



COMMUNIQUE DE PRESSE

#Etude #COP26 #France #International

Etude Ipsos Global Advisor : COP26

Face au changement climatique, près d'un tiers des Français déclare consommer moins de viande

Paris, le 5 novembre 2021 – Alors que la COP26 tente de dessiner les objectifs mondiaux d'un monde plus durable cette semaine à Glasgow, Ipsos dévoile en exclusivité les résultats de son étude Global Advisor* sur les comportements face au changement climatique en 2021. L'étude dresse un tableau mitigé de l'évolution des comportements de consommation à l'égard des questions climatiques. Comme l'ensemble des 29 pays interrogés, les Français déclarent moins qu'en 2020 avoir modifié leurs comportements de consommation en raison de leur préoccupation pour le changement climatique (52%, -21 points en un an). Ils se montrent sévères vis-à-vis de leurs concitoyens : seuls 20% estiment que leurs voisins font eux aussi des efforts (soit 10 points de moins que la moyenne mondiale). Reste que les Français font preuve d'exemplarité quant à certaines actions, comme la réduction de consommation de viande que 30% des Français auraient diminuée ces dernières années.

Chiffres et enseignements clés de l'étude :

- En moyenne **56% des personnes interrogées dans le monde déclarent avoir modifié leur comportement de consommation en raison des préoccupations liées au changement climatique** au cours des dernières années (vs 69 % en janvier 2020), et 52% en France.
- **La France fait partie des pays qui ont connu la plus forte baisse de motivation** (-21pts en un an) dans la part de consommateurs soucieux de l'environnement.
- En France, **les top 3 des actions écolos adoptées par les Français** des dernières années sont :
 - le recyclage ou le compostage (58%, vs 46% dans le monde) ;
 - le gaspillage alimentaire (46%), ex-aequo avec les économies d'eau (46%).
- **Seuls 19% des Français ont déclaré ne pas avoir mis en place d'actions spécifiques** dans leur quotidien pour préserver l'environnement.

Ecoconsommation : le coup de blues français ?

Un an après le Covid-19, la motivation à agir pour l'environnement accuse le coup partout dans le monde : les citoyens des 29 pays interrogés par Ipsos sont en moyenne 56% à déclarer qu'ils ont modifié leur comportement de consommation en raison des préoccupations liées au changement climatique au cours des dernières années.

Sur cette question, s'il est encore majoritaire, **l'engagement des Français est en nette baisse** : de 73% en janvier, **ils ne sont plus que 52% à déclarer s'en être souciés dernièrement**. Une des chutes parmi les plus importantes du classement, juste derrière la Malaisie (62%, -23 points), l'Espagne (53%, -23 points), ou encore la Pologne (49%, -23 points).

« Ce relâchement pourrait s'expliquer par la modification accélérée des habitudes des consommateurs du monde entier pour se protéger et protéger les autres du Coronavirus, et qui se sont finalement moins préoccupés de l'impact environnemental de leur comportement. La baisse est d'autant plus brutale en France que les Français partaient d'un niveau assez élevé lors de la dernière mesure » analyse **Sarah Duhautois, Directrice adjointe Corporate Reputation chez Ipsos en France**.

Toutefois, **les Français restent globalement engagés** : ils ne sont qu'un sur quatre (19%) à déclarer n'avoir fait faire aucun geste pour préserver l'environnement dans leur quotidien, contre 32% outre-Atlantique et 33% au Japon.

À la question de savoir leurs voisins font mieux, les consommateurs Français sont circonspects. **Ces derniers ont le sentiment d'être plus engagés dans la lutte contre le changement climatique que leurs concitoyens** : 20% estiment que leurs voisins font des efforts (soit 10 points de moins que la moyenne mondiale), établissant un écart de perception net de 32 points avec ceux qui déclarent en faire au quotidien.

Les comportements des Français évoluent, notamment dans les assiettes

Concrètement, que mettent en place les Français pour adopter des gestions plus écologiques dans leur quotidien ? Alors que l'arrivée de la consigne en France via le projet de loi Climat reste encore incertaine, **le recyclage et le compostage représentent l'action la plus adoptée parmi les sondés Français** (58%), suivi par la réduction de leur gaspillage alimentaire (46%) ex aequo avec les économies d'eau (46%). À l'échelle mondiale, les mesures les plus populaire pour lutter contre le changement climatique restent le recyclage et le compostage (46%).

En revanche, **les Français se démarquent en matière d'alimentation, se situant sur le podium des pays où la consommation de viande aurait le plus diminué** : 30% des Français déclarent moins en consommer des dernières années, juste derrière les Pays-Bas à 35% et le Chili à 31%. Ils sont à l'inverse beaucoup moins enclins à faire des sacrifices lorsqu'il s'agit de se déplacer ou de partir en voyage : 7% ont changé de modèle de voiture et 9% ont fait l'effort de moins prendre l'avion, un engagement que 27% des Suédois ou encore 26% des Belges ont déclaré avoir pris ces derniers mois.

« Ce retour à la normale n'est pas avare en paradoxes. Si la motivation des consommateurs semble avoir été affectée, espérons que la COP26 pourra insuffler un nouvel élan à leurs actions individuelles. » conclut **Sarah Duhautois**.

Pour être mis en relation avec l'expert Ipsos en France sur ce sujet, cliquez [ici](#).
Le rapport intégral est à télécharger [ici](#).

***À propos du [Ipsos Global Advisor](#)**

Ipsos Global Advisor est un large dispositif, mené chaque mois par Ipsos dans 24 à 29 pays du monde. Il présente 2 volets :

- [Economic Pulse](#), baromètre mensuel qui mesure la perception des citoyens de l'économie de leur pays
- La perception des citoyens du monde sur des sujets d'actualités

Méthodologie : Enquête de marché menée par Ipsos sur sa plateforme en ligne Global Advisor. Ipsos a interrogé un total de 23 055 adultes, âgés de 18 à 74 ans aux États-Unis, au Canada, en Malaisie, en Afrique du Sud et en Turquie, et âgés de plus de 16 ans en Norvège, de 16 à 74 ans dans 23 autres marchés entre le 24 septembre et le 8 octobre 2021.

L'échantillon se compose d'environ 1 000 individus dans chacun des pays d'Allemagne, d'Australie, de Belgique, du Canada, de Chine continentale, de France, de Grande-Bretagne, d'Italie, du Japon et des États-Unis, et de 500 individus dans chacun des pays d'Argentine, du Chili, de Colombie, de Hongrie, d'Inde, de Malaisie, du Mexique, des Pays-Bas, du Pérou, de Pologne, de Russie, d'Arabie saoudite, d'Afrique du Sud, de Corée du Sud, de Suède et de Turquie.

Les échantillons en Argentine, en Australie, en Belgique, au Canada, en France, en Allemagne, en Grande-Bretagne, en Hongrie, en Italie, au Japon, aux Pays-Bas, en Pologne, en Corée du Sud, en Espagne, en Suède et aux États-Unis peuvent être prélevés comme représentatifs de leurs populations adultes générales de moins de 75 ans.

Les échantillons au Brésil, en Chine continentale, au Chili, en Colombie, en Inde, en Malaisie, au Mexique, au Pérou, en Russie, en Arabie saoudite, en Afrique du Sud et en Turquie sont plus urbains, plus instruits et/ou plus riches que la population générale. Les résultats de l'enquête pour ces pays doivent être considérés comme reflétant les vues du segment le plus « connecté » de leur population.

À propos d'Ipsos

Ipsos est l'une des plus grandes entreprises du marché des études dans le monde, présente dans 90 marchés et comptant 18 000 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 SPF 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



Contact Presse

Agence Hopscotch

ipsos@hopscotch.fr