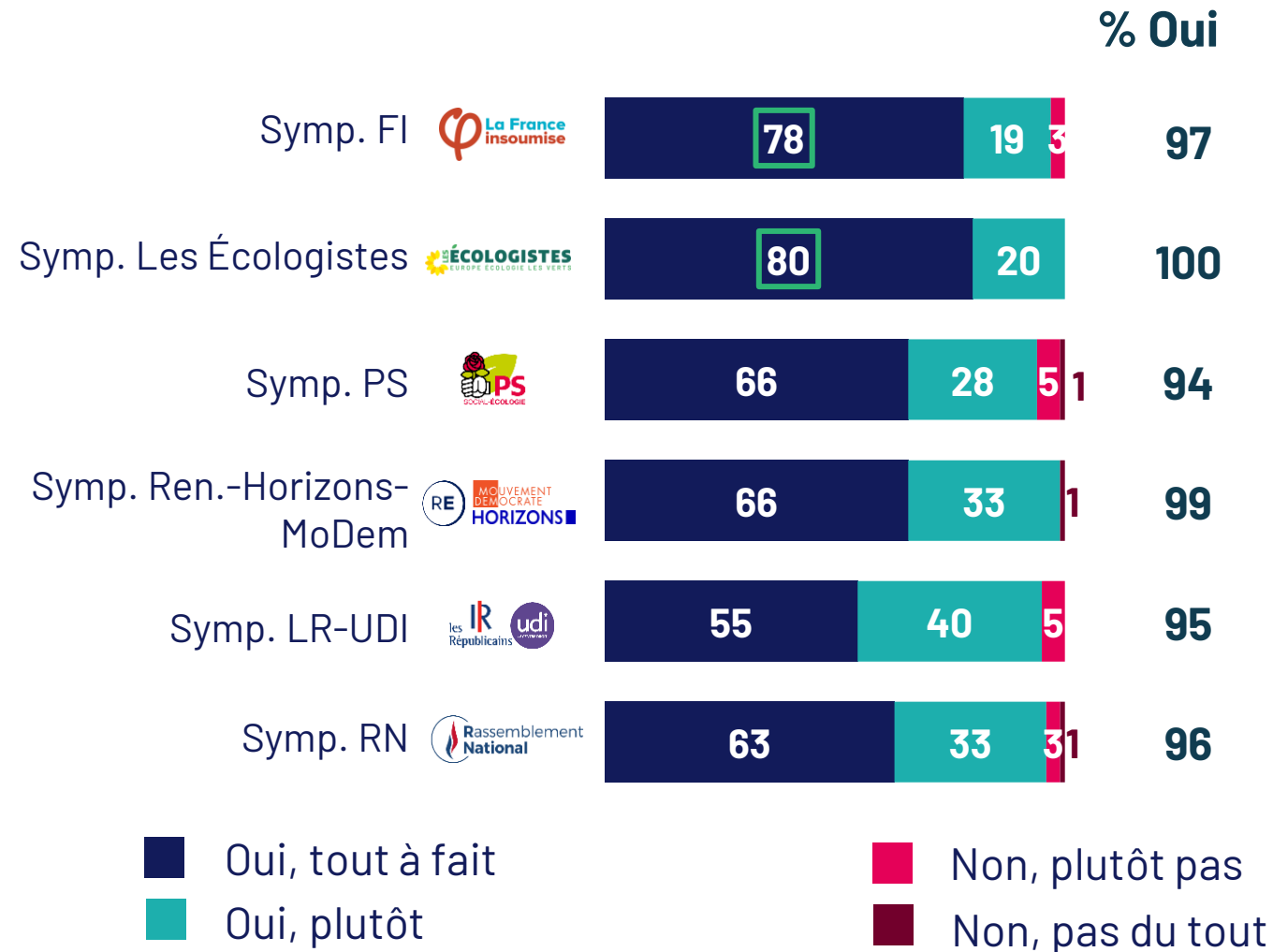
Question : Pour vous, la nature est quelque chose d'important ?
Base : Ensemble

Sans différences sociodémographiques significatives



Les sympathisant(e)s écologistes et insoumis(es) considèrent davantage la nature comme tout à fait importante que les sympathisant(e)s des autres partis

Question : Pour vous, la nature est quelque chose d'important ?
Base : Ensemble

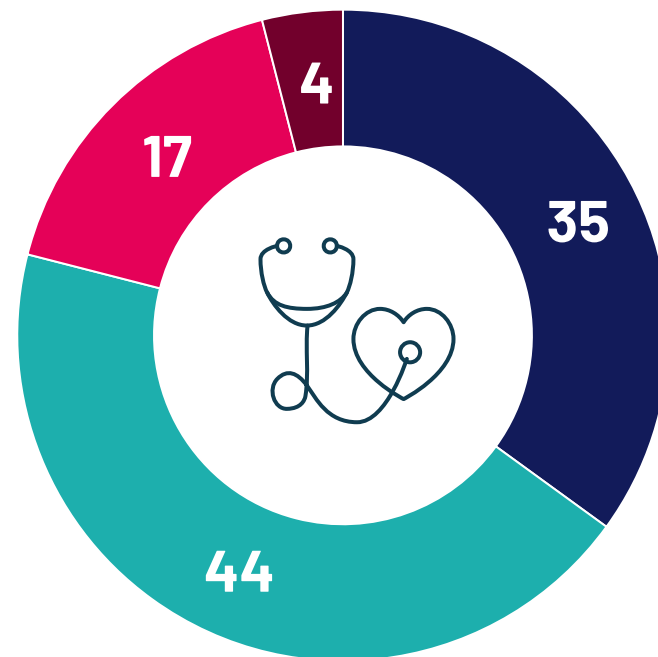


**Le lien entre
écologie et santé
est évocateur
pour près de
8 Français(es)
sur 10**

Question : Le lien entre écologie
et santé vous paraît-il... ?
Base : Ensemble

% Pas parlant : 21

% Parlant : 79



Diplômés > Bac : **84%**
dont diplômés Bac+3
et plus : **86%**

■ Très parlant
■ Assez parlant

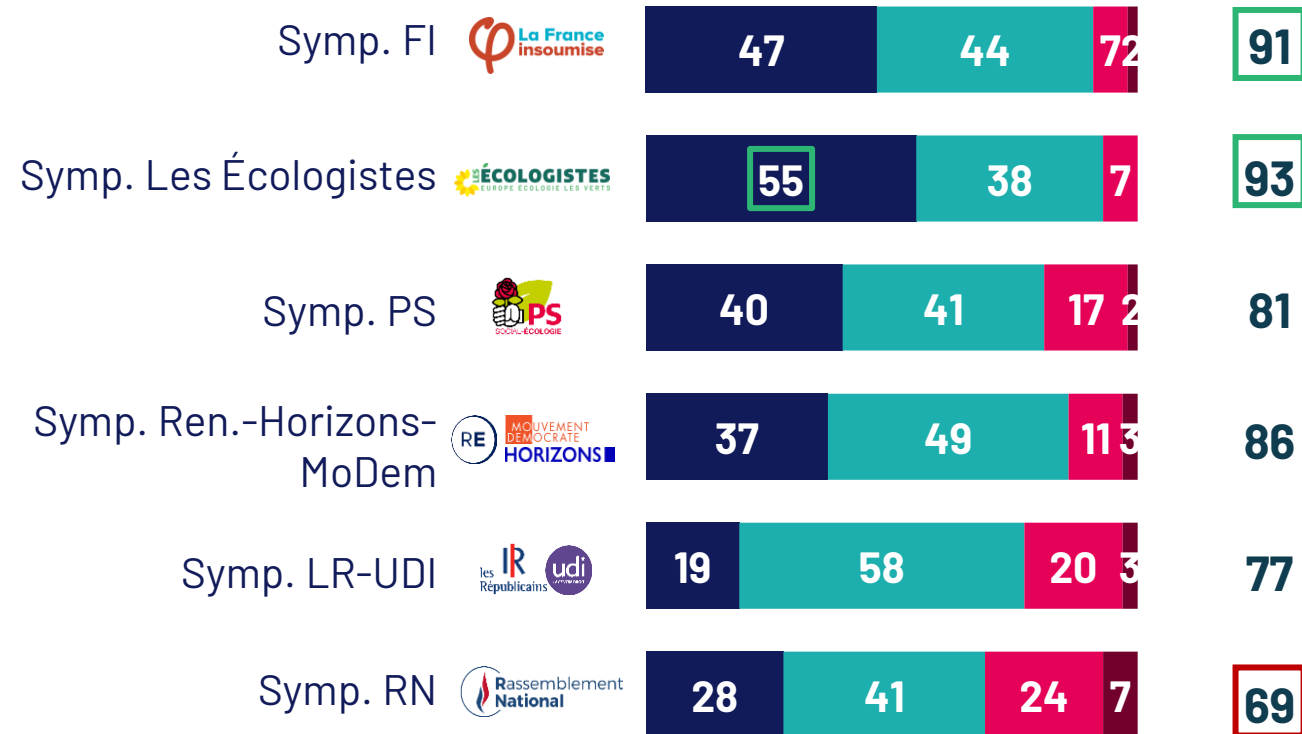
■ Peu parlant
■ Pas du tout parlant

Les sympathisant(e)s Écologistes et France Insoumise sont plus nombreux à faire le lien entre écologie et santé

Question : Le lien entre écologie et santé vous paraît-il... ?
Base : Ensemble



% Parlant



■ Très parlant
■ Assez parlant

■ Peu parlant
■ Pas du tout parlant

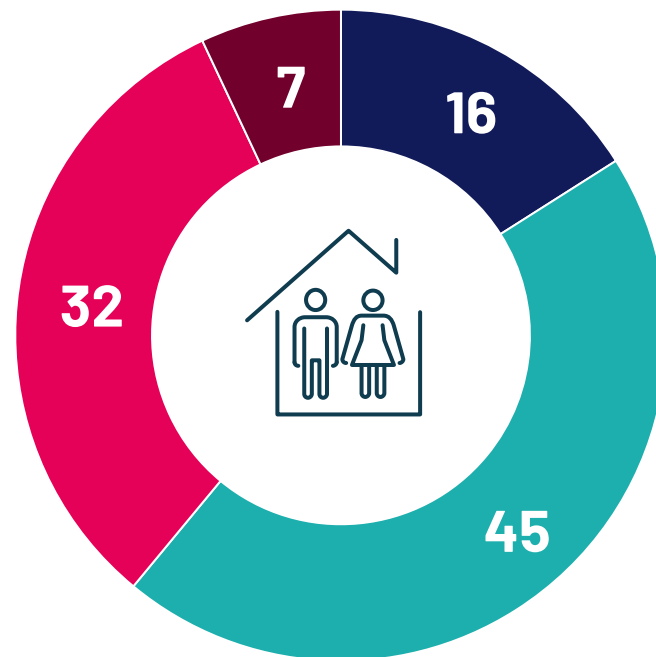


En revanche,
moins de deux
tiers des
Français(es)
estiment que le
lien entre
écologie et
patrimoine est
parlant

Question : Le lien entre écologie
et patrimoine vous paraît-il... ?
Base : Ensemble

% Pas parlant : 39

% Parlant : 61



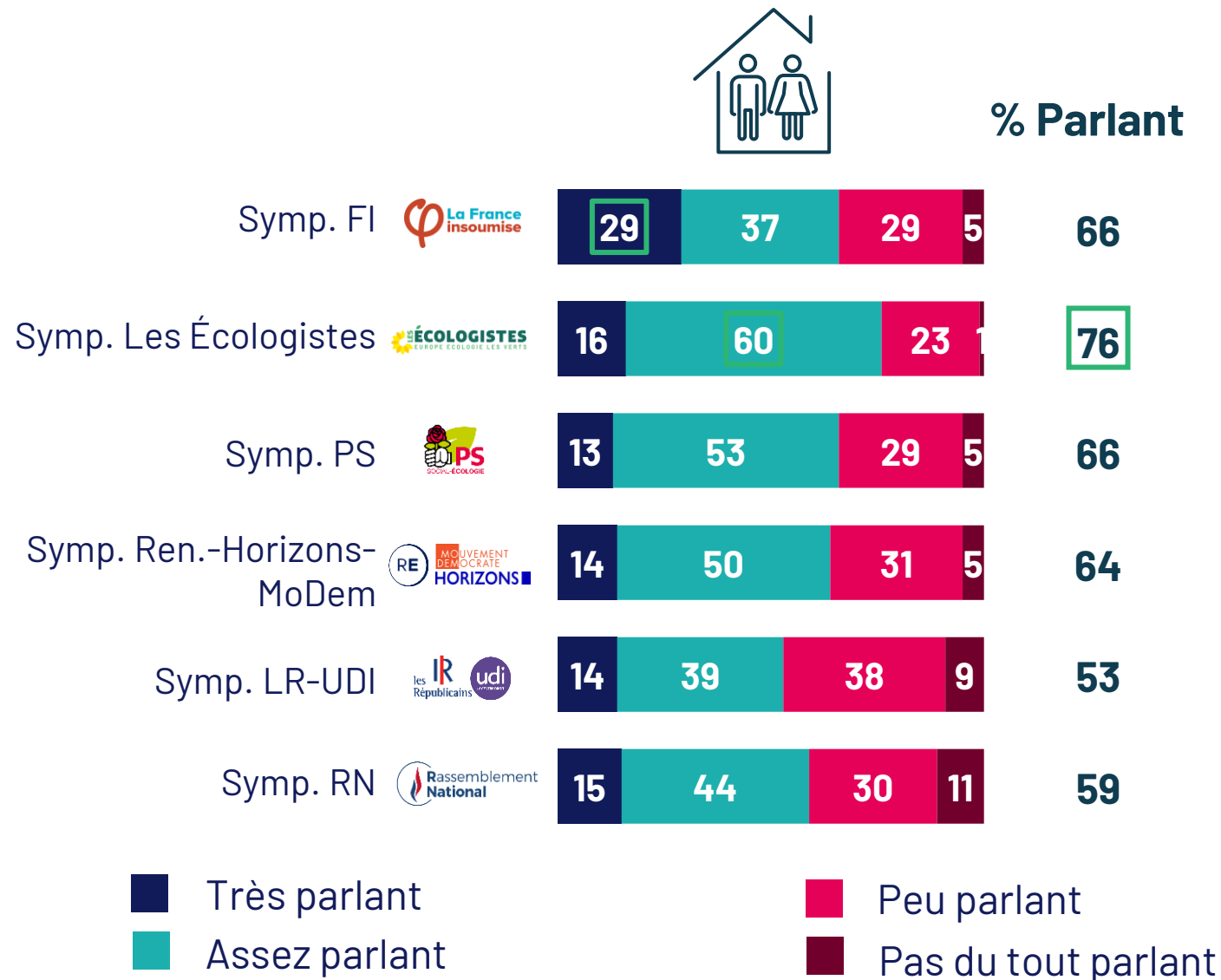
35-49 ans : 68%
70 ans et plus : 50%
CSP+ : 68%

■ Très parlant
■ Assez parlant

■ Peu parlant
■ Pas du tout parlant

Seul(e)s les sympathisant(e)s écologistes se distinguent par une meilleure connaissance du lien entre écologie et patrimoine

Question : Le lien entre écologie et patrimoine vous paraît-il... ?
Base : Ensemble



Enfin, à peine plus d'un(e) Français(e) sur deux comprend le lien existant entre l'écologie et la place de la France dans le monde

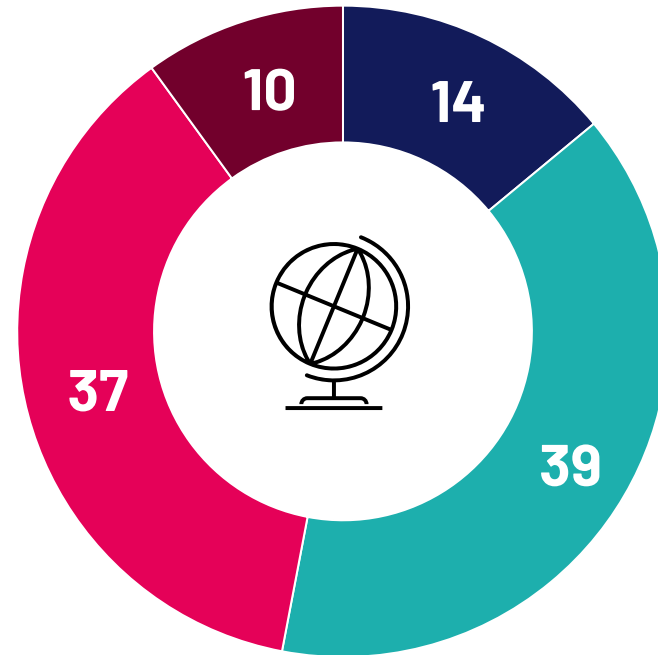
Question : Le lien entre écologie et place de la France vous paraît-il... ?

Base : Ensemble

Sans différences sociodémographiques significatives

% Pas parlant : 47

% Parlant : 53



■ Très parlant
■ Assez parlant

■ Peu parlant
■ Pas du tout parlant

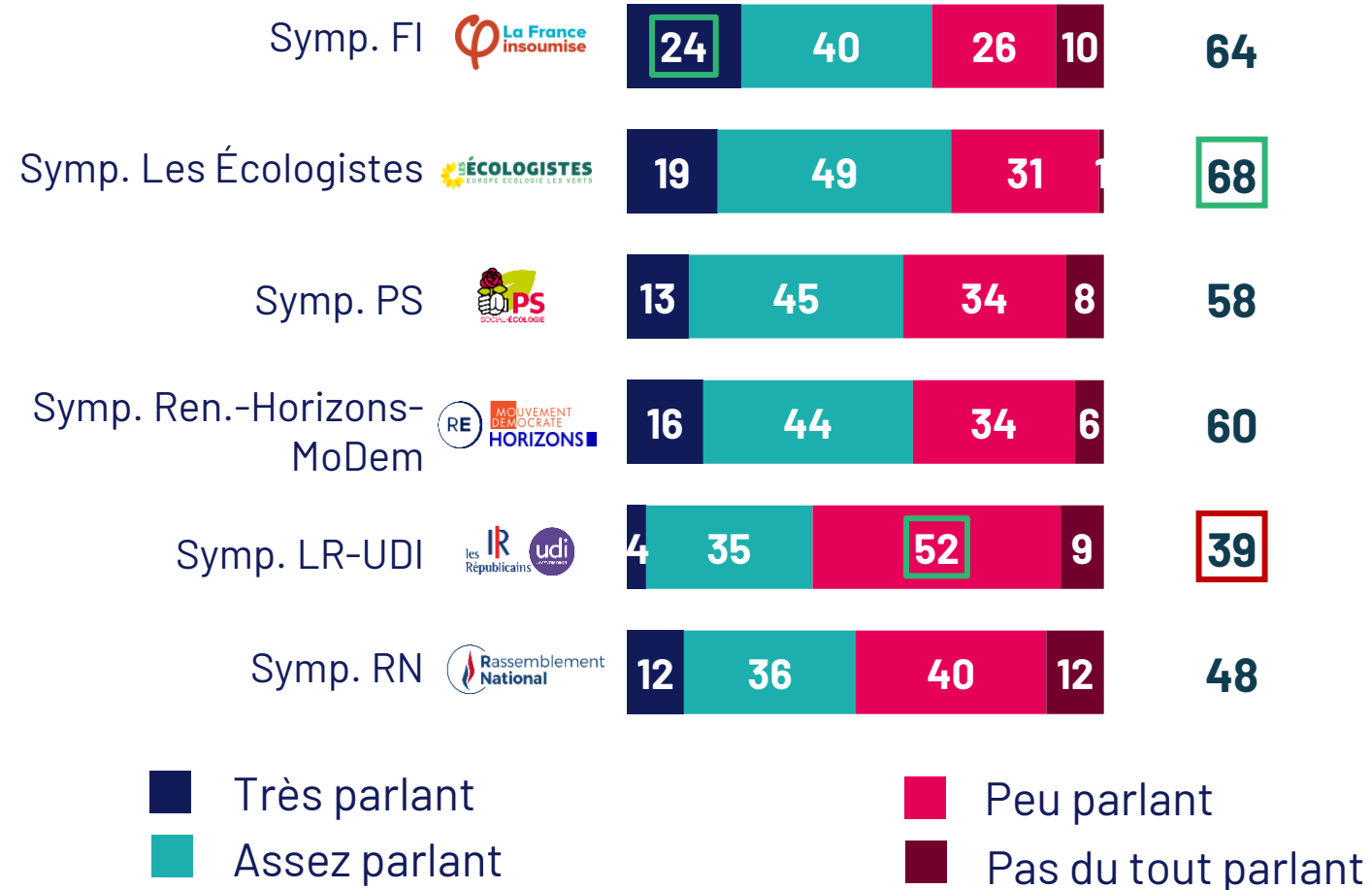
Les sympathisant(e)s de droite sont moins enclin(e)s à percevoir un lien entre l'écologie et la place de la France dans le monde, les écologistes le sont davantage

Question : Le lien entre écologie et place de la France vous paraît-il... ?

Base : Ensemble



% Parlant



Les conséquences de l'inaction et la politisation de l'écologie

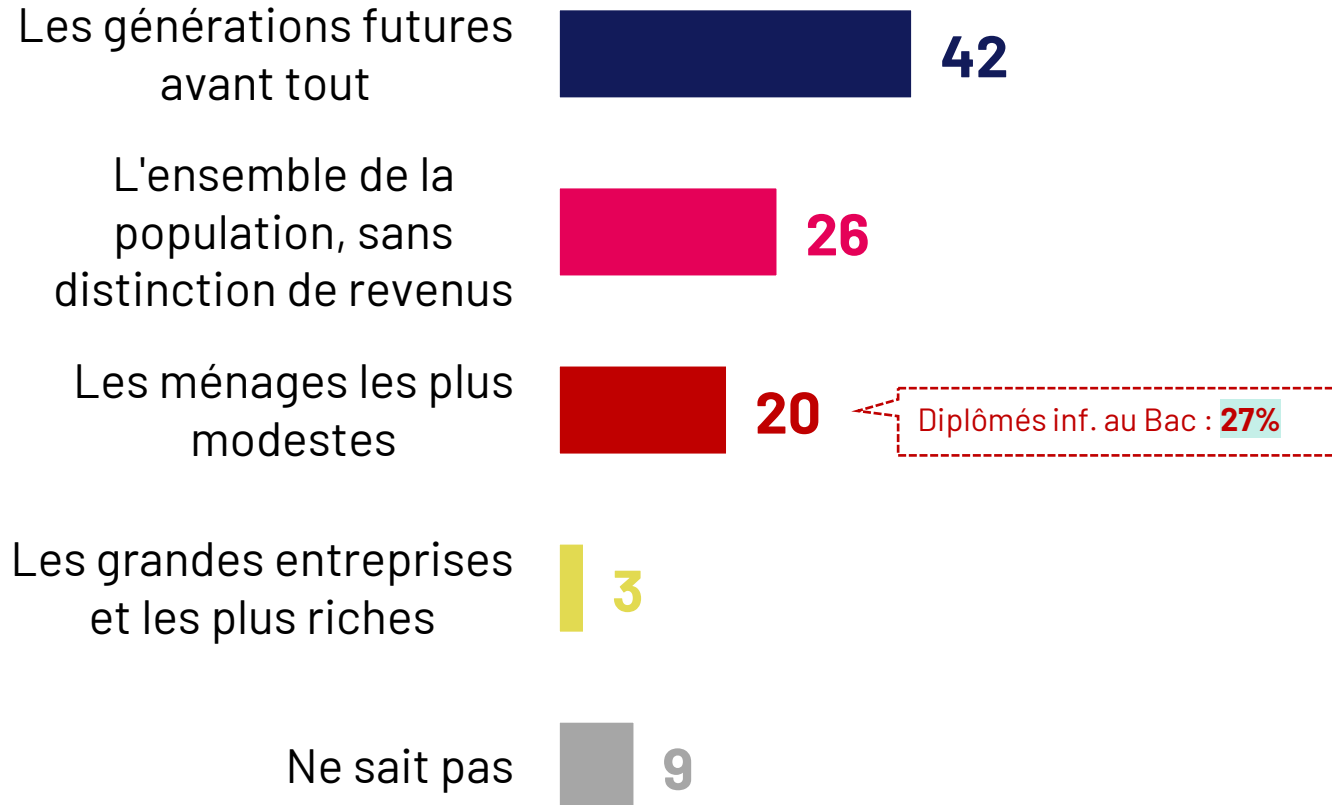
2



Pour les Français(es), ce sont avant tout les générations futures qui seront les plus touchées par les conséquences économiques de l'inaction face au changement climatique

Question : Selon vous, qui sera le plus touché par les conséquences économiques de l'inaction face au changement climatique ?

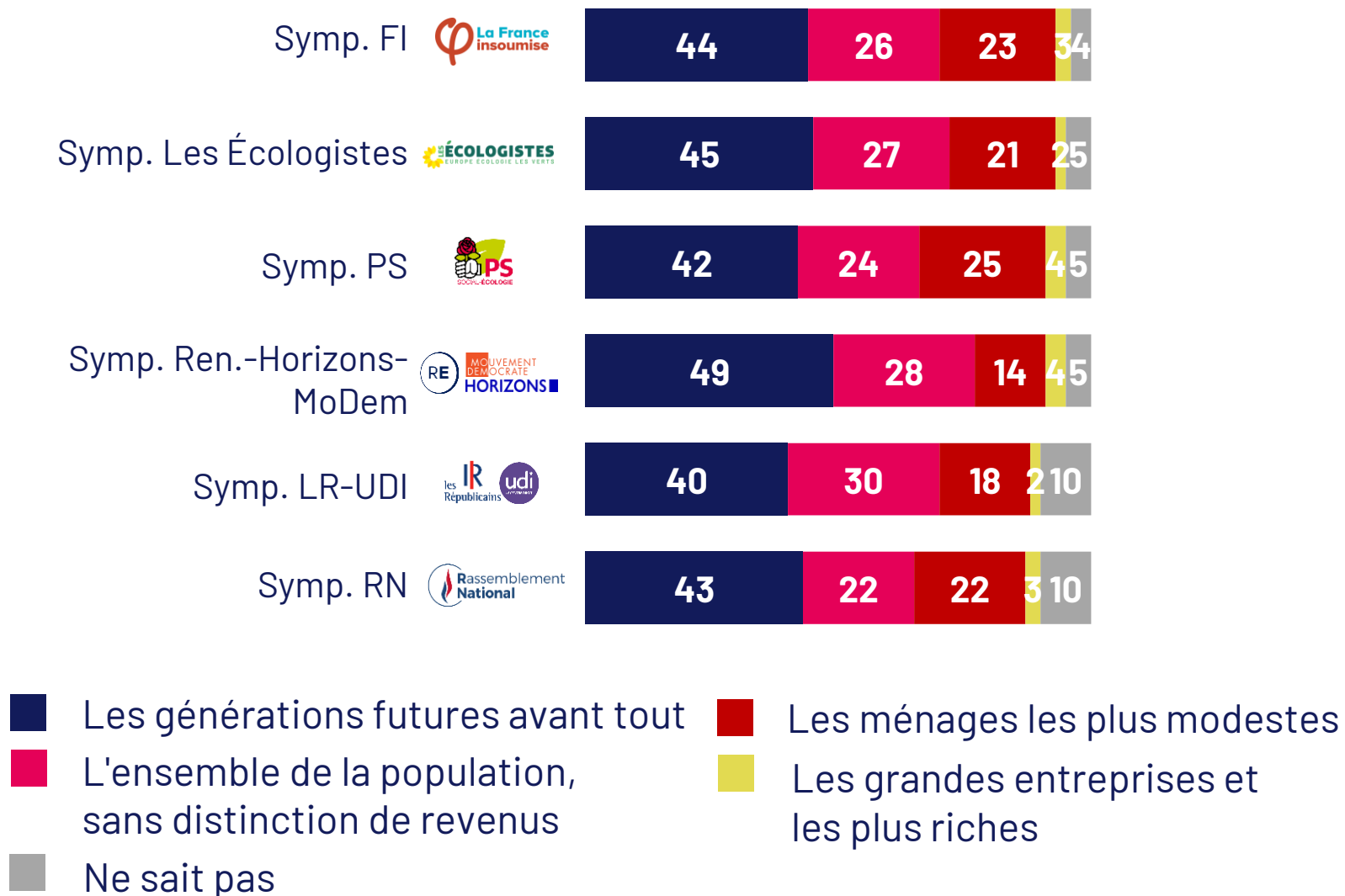
Base : Ensemble



Cette opinion est partagée par les sympathisant(e)s des différentes forces politiques

Question : Selon vous, qui sera le plus touché par les conséquences économiques de l'inaction face au changement climatique ?

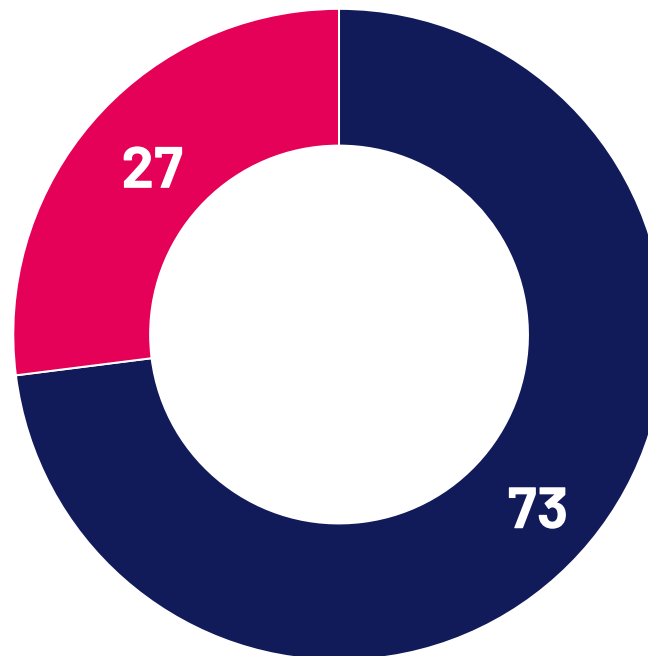
Base : Ensemble



Près de 3 Français(es) sur 4 considèrent que l'écologie ne devrait pas être politisée

Question : Avec laquelle des deux propositions suivantes êtes-vous le plus en accord ?
Base : Ensemble

Même si l'écologie est un sujet majeur pour l'avenir des Français, il **est normal qu'elle suscite des désaccords entre les partis politiques**, comme d'autres sujets importants



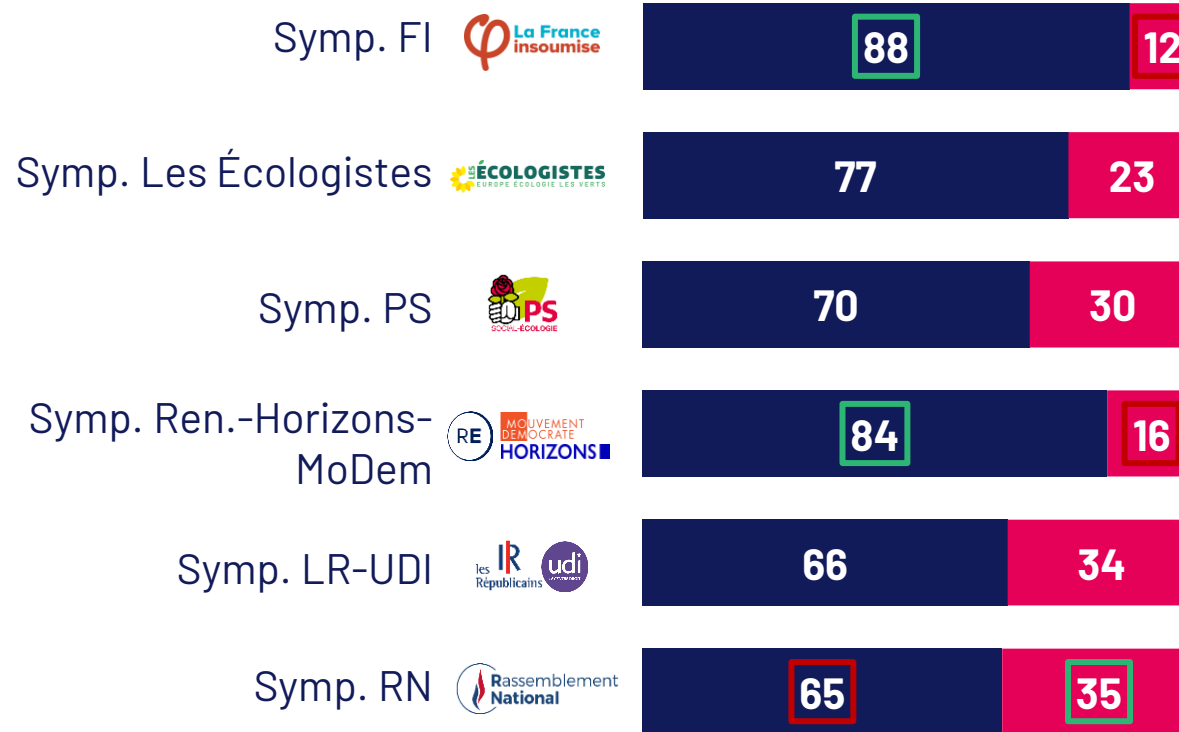
L'écologie étant un sujet majeur pour l'avenir des Français, elle ne **devrait pas être politisée** : elle devrait rassembler au-delà des partis politiques

Femmes 70 ans et plus :
85%

Les sympathisant(e)s insoumis(es) et de la majorité sont plus nombreux à partager cette opinion

Question : Avec laquelle des deux propositions suivantes êtes-vous le plus en accord ?

Base : Ensemble



L'écologie étant un sujet majeur pour l'avenir des Français, elle ne **devrait pas être politisée** : elle devrait rassembler au-delà des partis politiques

Même si l'écologie est un sujet majeur pour l'avenir des Français, il **est normal qu'elle suscite des désaccords entre les partis politiques**, comme d'autres sujets importants

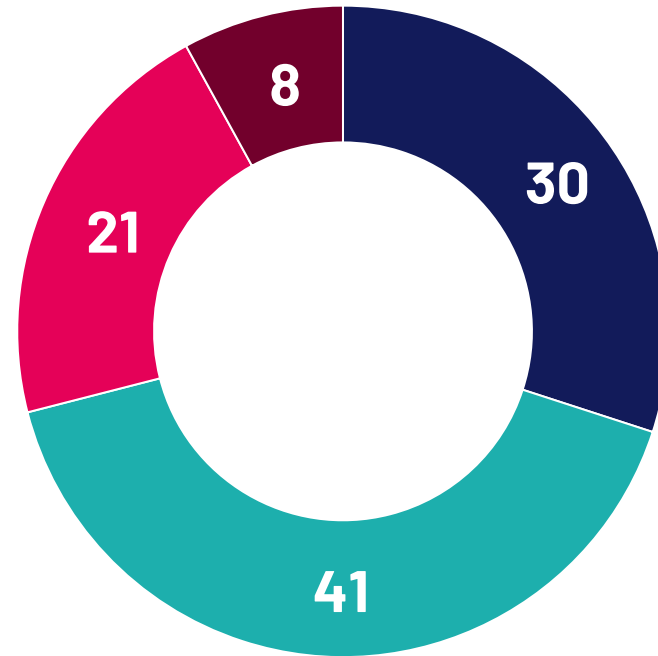
Enfin, près des trois-quarts des Français(es) attendent de la part des partis politiques dont ils se sentent proches un engagement plus fort en faveur de l'écologie

Question : Attendez-vous des partis politiques desquels vous vous sentez le plus proche qu'ils s'engagent davantage en faveur de l'écologie ?

Base : Ensemble

% Non : 29

% Oui : 71



■ Oui, tout à fait
■ Oui, plutôt

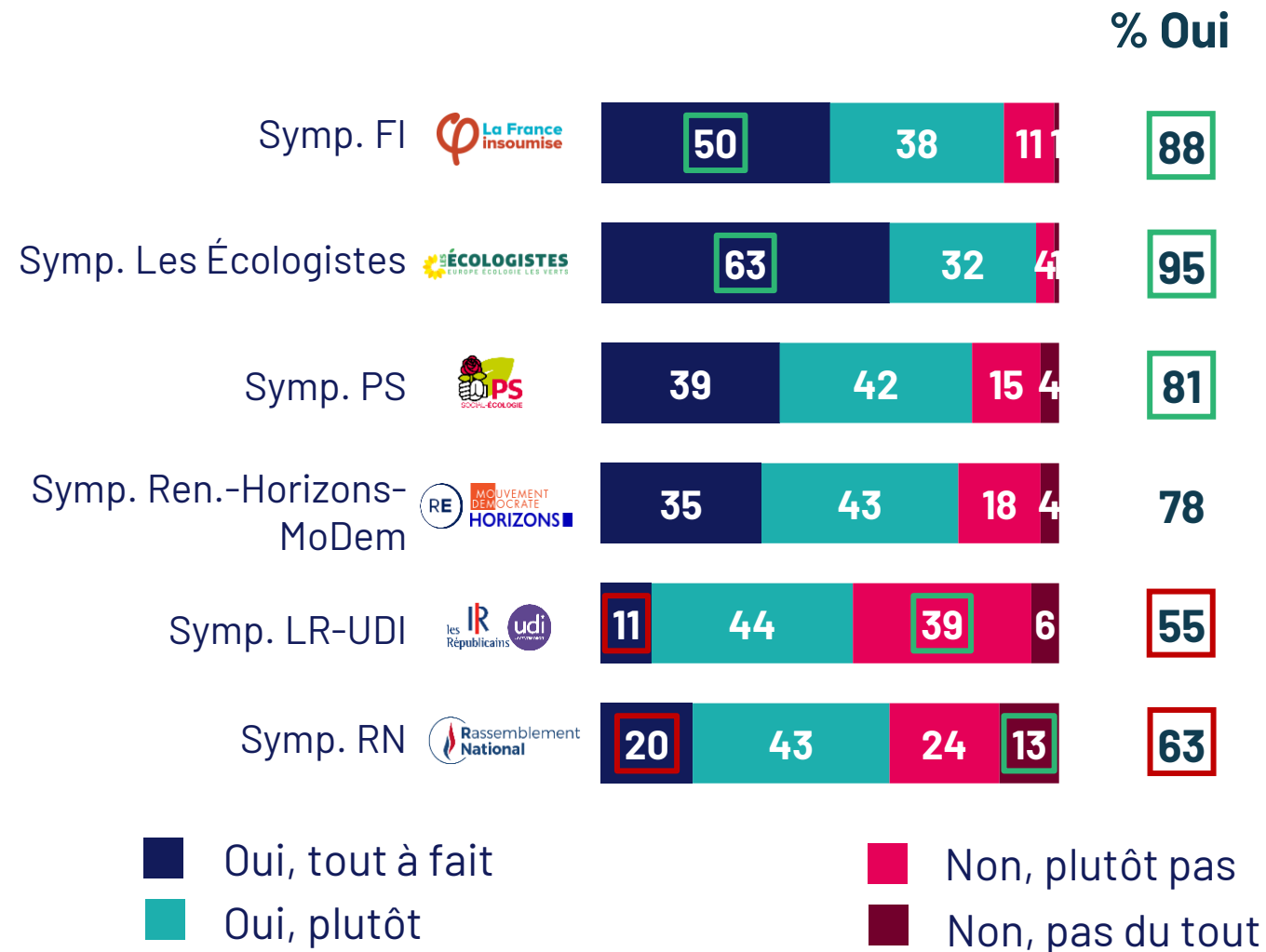
■ Non, plutôt pas
■ Non, pas du tout

Moins de 35 ans : 78%
60 ans et plus : 64%
Etudiant(e)s : 84%

Si cette attente est largement plus forte envers les partis de gauche pour les sympathisant(e)s concerné(e)s, elle est aussi majoritaire à droite et à l'extrême droite

Question : Attendez-vous des partis politiques desquels vous vous sentez le plus proche qu'ils s'engagent davantage en faveur de l'écologie ?

Base : Ensemble



ANNEXES

Fiche technique

ÉCHANTILLON

- **Population cible** : 1000 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- **Critères et sources de représentativité** : Sexe, âge, profession, catégorie d'agglomération, région.

COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : du 24 au 28 octobre 2025
- **Taille de l'échantillon final** : 1000 individus
Mode de recueil : On line sur panel IIS
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 2 ans

TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- Critères de pondération : Sexe, âge, profession, catégorie d'agglomération, région

Fiche technique

Organisation (Étude sur panel online)

LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS BVA

- Design et méthodologie
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Coordination de la collecte
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Mise en forme des résultats
- Présentation orale
- Analyses et synthèse

LES ACTIVITÉS RÉALISÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS LOCALES EXPERTES DE L'ACTIVITÉ

- Collecte des données en [France](#)



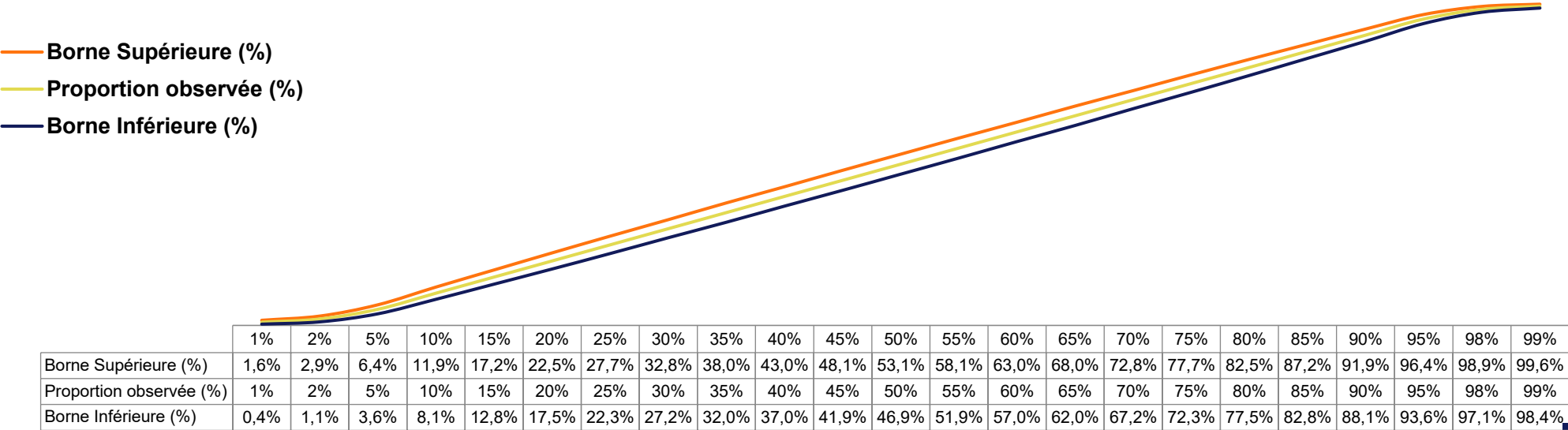
FIABILITÉ DES RÉSULTATS

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 :



FIABILITÉ DES RÉSULTATS : Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases de l'étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un process de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.



NOS ENGAGEMENTS

CODES PROFESSIONNELS, CERTIFICATION QUALITÉ CONSERVATION ET PROTECTION DES DONNÉES

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.

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, Mid-60, STOXX Europe 600 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

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

www.ipsos.com

35 rue du Val de Marne
75 628 Paris, Cedex 13 France
Tel. +33 1 41 98 90 00

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.

