Les Français et la Consommation Durable

Des esprits ouverts, en attente de propositions concrètes

Mouvement Vraiment Durable – Comité 21 –LH2

Levée d'embargo :
le mercredi 4 avril à 5h00

Luc Balleroy
Directeur Général Adjoint

Le mardi 3 avril 2007

46, rue de l'échiquier
75010 Paris
Tél. : 01 55 33 20 54x
Email : luc.balleroy@lh2.fr
Internet : www.lh2.fr

SOMMAIRE

Note technique **3**

Synthèse **4**

- **La Consommation Durable, un principe dont la formulation est relativement familière mais dont les valeurs d'éthique sociale sont bien moins reconnues que les valeurs environnementales..** **9**
- **Des principes incitatifs privilégiés aux mesures coercitives** **13**
- **Des citoyens-consommateurs qui attendent des efforts conséquents de la part des entreprises de tous secteurs, et regrettent que la question du Développement Durable n'occupe pas une place plus importante dans l'exposé des programmes des candidats à la présidentielle** **15**

Les Français et la Consommation Durable

Note technique

Sondage réalisée par téléphone, du 23 au 24 mars 2007 par l'Institut LH2 pour le Mouvement Vraiment durable et le Comité 21.

Échantillon de 1004 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, selon la méthode des quotas appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, profession du chef de famille, après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Vraiment Durable

Comité 21

http://www.vraiment-durable.org

http://www.comite21.org

Les Français et la Consommation Durable

Des esprits ouverts, en attente de propositions concrètes.

La Consommation Durable, un principe dont la formulation est relativement familière mais dont les valeurs d'éthique sociale sont bien moins reconnues que les valeurs environnementales

A la veille de la 5ème semaine du Développement durable, il peut être satisfaisant, pour ceux qui cherchent à en promouvoir les principes, de constater que 54% des Français déclarent avoir déjà entendu parler de Consommation Durable.

Bien évidemment, ce chiffre ne peut à lui seul résumer la connaissance que les Français ont de cette notion. Et on peut supposer que les contours précis recouverts par la Consommation Durable sont probablement encore assez flous, à l'instar des observations faites sur le Développement Durable. **Néanmoins, ce chiffre de notoriété témoigne du franchissement d'une étape importante et indispensable à la diffusion et à l'installation de ses principes dans les mœurs.**

A cet égard, **l'absence de facteurs socioculturels, conditionnant de manière forte la notoriété de la Consommation Durable, constitue un fait majeur et signifiant.** Quel que soit l'âge, le sexe, la catégorie socio professionnelle, que l'on soit urbain ou non, que l'on ait fait des études supérieures ou simple détenteur du certificat d'études, la notoriété de la Consommation Durable ne descend jamais au dessous de la barre de 40%. Cette absence de différentiel majeur est signifiante en ce sens que la connaissance élargie d'un principe, c'est à dire dépassant les clivages traditionnels du niveau d'éducation, du niveau de revenus ou de l'âge, confère à celui-ci de meilleurs atouts qu'un paradigme entendu par seulement quelques initiés ou segments étroits de population.

Les Français et la Consommation Durable

Cependant, aux yeux du grand public, la Consommation Durable est très fortement inscrite dans le registre environnemental et bien moins dans le champ social.

Les Français ayant entendu parler de la Consommation Durable nous indiquent par leurs réponses que les bénéfices environnementaux sont ceux dont ils perçoivent en priorité les ressorts au travers de cette expression.
Ils sont 51% à choisir l'item « *consommer durable c'est consommer des produits respectueux de l'environnement »* comme étant celui qui résume le mieux (parmi 5 autres**) l'idée qu'ils se font de ce principe.** Les notions d'éthiques et de production locales sont ainsi reléguées au second plan.

Une prédominance cognitive de l'environnemental sur le social qui se traduit aussi par une valorisation extrêmement soutenue de la Consommation Durable comme moyen de résolution des problèmes environnementaux qui nous font face. Une capacité à agir positivement sur ce registre qui est deux fois supérieure à celle perçue pour résoudre les problèmes sociaux tels que « *Les inégalités de répartition de la richesse dans le monde* », « Le *développement économique de votre région », « le chômage en France* », « *les conditions de travail des salariés* »

Miroir grossissant de ce que l'on peut être conduit à voir et à entendre avec le plus de force sur les grands medias, l'opinion publique, mesurée à travers les sondages, en est un révélateur. **Ici, nous retiendrons que la notion de durabilité** opposée le plus souvent aux logiques à l'origine de la pollution de l'environnement, de l'épuisement des ressources naturelles et de la destruction de la biodiversité, **souffre d'un certain appauvrissement de son sens par effet d'ombre sur l'un de ses piliers : la dimension sociale.**

Les portes étendards du Développement Durable pourront regretter cet état de fait, dans un contexte sociopolitique qui, en écho aux préoccupations majeures des citoyens, est fortement centré sur le chômage, la précarité de l'emploi, les inégalités et les délocalisations. Des sujets où la notion de durabilité pourrait retrouver son sens plein et entier, par le projet de réconciliation du social, de l'environnemental et de l'économique qu'elle porte en son sein.

Les Français et la Consommation Durable

Les mêmes pourront cependant se réjouir, à juste titre, de voir la Consommation Durable plébiscitée par l'opinion sur sa capacité perçue à apporter une solution « Forte » à des problèmes aussi divers que *« la pollution des eaux et des sols », «la prise en compte des générations futures », « les économies d'énergie », « le réchauffement de la planète », « la santé », « les inégalités de répartition de la richesse dans le monde » , « le développement économique de votre région », « le chômage en France » , »les conditions de travail des salariés », « le lien social / la vie de quartier ».*

Au chapitre de la connaissance de la Consommation Durable et de ce qu'elle sous-tend, la part extrêmement marginale d'individus choisissant l'expression « *consommer durable c'est consommer moins*» pour l'illustrer doit être soulignée. Ceci nous indique clairement deux choses :

- D'une part l'absence de confusion entre « Développement Durable » et « décroissance soutenable », entre « consommer autrement » et « non consommation ».
- D'autre part, d'une volonté affichée des consommateurs de privilégier le mieux plutôt que le moins , dans leur conception de la Consommation Durable.

Ce dernier point a des conséquences importantes sur les stratégies à mettre en place pour promouvoir la Consommation Durable : il ne s'agirait donc plus de sensibiliser et de responsabiliser le consommateur avec un message culpabilisateur sur les quantités consommées, mais plutôt créer un message qui aille davantage dans le sens d'une sollicitation du désir d'agir en consommant mieux.

Les Français et la Consommation Durable

Des principes incitatifs privilégiés aux mesures coercitives

Parmi trois solutions proposées pour favoriser l'adoption d'une consommation responsable, l'échantillon interrogé croit massivement (58%) en « la réduction de la TVA à 5.5% pour tous les produits écologiques et socialement responsables.

Les mesure plus coercitives telles que « *l'obligation de publication des composant et salaires pour chaque produits ou services* » ou bien encore *« la sur taxation des produits et services peu re*sponsables » recueillent un assentiment plus marginal.
Toutefois, signe d'un engagement plus fort, les individus ayant déclaré connaitre la Consommation Durable se révèlent sensiblement plus favorables à la mise en place d'une surtaxe (29% versus 19% pour ceux qui n'en ont jamais entendu parler).

Des citoyens-consommateurs qui attendent des efforts conséquents de la part des entreprises de tous secteurs, et regrettent que la question du Développement Durable n'occupe pas une place plus importante dans l'exposé des programmes des candidats à la présidentielle.

Lorsque les Français doivent se prononcer sur le niveau d'effort que les entreprises doivent faire pour favoriser l'émergence d'une Consommation Durable, aucun secteur ne se trouve réellement épargné en dépit de jugements différenciés.
Aux vues des scores enregistrés par chacun des 13 secteurs passés au crible de l'opinion, il est intéressant de noter que c'est à nouveau le critère « environnemental » qui explique le mieux les logiques de jugement.

Les Français et la Consommation Durable

Ainsi l'automobile et les produits d 'entretiens sont les premiers sur lesquels les Français manifestent une forte attente -respectivement 38% et 32% *« doivent faire des efforts important pour favoriser une Consommation Durable »-,* suivis de près par l'alimentation et la distribution d'eau -28 et 27%-.
A l'autre bout du classement se trouvent des secteurs comme le mobilier, le textile, le tourisme où les problèmes rencontrés vis-à-vis du paradigme du Développement Durable se situent d'avantage sur le champ social –respectivement 10, 14 et 16 % d'efforts importants attendus-

Des chiffres à même de faire réfléchir les responsables Développement Durable des entreprises de ces secteurs mais aussi leur responsables Marketing, sur la problématique de la solvabilité des valeurs immatérielles, véritable défi économique des prochaines décennies.

Mais à travers les résultats de ce sondage les Français n'interpellent pas seulement les acteurs du monde économique, ils envoient aussi un message à la classe politique toute entière.
A l'heure où les projets s'affrontent dans le cadre de la course à l'Elysée, **les Français regrettent, à une écrasante majorité (81%), que les questions d'éthique économique, d'environnement, de ressources énergétiques soient si peu présentes dans les discussions sur les programmes des candidats.**

Lors de précédents sondages sur le même sujet, LH2 avait pointé le niveau de préoccupation extrêmement important de la population face aux enjeux de Développement Durable, et le rôle récent des médias dans cette prise de conscience générale. Face à leurs peurs et angoisses communes, et face à des dangers qui ne touchent plus seulement des individus de façon isolée en fonction de leur parcours de vie mais l'ensemble de la population mondiale, les Français attendent légitimement des politiques des prises de positions et des entreprises des pistes de solutions.

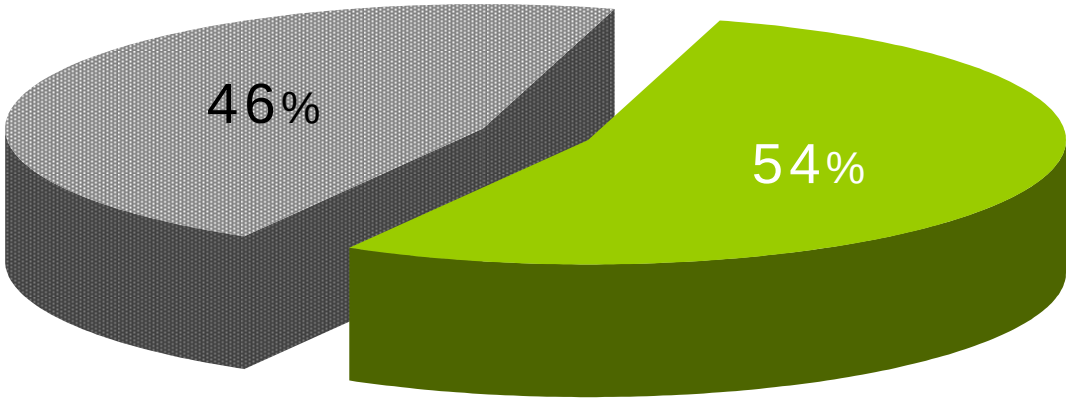
Les Français et la Consommation Durable

La Consommation Durable,
un principe dont la formulation est relativement familière,
mais dont les valeurs d'éthique sociale sont bien moins reconnues que les valeurs environnementales.

Les Français et la Consommation Durable

Avez-vous déjà entendu parler de Consommation Durable ?
Base : 1004 individus

n'ont pas entendu parlé de la Consommation Durable

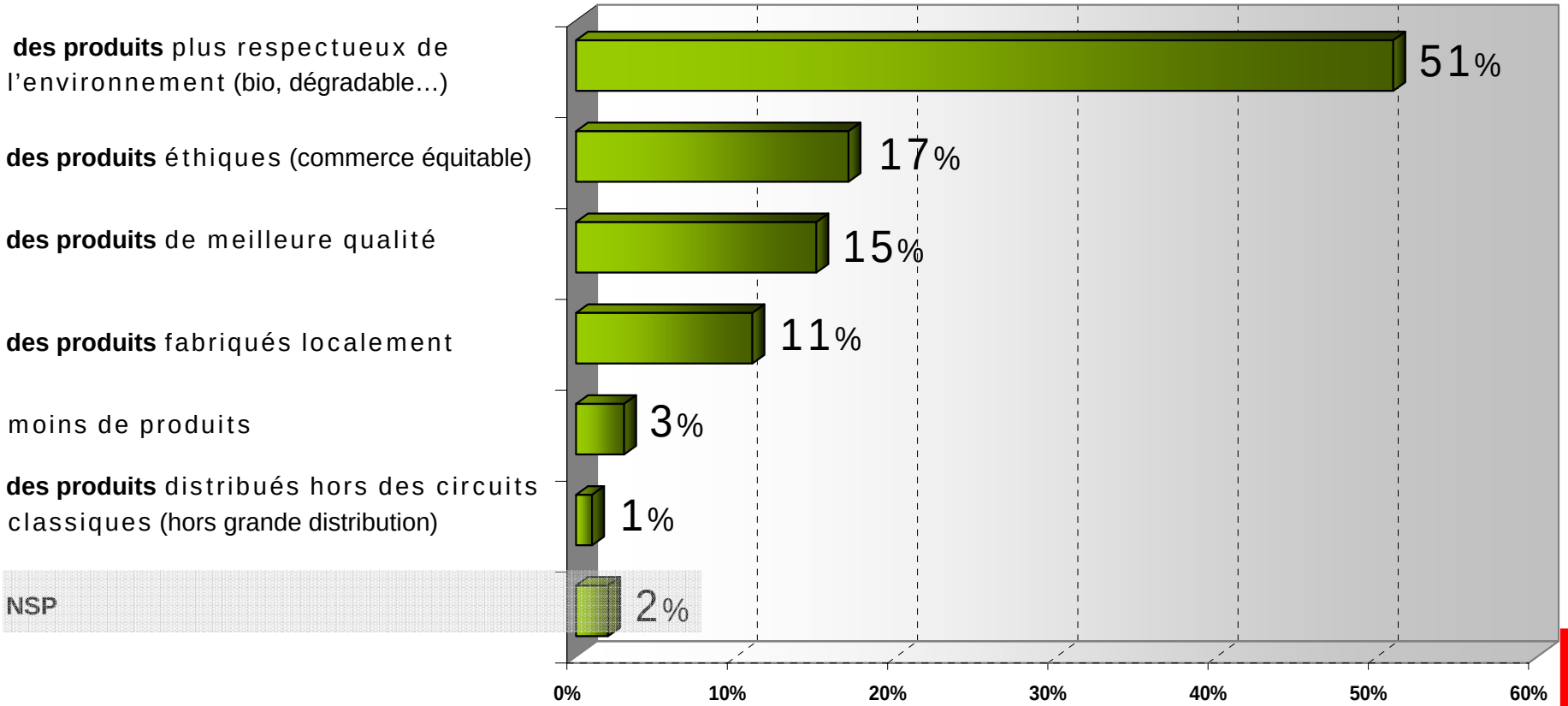


ont entendu parlé de la Consommation Durable

Les Français et la Consommation Durable

Parmi les différentes formulations que je vais vous proposer vous me direz celle qui s'approche le plus de l'idée que vous avez de la Consommation Durable ? Consommer durable c'est consommer…

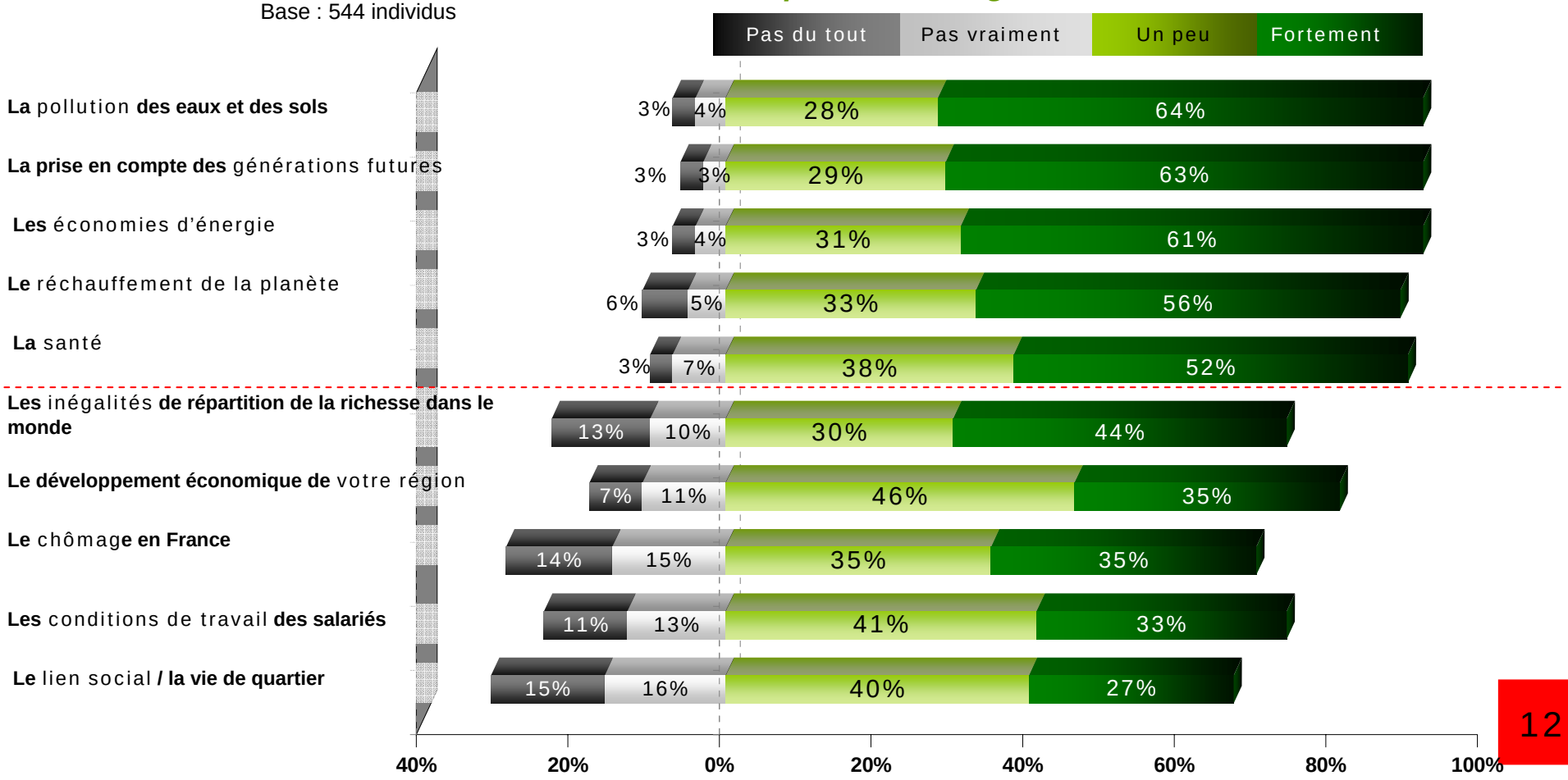
Base : 544 individus



Les Français et la Consommation Durable

Je vais vous citer un certain nombre d'enjeux. Pour chacun d'eux vous me direz si pour vous il peut être résolu fortement, un peu, pas vraiment ou pas du tout par l'adoption d'une Consommation Durable telle que vous l'imaginez ?

Base : 544 individus



Les Français et la Consommation Durable

Des principes incitatifs privilégiés aux mesures coercitives.

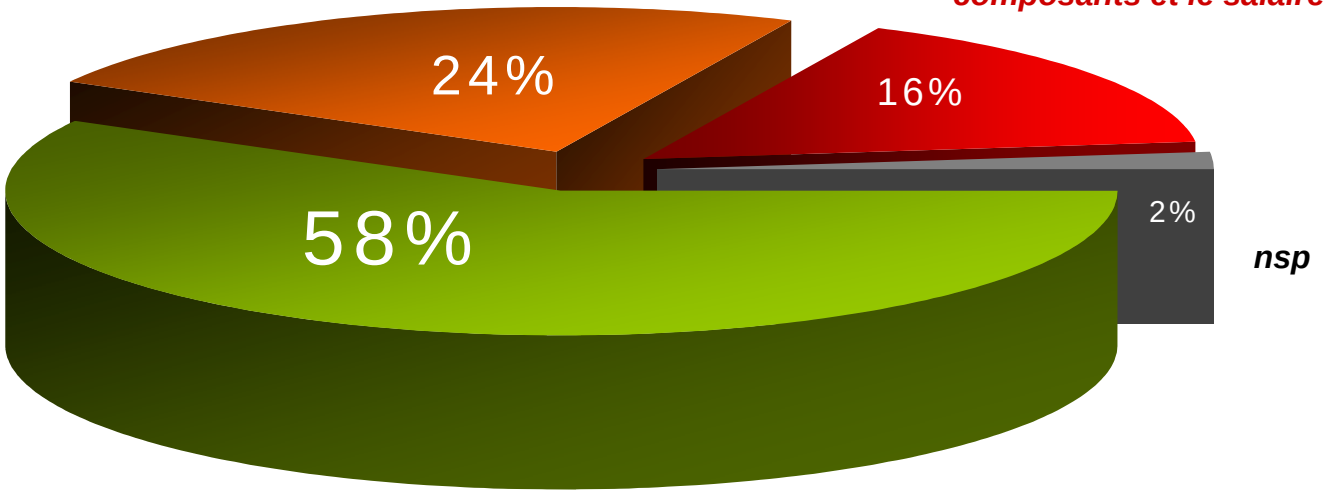
Les Français et la Consommation Durable

Aujourd'hui, la plupart des produits à valeur ajoutée écologique ou sociale sont plus chers. Pour résoudre ce frein à la consommation responsable, quelle solution vous semblerait la plus efficace ?

Base : 1006 individus

Taxer plus fortement les produits et marques fabriqués au détriment de l'environnement et des droits des salariés *même s'il s'agit de marques que vous aimez et achetez régulièrement*

Obliger les entreprises *à publier* ***pour chaque*** *produit* ***la liste intégrale des composants et le salaire moyen*** *de leurs salariés*



Réduire la TVA à 5,5% pour tous les produits et services écologiques et socialement responsables

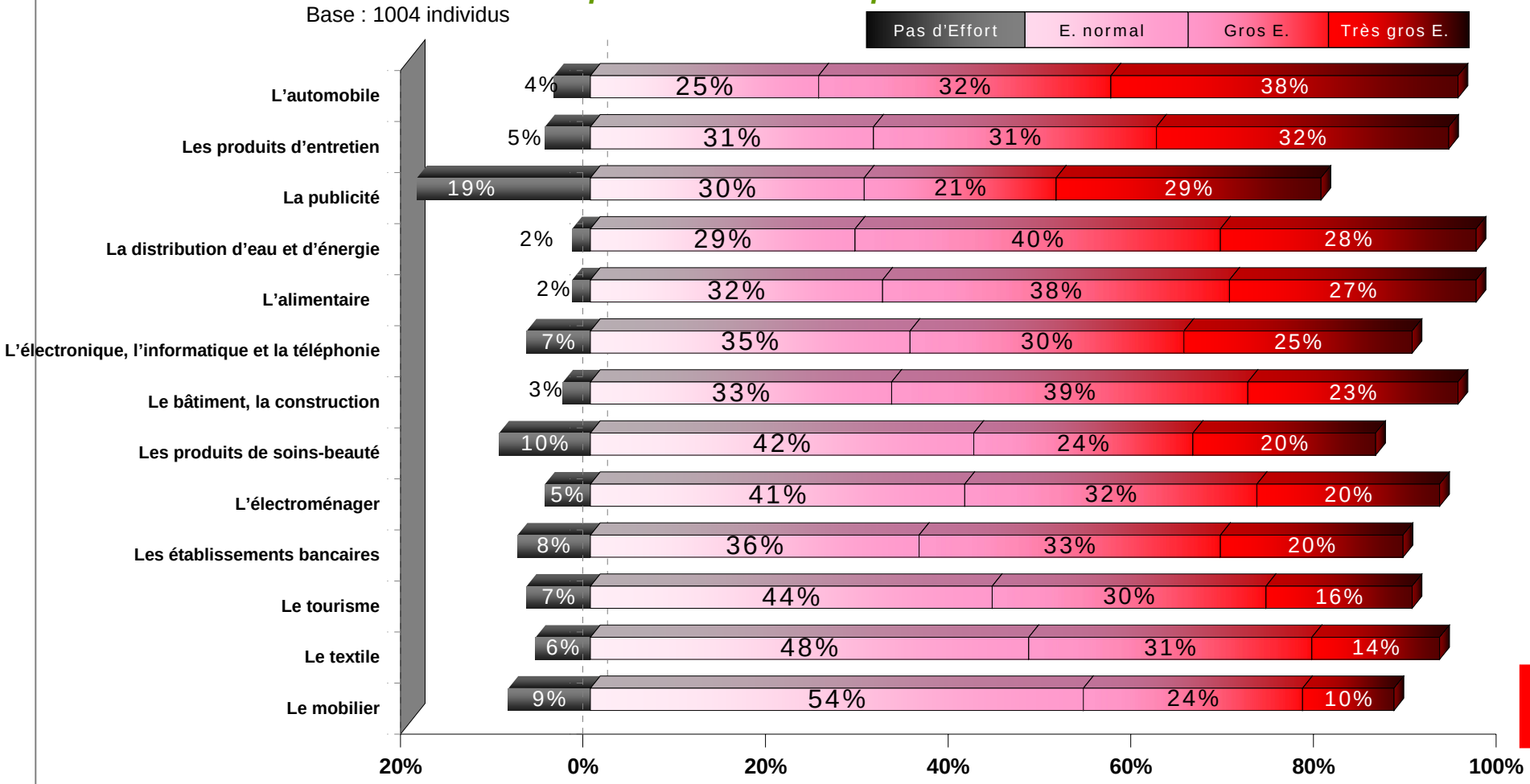
Les Français et la Consommation Durable

Des citoyens-consommateurs qui attendent des efforts conséquents de la part des entreprises de tous secteurs, et regrettent que la question du Développement Durable n'occupe pas une place plus importante dans l'exposé des programmes des candidats à la présidentielle.

Les Français et la Consommation Durable

Je vais vous citer un certain nombre de secteur de consommation. Pour chacun d'eux vous me direz si selon vous, ce secteur doit faire un très gros effort, un gros effort ou un effort normal ou pas d'effort du tout pour favoriser une Consommation Durable ?

Base : 1004 individus

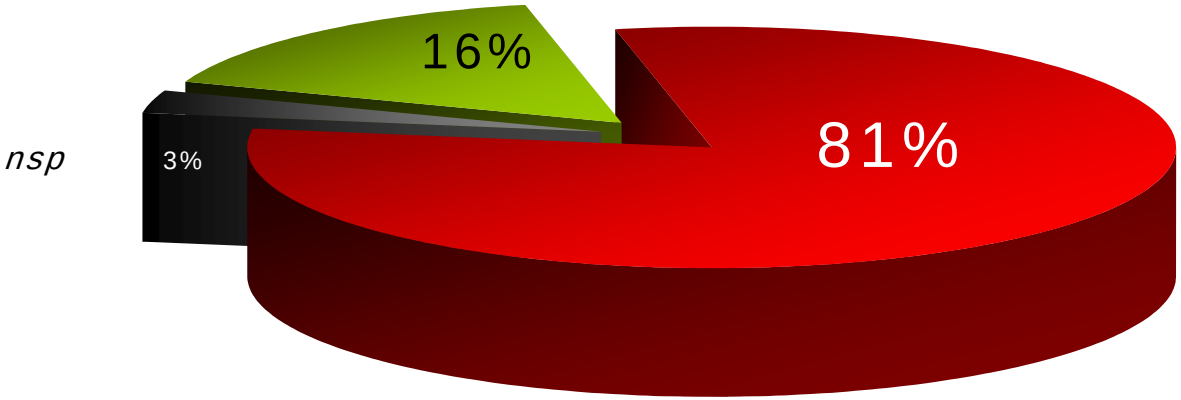


Les Français et la Consommation Durable

Avez-vous le sentiment que dans le cadre de la campagne présidentielle, les candidats parlent suffisamment des problèmes liés au Développement Durable, et de leurs propositions en la matière ?

Base : 1004 individus

en parlent suffisamment



n'en parlent pas suffisamment