

ENQUÊTE « ÉTAT DE LA FRANCE » PREMIÈRE ÉDITION

Septembre 2023

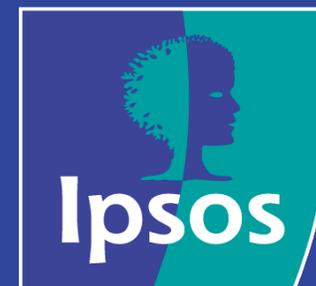
Rapport complet

Jean-François Doridot (jean-francois.doridot@ipsos.com)

Alice Tétaz (alice.tetaz@ipsos.com)

Laurène Boisson (laurene.boisson@ipsos.com)

Alexandre Leray (alexandre.leray@ipsos.com)



SOMMAIRE

MÉTHODOLOGIE	P.3
PARTIE 1 – DES FRANÇAIS PEU OPTIMISTES POUR L'AVENIR	P.4
PARTIE 2 – UN BIEN-ÊTRE FREINÉ PAR LE MANQUE DE TEMPS, D'ARGENT ET L'ÉCO-ANXIÉTÉ	P.8
PARTIE 3 – UN RAPPORT AMBIVALENT AU TRAVAIL	P.14
PARTIE 4 – UN POUVOIR D'ACHAT EN TENSION	P.18
PARTIE 5 – DES INÉGALITÉS JUGÉES TRÈS IMPORTANTES	P.21
PARTIE 6 – UNE GRANDE INQUIÉTUDE PAR RAPPORT AU DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE... MAIS LA VOLONTÉ DE S'ENGAGER	P.26
ANNEXES	P.35

MÉTHODOLOGIE



ÉCHANTILLON

1256 personnes de 18 ans et plus constituant un échantillon national représentatif de la population française métropolitaine et ultra-marine âgée de 18 ans et plus.



DATES DE TERRAIN

Du 1^{er} au 14 septembre 2023



METHODOLOGIE

Échantillon interrogé par téléphone.

Méthode des quotas :

Sexe, âge, profession de l'interviewé, catégorie d'agglomération et 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**. Si le résultat est significativement inférieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance*), il est présenté sur **fond 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 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».

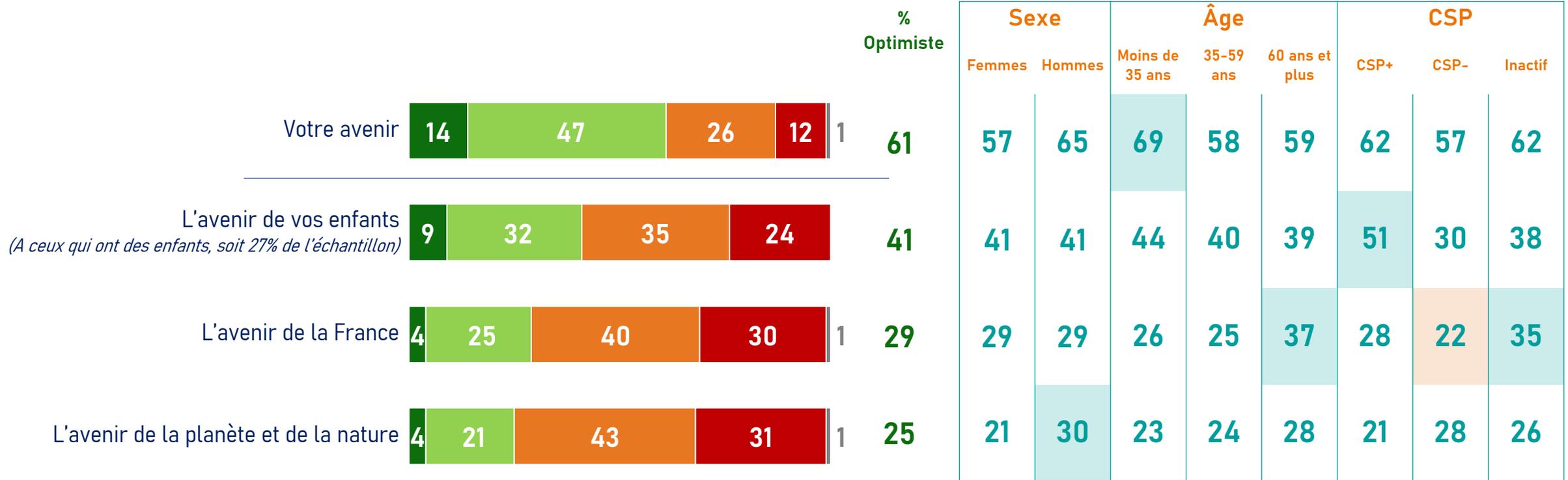
Ce rapport a été relu par Alice Tétaz, Directrice de Clientèle (Ipsos Public Affairs).

PARTIE 1. DES FRANÇAIS PEU OPTIMISTES POUR L'AVENIR

Les Français sont plutôt optimistes quand ils pensent à leur avenir... ils le sont toutefois moins quand ils pensent à l'avenir de leurs enfants, et encore moins quand ils pensent à l'avenir de la France ou de la planète

Question : « Êtes-vous optimiste ou pessimiste quand vous pensez à... »
 (Base : Ensemble de l'échantillon)

Résultats par profil



TRÈS OPTIMISTE

PLUTÔT OPTIMISTE

PLUTÔT PESSIMISTE

TRÈS PESSIMISTE

NE SE PRONONCE PAS

Le pouvoir d'achat devance légèrement la santé puis l'environnement et les incivilités dans la liste des préoccupations personnelles des Français

Question : « Parmi les sujets suivants, quels sont les trois qui vous préoccupent le plus aujourd'hui, pour vous personnellement ? »
 (Base : Ensemble de l'échantillon – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles)

Résultats par profil



Sexe		Âge			CSP		
Femmes	Hommes	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
41	38	46	43	31	38	52	32
40	33	32	40	37	42	35	35
34	30	35	31	33	36	26	35
32	33	30	31	36	32	32	33
27	23	30	24	22	27	26	22
22	24	25	23	23	21	25	24
19	25	18	20	28	25	15	25
19	18	15	21	18	18	20	17
14	20	15	17	19	13	19	18
13	12	16	14	8	9	16	13
10	11	9	11	11	10	8	13
9	9	8	10	8	13	7	8
9	8	7	7	10	9	6	9
-	1	1	-	1	1	-	1

La hiérarchie des préoccupations pour la France est légèrement différente puisque les incivilités occupent la première place devant le pouvoir d'achat

Question : « Et parmi les sujets suivants, quels sont les trois qui vous préoccupent le plus aujourd'hui pour la France ? »
 (Base : Ensemble de l'échantillon – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles)

Résultats par profil

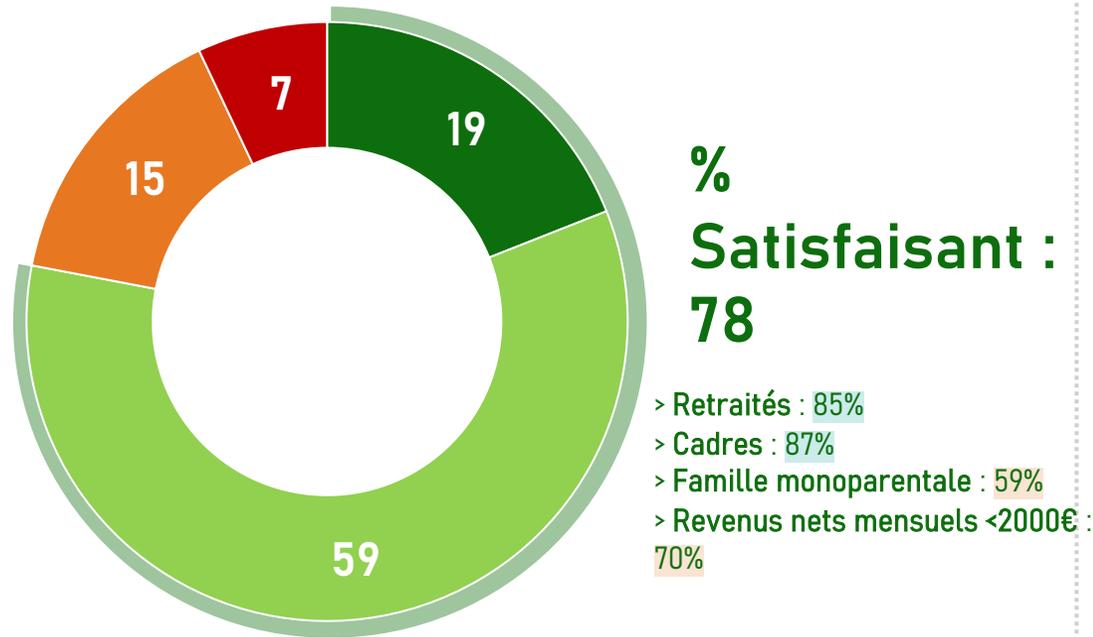


	Sexe		Âge			CSP		
	Femmes	Hommes	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les incivilités, la délinquance	36	40	34	39	39	34	39	39
Le pouvoir d'achat	36	32	38	36	29	31	40	32
L'environnement (dérèglement climatique, biodiversité, pollution...)	31	26	29	26	32	32	21	31
Les inégalités sociales	26	27	33	23	26	28	27	25
La situation économique et financière du pays	25	28	28	29	23	28	31	22
La santé	31	19	18	26	29	25	22	27
L'instabilité géopolitique (tensions internationales, guerres...)	19	26	15	24	27	26	16	25
L'immigration	20	24	22	20	24	19	27	20
L'avenir du système des retraites	18	18	23	20	11	20	22	13
L'emploi, le chômage	16	12	19	12	14	11	15	16
Les tensions et mouvements sociaux en France	13	13	10	13	14	14	10	14
L'accès aux services publics	12	12	11	13	10	15	10	11
Les évolutions technologiques et leurs impacts	7	6	6	7	8	7	7	7
Aucun	1	1	2	1	1	1	1	1

**PARTIE 2.
UN BIEN-ÊTRE FREINÉ
PAR LE MANQUE DE
TEMPS, D'ARGENT ET
L'ÉCO-ANXIÉTÉ**

Le niveau personnel de bien-être des Français est globalement satisfaisant, bien que cette satisfaction soit peu prononcée : seul un sur cinq affirme se sentir très bien

Question : « D'une manière générale, comment évaluez-vous votre niveau personnel de bien-être (qu'il soit physique, moral, social) ? »
 (Base : Ensemble de l'échantillon)



Résultats par profil

	Sexe				% Satisfaisant
Femmes	17	59	17	7	76
Hommes	21	59	13	7	80
	Âge				% Satisfaisant
Moins de 35 ans	24	57	14	5	81
35-59 ans	18	55	18	9	73
60 ans et plus	18	65	12	5	83
	Catégorie socioprofessionnelle				% Satisfaisant
CSP+	22	57	15	6	79
CSP-	15	55	20	10	70
Inactifs	20	63	11	6	83



Pour contribuer à ce bien-être, les dimensions les plus essentielles sont, de loin, leurs relations avec leur famille et leur santé

Question : « D'une manière générale, parmi les dimensions suivantes, lesquelles sont les trois plus essentielles à votre bien-être ? »
 (Base : Ensemble de l'échantillon – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles)

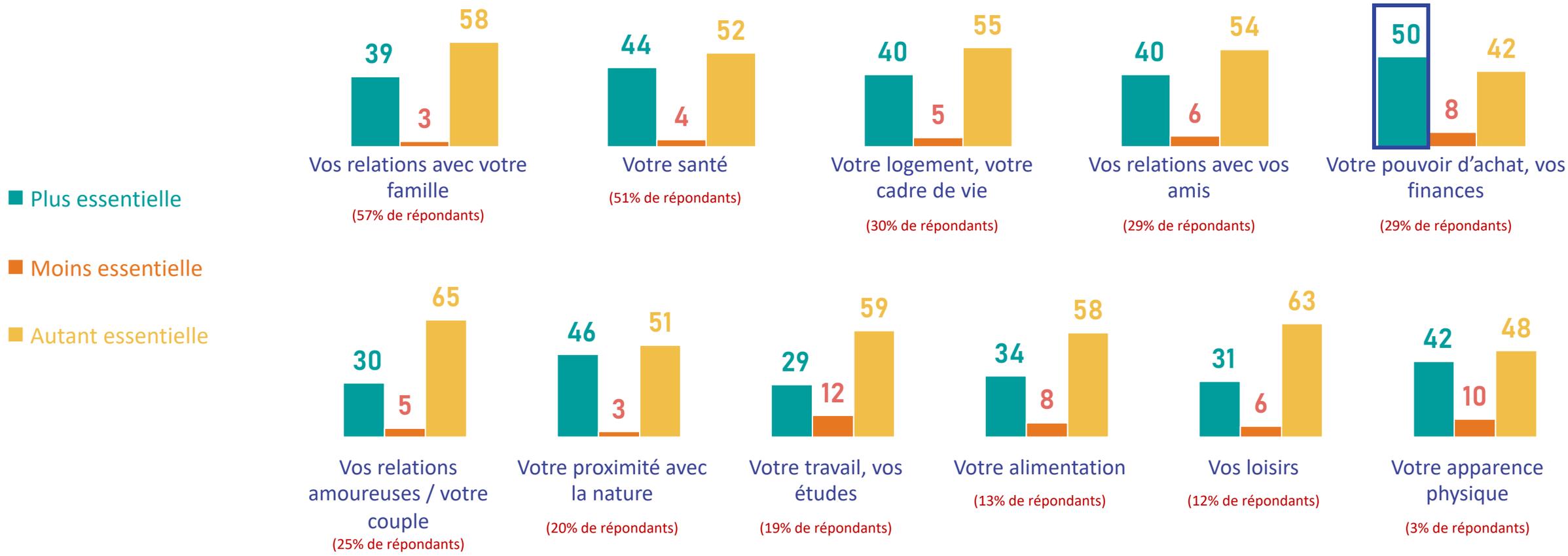
Résultats par profil



Sexe		Âge			CSP		
Femmes	Hommes	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
64	50	54	58	57	59	53	59
55	47	35	50	65	50	42	59
28	32	31	29	30	30	33	27
27	31	36	24	29	27	26	31
29	29	33	30	25	25	36	28
21	29	25	29	20	29	25	22
21	20	16	22	22	18	20	22
20	18	27	27	2	28	29	5
13	13	11	11	17	12	10	17
10	14	19	10	9	10	15	10
3	3	5	2	3	3	2	4
1	1	1	1	2	1	-	2

Les années écoulées depuis le premier confinement ont eu un impact important sur de nombreuses dimensions du bien-être, notamment le pouvoir d'achat, jugé de plus en plus essentiel

Question : « Pour chacune des dimensions citées, diriez-vous qu'elle est plus, moins, ou autant essentielle à votre bien-être qu'avant le premier confinement lié au Covid ? » (Base : Répondants ayant sélectionné la dite dimension à la question précédente. Bases différentes pour chaque module)



Interrogés sur les freins à leur bien-être, les Français citent surtout le manque de temps et d'argent... mais également, à un haut niveau, l'anxiété par rapport au climat

Question : « Quels sont aujourd'hui les trois principaux freins à votre bien-être, ce qui vous empêche de vous sentir vraiment bien ? »
 (Base : Ensemble de l'échantillon – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles)

Résultats par profil



Sexe		Âge			CSP		
Femmes	Hommes	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
36	33	43	43	18	50	36	22
38	32	51	40	16	35	48	25
36	27	28	30	37	32	27	35
23	21	10	22	32	16	17	31
18	19	18	22	15	25	17	16
13	13	19	18	3	20	20	3
13	11	18	11	9	11	12	13
11	10	11	11	10	9	13	11
9	10	8	8	13	5	10	13
7	5	6	5	7	4	5	7
4	6	6	5	4	4	5	6
4	4	4	2	6	4	2	5
9	13	9	8	17	9	9	14

Top 3 des freins au fait de se sentir vraiment bien selon l'âge

Question : « Quels sont aujourd'hui les trois principaux freins à votre bien-être, ce qui vous empêche de vous sentir vraiment bien ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles)

Moins de 35 ans

Vous manquez d'argent



51

Vous manquez de temps
(pour vous, pour vos
proches)



43

Vous êtes anxieux par
rapport à l'évolution du
changement climatique



28

35-59 ans

Vous manquez de temps
(pour vous, pour vos
proches)



43

Vous manquez d'argent



40

Vous êtes anxieux par
rapport à l'évolution du
changement climatique



30

60 ans et plus

Vous êtes anxieux par
rapport à l'évolution
du changement
climatique



37

Vous avez des
problèmes de santé



32

Vous manquez de temps
(pour vous, pour vos
proches)



18



Résultats significativement inférieurs à la moyenne



Résultats significativement supérieurs à la moyenne

Top 3 des freins au fait de se sentir vraiment bien selon la catégorie socioprofessionnelle

Question : « Quels sont aujourd'hui les trois principaux freins à votre bien-être, ce qui vous empêche de vous sentir vraiment bien ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles)

CSP+

Vous manquez de temps
(pour vous, pour vos proches) **50**

Vous manquez d'argent **35**

Vous êtes anxieux par rapport à l'évolution du changement climatique **32**

CSP-

Vous manquez d'argent **48**

Vous manquez de temps
(pour vous, pour vos proches) **36**

Vous êtes anxieux par rapport à l'évolution du changement climatique **27**

Inactif

Vous êtes anxieux par rapport à l'évolution du changement climatique **35**

Vous avez des problèmes de santé **31**

Vous manquez d'argent **25**



Résultats significativement inférieurs à la moyenne



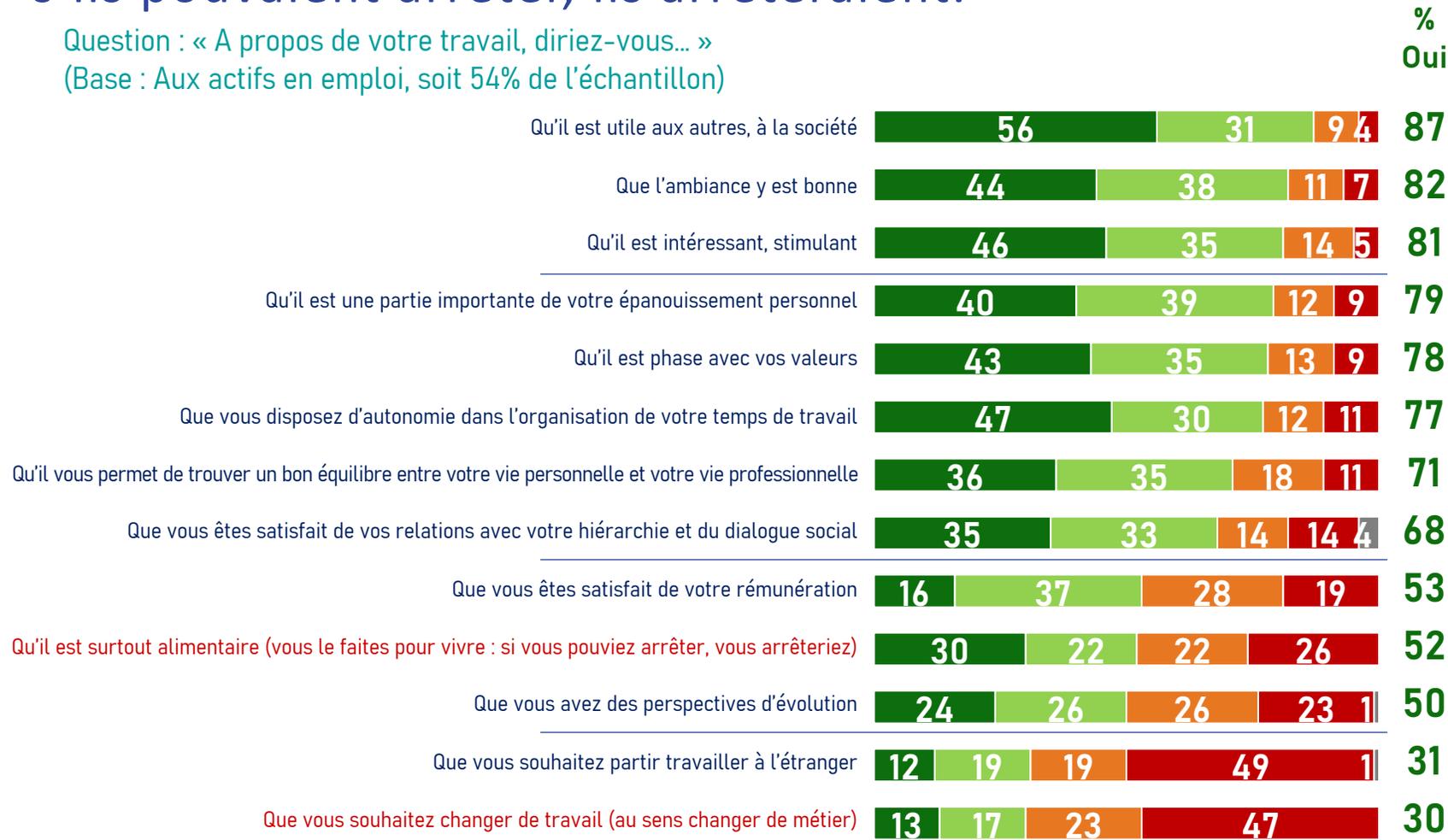
Résultats significativement supérieurs à la moyenne

PARTIE 3. UN RAPPORT AMBIVALENT AU TRAVAIL

L'immense majorité des actifs disent de leur travail qu'il est utile et intéressant... mais dans le même temps, la moitié affirme qu'il est surtout alimentaire : s'ils pouvaient arrêter, ils arrêteraient.

Résultats par profil

Question : « A propos de votre travail, diriez-vous... »
(Base : Aux actifs en emploi, soit 54% de l'échantillon)



%
Oui

Sexe	Âge			CSP			
	Femmes	Hommes	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP+	CSP-
	88	87	85	88	90	87	88
	85	79	87	79	82	82	81
	83	79	82	81	71	84	77
	78	80	77	80	81	80	78
	80	76	77	78	76	79	76
	80	74	75	78	76	82	72
	71	72	71	70	82	70	73
	67	69	77	65	63	67	69
	44	61	58	51	51	56	49
	51	52	48	53	52	45	59
	49	51	70	44	22	52	48
	31	32	42	28	11	32	30
	30	30	31	31	11	26	33

OUI, VRAIMENT

OUI, PLUTÔT

NON, PAS VRAIMENT

NON, PAS DU TOUT

Profils des personnes très satisfaites et très insatisfaites de leur travail

Question : « A propos de votre travail, diriez-vous... »
(Base : Aux actifs en emploi, soit 54% de l'échantillon)



Caractéristiques des personnes qui sont très satisfaites de leur travail

- De l'optimisme en leur avenir et celui de la France
78% déclarent être optimiste et même 26% très optimiste en leur avenir (contre 61% et 14% au global). Ils sont également 38% à être optimiste pour l'avenir de la France contre 29% au global.
- Un excellent niveau de bien-être personnel
Plus que les autres, ils sont 88% à estimer avoir un niveau de bien-être personnel satisfaisant – 10 points de plus que sur l'ensemble de la population. Et même 30% déclarent se sentir très bien contre 19% au global.
- Un rapport au travail essentiel à leur vie
Leur travail ou leurs études est la 3^e dimension la plus importante et essentielle à leur bien-être (36% contre 19% au global).
Ils sont 70% à déclarer que leur pouvoir d'achat leur permet de vivre bien contre 58% au global.



Caractéristiques des personnes qui sont très insatisfaites de leur travail

- Une confiance en l'avenir basse
40% seulement se déclarent optimiste pour leur avenir, 22% pour l'avenir de leurs enfants et 13% pour l'avenir de la France. Des niveaux particulièrement bas.
- Et un sentiment d'aller mal très présent
56% déclarent un niveau de bien-être personnel satisfaisant, soit un écart de plus de 20 points avec la moyenne.
- En lien avec des problèmes d'argent
Le manque d'argent est le principal frein à leur bien-être. Il est cité à hauteur de 51%... loin devant d'autres problématiques.

Populations surreprésentées parmi les personnes las de leurs métiers

Question : « A propos de votre travail, diriez-vous... »
(Base : Aux actifs en emploi, soit 54% de l'échantillon)

Pour **52%** des actifs en emploi, leur travail « est surtout alimentaire ([ils le font] pour vivre : [s'ils pouvaient arrêter, ils arrêteraient]) »

- *64% des employés contre 37% des cadres*
- *66% de ceux ayant le bac contre 40% des bacs +5*
- *68% des pessimistes pour leur avenir contre 41% des optimistes*
- *70% des personnes jugeant « pas satisfaisant » leur niveau de bien-être contre 46% de celles qui le jugent « satisfaisant »*
- *44% de ceux qui estiment que leur pouvoir d'achat leur permet de bien vivre contre 61% de ceux qui pensent qu'il leur permet tout juste de répondre à leurs besoins*

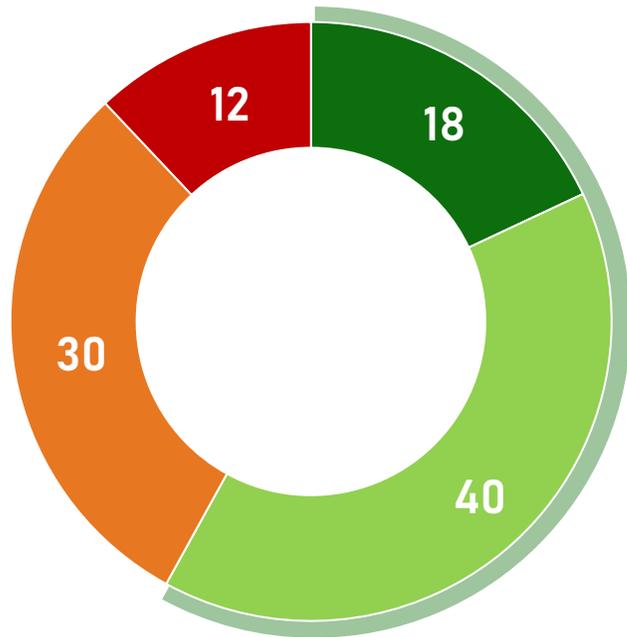
30% des actifs en emploi souhaitent changer de travail (au sens changer de métier)

- *57% des personnes qui mentionnent l'insatisfaction liée à leur travail comme l'un des principaux freins à leur bien-être*
- *41% des personnes jugeant « pas satisfaisant » leur niveau de bien-être contre 26% de celles qui le jugent « satisfaisant »*
- *41% des répondants qui estiment faire un travail alimentaire*

PARTIE 4. UN POUVOIR D'ACHAT EN TENSION

Près d'un Français sur deux affirme que son pouvoir d'achat répond tout juste à ses besoins essentiels, ou n'y répond pas

Question : « Aujourd'hui, diriez-vous que votre pouvoir d'achat... »
(Base : Ensemble de l'échantillon)



**%
Vit bien :
58**

- > Retraités : 69%
- > Cadres : 80%
- > Famille monoparentale : 34%
- > Revenus nets mensuels <2000€ : 41%

Résultats par profil

					% Vit bien
Sexe					
Femmes	14	41	33	12	55
Hommes	21	40	26	13	61
Âge					
Moins de 35	11	40	36	13	51
35-59	17	37	29	17	54
60 ans et plus	24	45	25	6	69
Catégorie socioprofessionnelle					
CSP+	21	42	26	11	63
CSP-	12	34	35	19	46
Inactifs	19	44	29	8	63

VOUS PERMET DE VIVRE À VOTRE AISE

VOUS PERMET DE RÉPONDRE À VOS
BESOINS ESSENTIELS ET DE VOUS
FAIRE PLAISIR DE TEMPS EN TEMPS

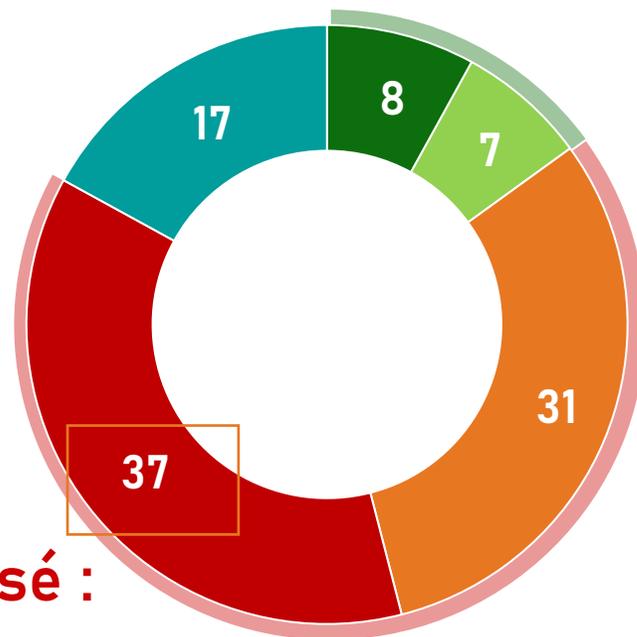
VOUS PERMET JUSTE DE RÉPONDRE À
VOS BESOINS ESSENTIELS

NE VOUS PERMET PAS DE RÉPONDRE
À VOS BESOINS ESSENTIELS

Par ailleurs, pour plus des deux tiers des répondants, leur pouvoir d'achat a baissé au cours des 12 derniers mois, voire beaucoup baissé pour le tiers d'entre eux

Question : « Au cours des douze derniers mois, diriez-vous que votre pouvoir d'achat... »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

Résultats par profil



**%
A augmenté :
15**

**%
A baissé :
68**

> Parents d'au moins un enfant :
75%

Sexe	%				A augmenté	A baissé
Femmes	7	8	31	37	17	68
Hommes	8	7	31	38	16	69
Âge						
Moins de 35	9	11	29	34	17	63
35-59	8	7	27	45	13	72
60 ans et plus	5	6	39	29	21	68
Catégorie socioprofessionnelle						
CSP+	4	9	31	41	15	72
CSP-	13	8	25	42	12	67
Inactifs	6	6	37	30	21	67

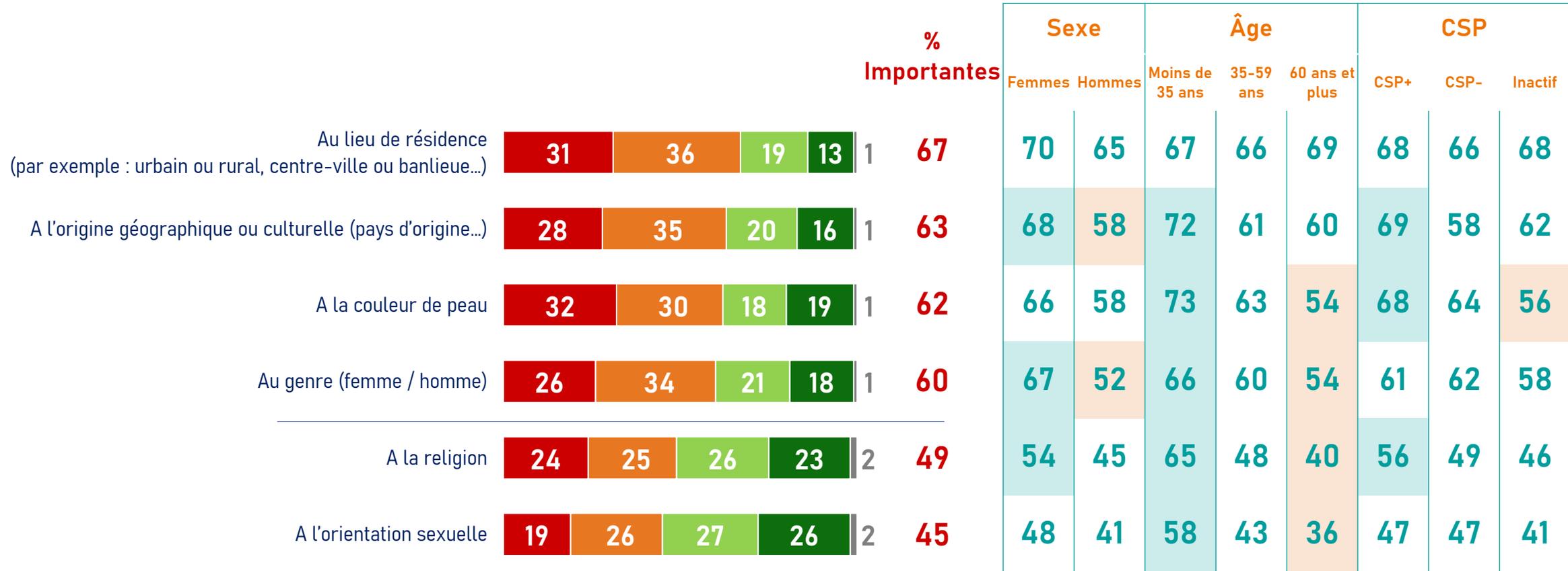


PARTIE 5. DES INÉGALITÉS JUGÉES TRÈS IMPORTANTES

Les inégalités liées au lieu de résidence ou à l'origine géographique sont les plus importantes pour les Français, tout comme celles liées à la couleur de peau

Question : « Selon vous, aujourd'hui en France, les inégalités suivantes sont-elles importantes ? Les inégalités liées... »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

Résultats par profil



TRÈS IMPORTANTES

PLUTÔT IMPORTANTES

PAS VRAIMENT IMPORTANTES

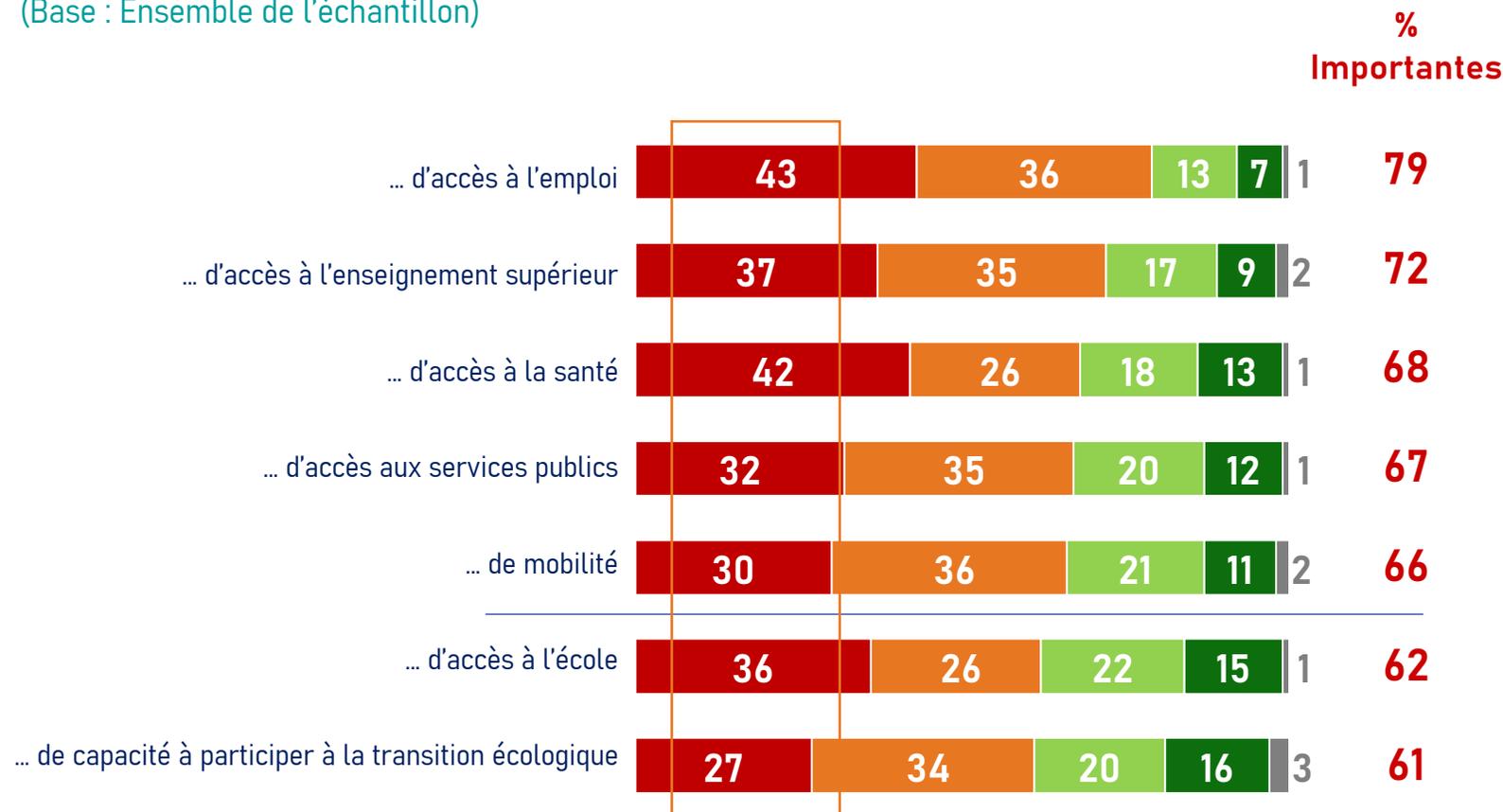
PAS IMPORTANTES DU TOUT

NE SE PRONONCE PAS

Et les Français n'ont aucun doute sur le fait que les conséquences de ces inégalités sont très importantes, notamment sur l'accès à l'emploi, à l'enseignement et à la santé

Question : « Et selon vous, aujourd'hui en France, les conséquences de ces inégalités sont-elles importantes en termes... »

(Base : Ensemble de l'échantillon)



Résultats par profil

	Sexe		Âge			CSP		
	Femmes	Hommes	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
... d'accès à l'emploi	82	76	79	79	80	78	76	82
... d'accès à l'enseignement supérieur	76	68	72	70	76	72	69	75
... d'accès à la santé	72	65	66	64	75	61	67	75
... d'accès aux services publics	71	62	64	65	71	59	69	71
... de mobilité	70	62	61	65	72	64	63	70
... d'accès à l'école	66	57	61	59	67	53	63	67
... de capacité à participer à la transition écologique	66	57	62	58	67	58	61	65

TRÈS IMPORTANTES

PLUTÔT IMPORTANTES

PAS VRAIMENT IMPORTANTES

PAS IMPORTANTES DU TOUT

NE SE PRONONCE PAS

Les actions à mener pour lutter contre les inégalités en France, citations spontanées 1/3

Question : « Et selon vous, quelles sont les actions à mener en priorité pour lutter contre les inégalités en France ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon) *Question ouverte, réponses spontanées (total supérieur à 100%)*

SENSIBILISER : 25%

Eduquer les gens, les sensibiliser, la pédagogie 12%

L'ouverture d'esprit / La tolérance 8%

Moins d'égoïsme / l'esprit de solidarité / le mieux vivre ensemble / Changer les mentalités 4%

Le respect, les valeurs, le civisme 2%

« Il faut sensibiliser les gens pour leur montrer que nous sommes tous pareils, en parler un peu plus ouvertement et faire beaucoup de prévention »

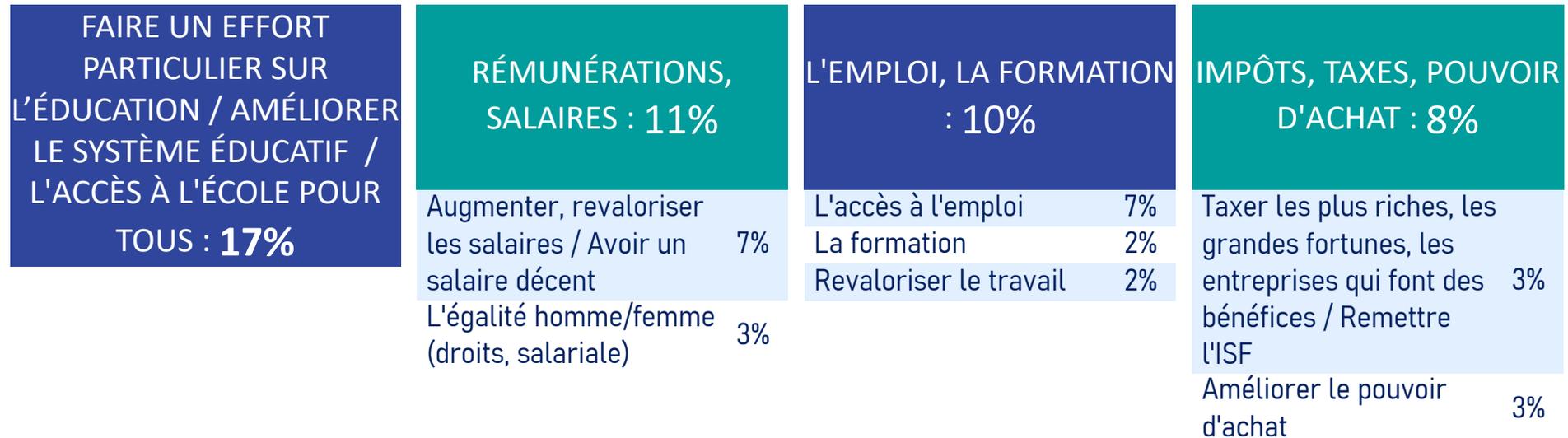
« Sensibiliser les Français à s'écouter entre eux, à accepter tout le monde sans attribuer d'étiquette »

« Infusion et sensibilisation au collège et au lycée. Il faut plus de campagnes publicitaires pour informer les gens, plus d'enseignements dans les écoles pour changer les mentalités »

Autres : 6% / Ne se prononce pas : 9%

Les actions à mener pour lutter contre les inégalités en France, citations spontanées 2/3

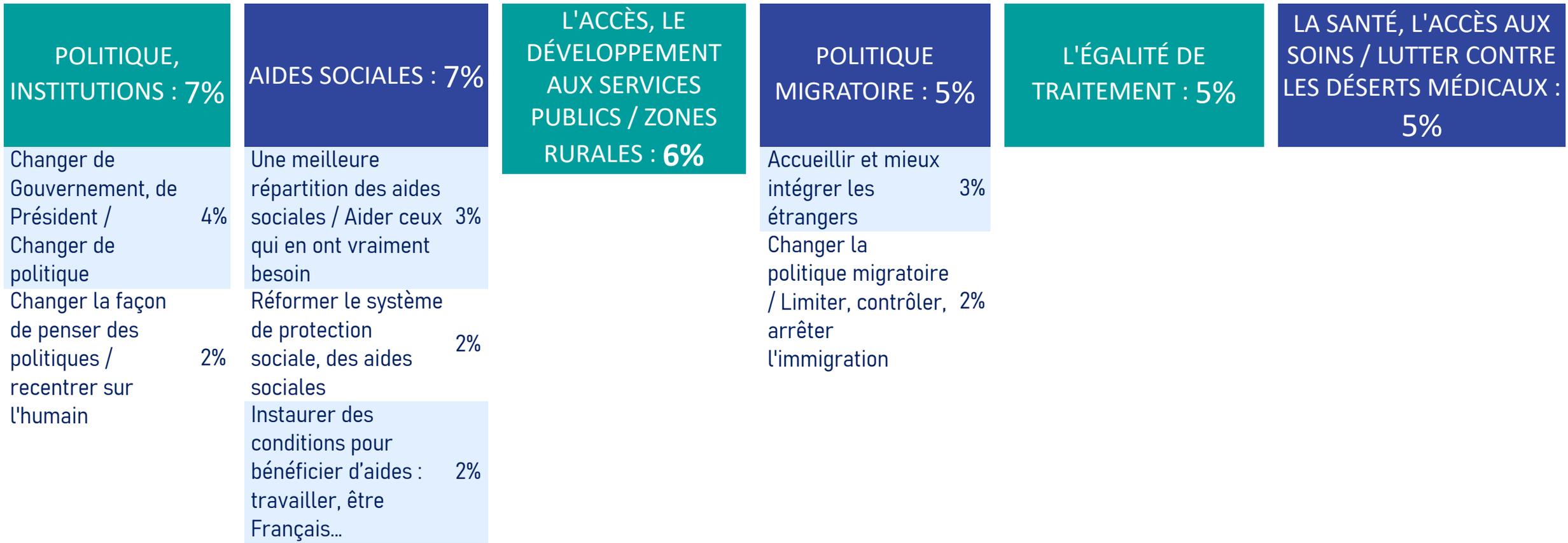
Question : « Et selon vous, quelles sont les actions à mener en priorité pour lutter contre les inégalités en France ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon) *Question ouverte, réponses spontanées (total supérieur à 100%)*



Autres : 6% / Ne se prononce pas : 9%

Les actions à mener pour lutter contre les inégalités en France, citations spontanées 3/3

Question : « Et selon vous, quelles sont les actions à mener en priorité pour lutter contre les inégalités en France ? »
 (Base : Ensemble de l'échantillon) *Question ouverte, réponses spontanées (total supérieur à 100%)*

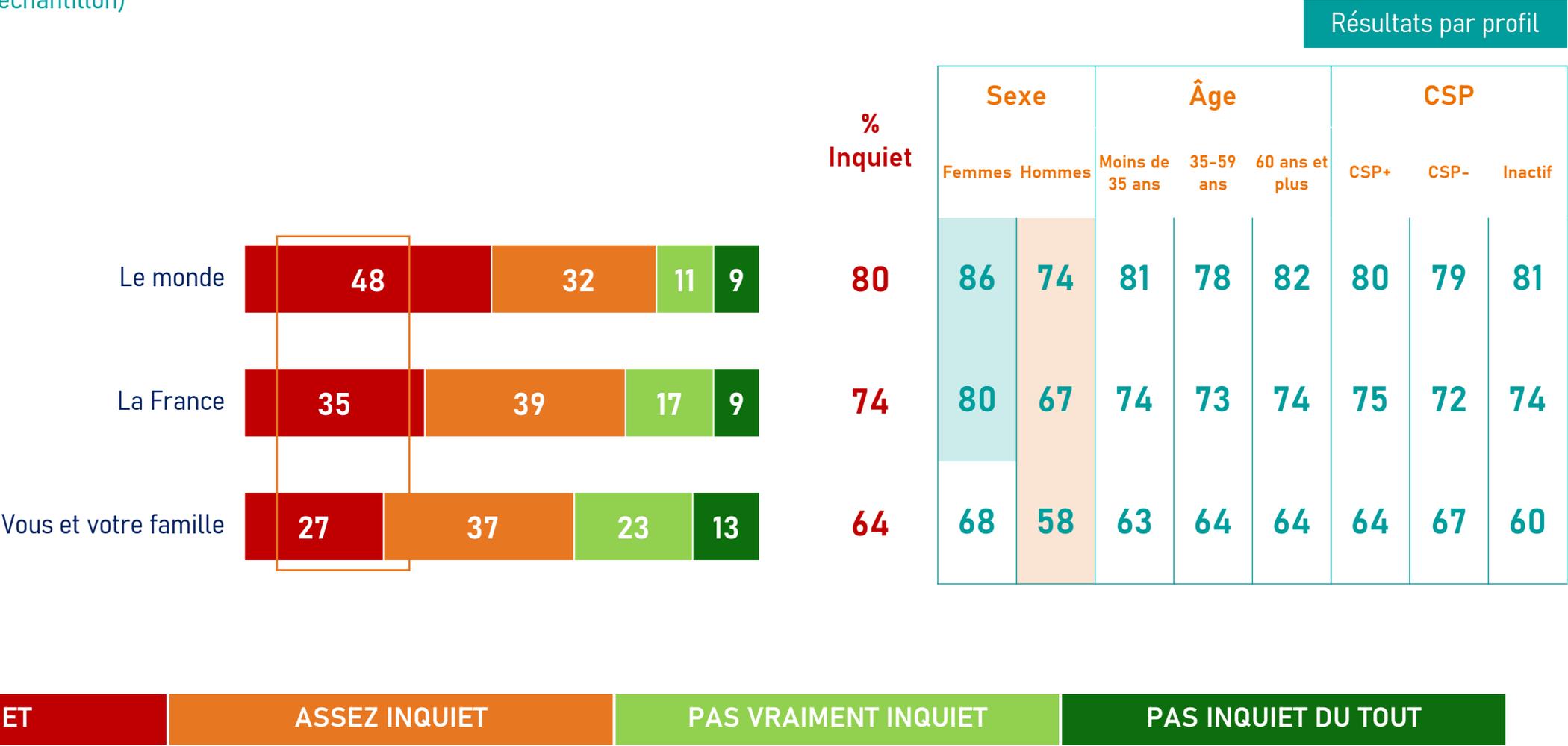


Autres : 6% / Ne se prononce pas : 9%

**PARTIE 6.
UNE GRANDE INQUIÉTUDE PAR
RAPPORT AU DÉRÈGLEMENT
CLIMATIQUE... MAIS LA
VOLONTÉ DE S'ENGAGER**

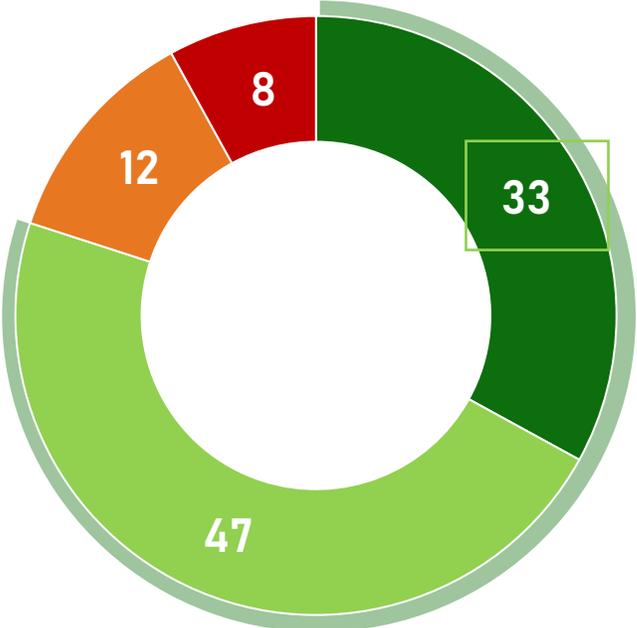
L'immense majorité des Français se dit inquiète des conséquences du dérèglement sur le monde, la France... mais également sur eux et leur famille

Question : « D'une manière générale, diriez-vous que vous êtes inquiet des conséquences du dérèglement climatique sur... »
 (Base : Ensemble de l'échantillon)



Dès lors, minimiser son impact personnel est une réelle préoccupation pour les Français, et c'est même très important pour un tiers d'entre eux

Question : « Minimiser votre impact personnel sur l'environnement est-il pour vous une préoccupation... »
 (Base : Ensemble de l'échantillon)



**%
Importante :
80**

Résultats par profil

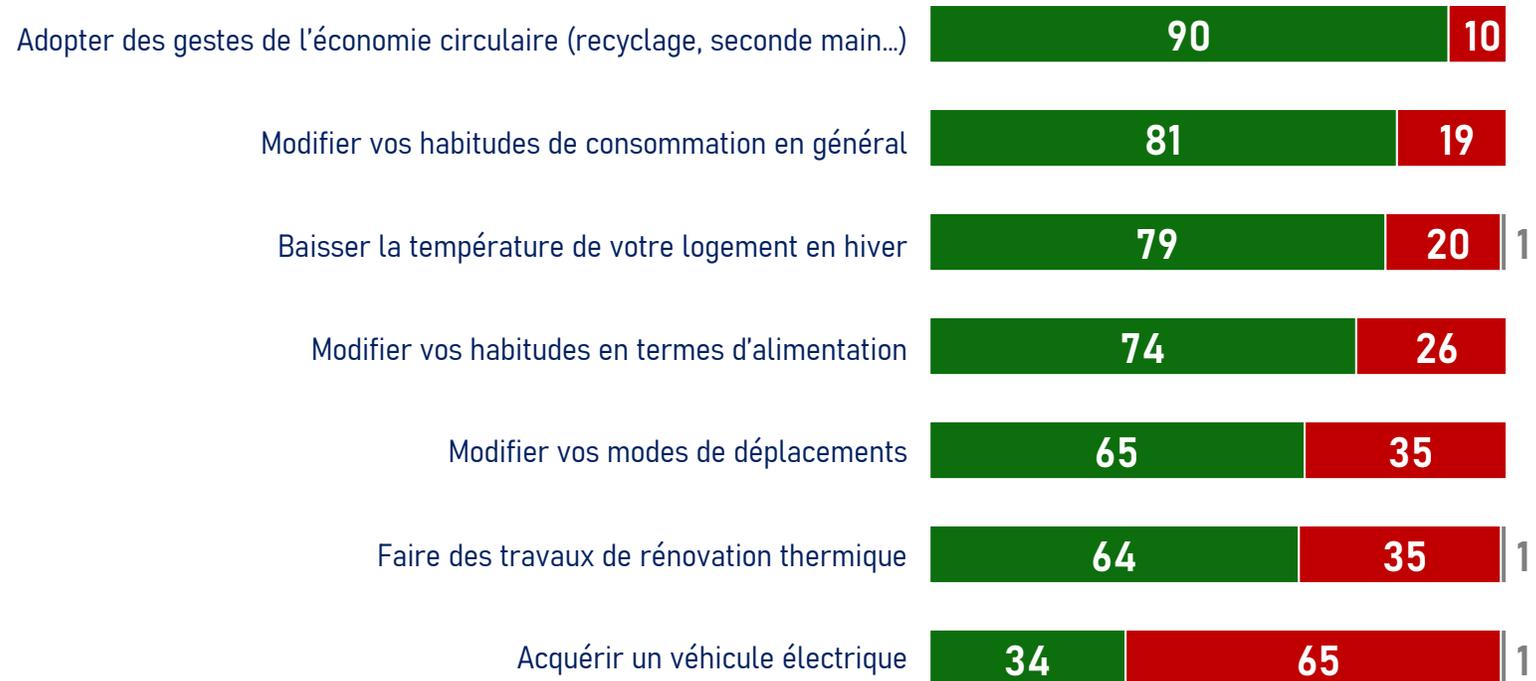
Sexe	%				% Importante
Femmes	35	49	11	5	84
Hommes	30	46	13	11	76
Âge					
Moins de 35	32	51	12	5	83
35-59	32	45	13	10	77
60 ans et plus	34	48	10	8	82
Catégorie socioprofessionnelle					
CSP+	32	47	13	8	79
CSP-	31	50	13	6	81
Inactifs	34	47	11	8	81



Dans les faits, les personnes interrogées sont volontaires pour entreprendre de nombreuses actions, notamment celles qui demandent un faible investissement financier

Question : « Afin de minimiser votre impact sur l'environnement, avez-vous fait les choses suivantes ou pensez-vous les faire dans les deux années à venir ? »

(Base : Ensemble de l'échantillon)



Résultats par profil

Sexe	Âge			CSP				
	Femmes	Hommes	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Adopter des gestes de l'économie circulaire (recyclage, seconde main...)	92	87	88	91	89	89	89	90
Modifier vos habitudes de consommation en général	86	75	81	81	80	81	80	82
Baisser la température de votre logement en hiver	83	75	79	79	80	79	78	81
Modifier vos habitudes en termes d'alimentation	79	69	73	75	74	76	73	74
Modifier vos modes de déplacements	69	59	67	63	65	63	62	68
Faire des travaux de rénovation thermique	63	65	52	68	67	64	62	64
Acquérir un véhicule électrique	33	34	41	34	26	38	35	30

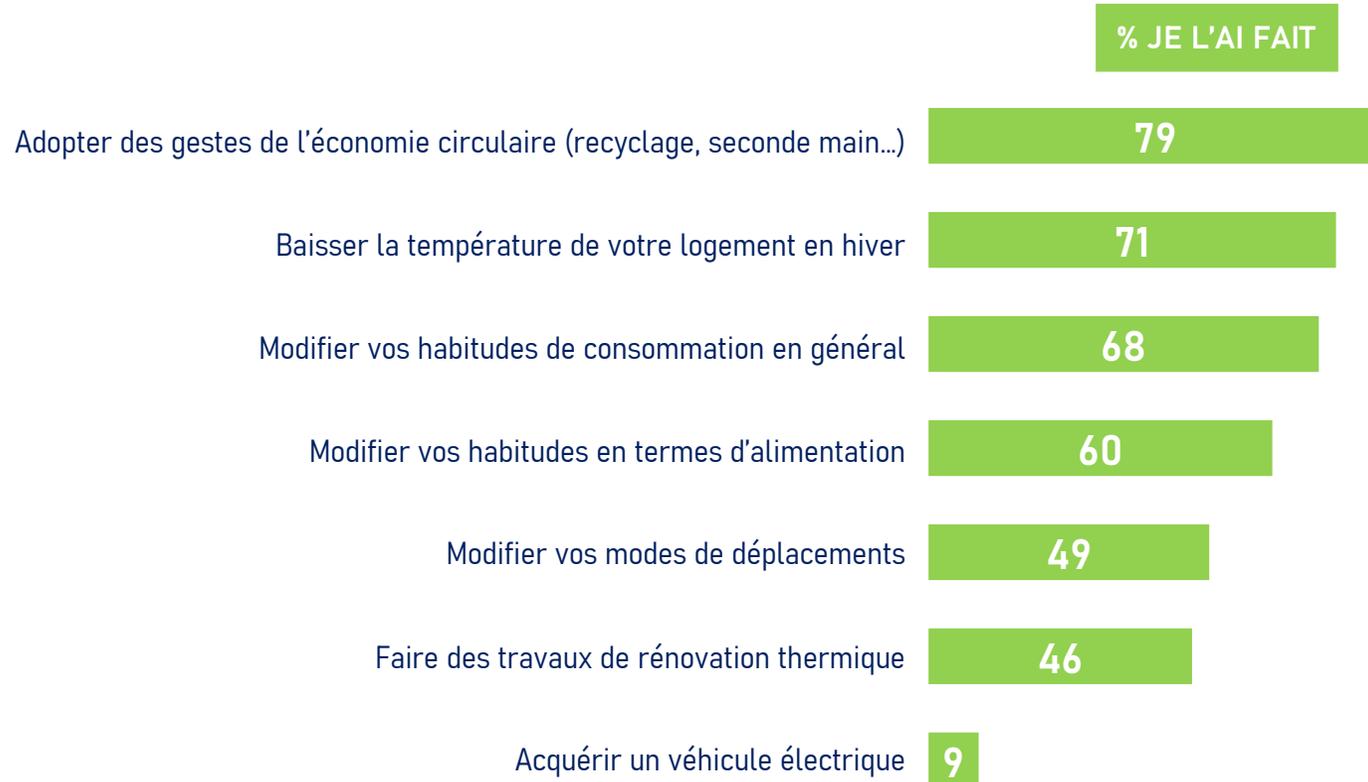
JE L'AI FAIT / JE PENSE LE FAIRE/CONTINUER À LE FAIRE

JE NE L'AI PAS FAIT ET NE COMPTE PAS LE FAIRE

NE SE PRONONCE PAS

Dans la réalité, ces actions ont déjà été entreprises par un certain nombre d'entre eux

Question : « Afin de minimiser votre impact sur l'environnement, avez-vous fait les choses suivantes ou pensez-vous les faire dans les deux années à venir ? »
 (Base : Ensemble de l'échantillon)



Résultats par profil

	Sexe		Âge			CSP		
	Femmes	Hommes	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Adopter des gestes de l'économie circulaire (recyclage, seconde main...)	82	76	75	80	79	80	77	79
Baisser la température de votre logement en hiver	75	66	67	71	73	72	67	72
Modifier vos habitudes de consommation en général	73	62	68	69	67	70	68	67
Modifier vos habitudes en termes d'alimentation	65	54	53	62	63	62	57	60
Modifier vos modes de déplacements	51	46	47	48	52	48	45	52
Faire des travaux de rénovation thermique	44	48	26	50	55	42	45	49
Acquérir un véhicule électrique	10	9	9	11	7	12	9	7

La dimension financière est clé : les personnes qui n'ont pas entrepris ces différentes actions citent principalement le manque de moyens pour le justifier

Question : « Pour quelles raisons principales n'avez-vous pas fait ces choses-là ? »

(Base : A ceux qui n'ont pas et ne comptent pas minimiser leur impact sur l'environnement) – Total supérieur à 100 car deux réponses possibles



Résultats par profil

	Sexe		Âge			CSP		
	Femmes	Hommes	Moins de 35 ans	35-59 ans	60 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Je n'ai pas les moyens financiers de les faire	39	35	44	38	30	35	44	33
Ce n'est pas possible pour moi, pour des raisons autres que financières	23	26	25	26	23	27	26	22
Je ne remplis pas les conditions financières pour bénéficier d'aides qui me seraient utiles pour franchir le pas	15	19	17	19	14	18	18	15
Je manque d'alternatives accessibles et abordables pour le faire	15	15	16	19	10	20	15	11
Je considère que ce n'est pas à moi de fournir des efforts	13	14	14	12	14	12	14	14
Je manque d'information pour identifier les actions à faire	11	8	11	8	9	8	7	11
Je considère qu'il n'y a pas besoin de fournir des efforts, que ce soit pour moi ou pour d'autres facteurs	7	9	10	8	8	8	7	10
Je ne sais pas comment faire	6	6	5	5	8	3	4	9
Autre raison (Item non suggéré)	10	10	8	9	14	9	10	11
Ne se prononce pas (Item non suggéré)	3	3	1	1	6	2	1	5

Les efforts à réaliser pour lutter contre le dérèglement climatique

1/2

Question : « Selon vous, quels efforts faut-il réaliser en priorité pour lutter contre le dérèglement climatique et qui doit les réaliser ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

85% DE L'ÉCHANTILLON A PROPOSÉ/CITÉ AU MOINS UN EXEMPLE D'EFFORT À FOURNIR

LA MOBILITÉ / LE TRANSPORT : 30%		LA CONSOMMATION : 28%	
Les transports polluants	17%	L'économie d'énergie	17%
Réduire le transport en avion	7%	L'économie d'énergie / Arrêter le gaspillage énergétique	4%
Réduire les déplacements en voiture / Limiter la circulation / Moins de voitures	5%	Des habitats écologiques / Améliorer l'isolation / Des aides pour la rénovation des habitats	4%
Réduire, arrêter les voyages en jets privés	3%	L'économie d'eau / Réduire la consommation d'eau / Meilleure gestion des eaux	4%
La mobilité douce	14%	L'économie de l'électricité / Réduire la consommation en électricité	4%
Davantage de transports en commun / Développer les trains	6%	Baisser le chauffage / réduire la température en hiver	3%
Favoriser la mobilité douce / Du transport écologique / Réduire les véhicules polluants	3%	Limitier la consommation, la surconsommation, le gaspillage	7%
Favoriser les véhicules électriques / Rendre les voitures électriques accessibles	3%	La grande consommation	4%

Les efforts à réaliser pour lutter contre le dérèglement climatique

1/2

Question : « Selon vous, quels efforts faut-il réaliser en priorité pour lutter contre le dérèglement climatique et qui doit les réaliser ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

85% DE L'ÉCHANTILLON A PROPOSÉ/CITÉ AU MOINS UN EXEMPLE D'EFFORT À FOURNIR

RESPECT DE LA NATURE, DES RESSOURCES : 26%

Moins de pollution / Arrêter de polluer la planète, les océans, l'air	8%
Arrêter la déforestation / Le reboisement / Moins de constructions	6%
La décarbonation / Diminuer l'empreinte carbone	6%
Agir pour l'écologie, la protection de l'environnement / Le respect de la nature	4%

DES SANCTIONS / DE LA REGLEMENTATION : 14%

Que le gouvernement impose des sanctions, des amendes / Faut taxer les gros pollueurs, les industries, les riches	5%
Que le gouvernement adopte des lois ciblant les plus gros pollueurs, les industries	4%

LA TRANSITION ENERGÉTIQUE : 12%

La transition énergétique / Développer les énergies renouvelables: énergie solaire, éolienne, ...	6%
L'arrêt des énergies fossiles (pétrole, charbon, gaz)	5%

LA GESTION DES DÉCHETS / LE RECYCLAGE : 11%

Faire du recyclage	4%
Favoriser le tri des déchets / Trier les déchets	3%

Les acteurs qui doivent réaliser des efforts pour lutter contre le dérèglement climatique

Question : « Selon vous, quels efforts faut-il réaliser en priorité pour lutter contre le dérèglement climatique et qui doit les réaliser ? »
(Base : Ensemble de l'échantillon)

73% DE L'ÉCHANTILLON A PROPOSÉ/CITÉ AU MOINS UN EXEMPLE D'ACTEUR CONCERNÉ

ACTEURS CONCERNÉS : **73%**

Tout le monde doit agir / Tous les pays du monde / Niveau mondial	33%
Le gouvernement / L'état / Les élus / Les collectivités / Les politiciens	28%
Les entreprises / Les multinationales / Les industries, les usines, les compagnies	17%
Les citoyens / La population / Les Français	8%
Les pays concernés (Les plus pollueurs, la Chine, Les Etats Unis)	4%

ANNEXES

FIABILITÉ DES RÉSULTATS

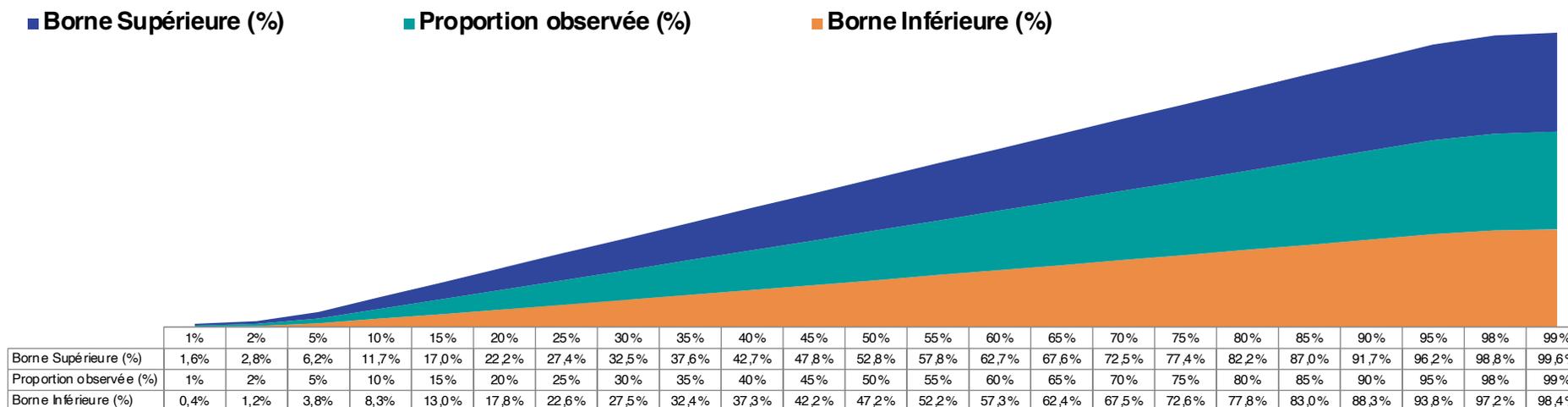


Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **1 256**

Les proportions observées sont comprises entre :



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** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), European Society for Opinion and Market Research,

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 France 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'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

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

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Fondée en France en 1975, Ipsos est cotée sur Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. La société fait partie du SBF 120 et de l'indice 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 Gens.

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*** »

*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.