L'EXPRESS
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire Paris
OJD : 405431

Le consomm'acteur veut chouchouter le climat

Date : 07/13 OCT 15
Page de l'article : p.144
Journaliste : Isabelle Hennebelle

Le consomm'acteur veut chouchouter le climat

A quelques semaines de la 21e conférence de l'ONU sur le climat, à Paris, Solutions COP 21 (1) publie une étude en partenariat avec l'Ifop sur les idées reçues des Français à propos de la COP 21 et du climat et sur leurs comportements. Menée entre le 7 et le 11 septembre 2015, elle porte sur un échantillon de 1 001 personnes représentatives de la population française.

En dépit du battage médiatique, seulement 1 interviewé sur 4 a déjà entendu parler de la COP 21. Pour autant, les citoyens affichent une conscience croissante des impacts du dérèglement climatique sur leur vie quotidienne et n'attendent pas tout de l'Etat, des entreprises et des organisations. Agir – à leur échelle – leur semble essentiel. Ainsi, 86 % estiment qu'ils vont devoir modifier leur mode de vie pour s'adapter au changement climatique. « Ce n'est plus la seule affaire de militants engagés, le grand public aussi se sent concerné », relève Gilles Berhault, président du Comité 21 et organisateur de Solutions COP 21. « C'est un vrai tournant, car, il y a encore deux ans, les répondants jetaient plutôt la responsabilité sur les entreprises, le transport, l'agriculture… », compare Jérôme Benoit, directeur des études au pôle services de l'Ifop, expert en énergies.

Parmi les comportements qu'ils seraient personnellement susceptibles de modifier en priorité pour limiter l'impact sur le climat, les Français mettent en avant leur façon de consommer (30 %), leur consommation d'énergie (22 %), le recyclage de leurs déchets et biens (19 %), la qualité et la provenance de leur alimentation (12 %), leurs modes de transports (10 %), leur logement et chauffage (8 %). En dépit de leur bonne volonté, ils admettent que l'aspect financier est un obstacle à leur engagement (48 %), tout comme la mauvaise ou insuffisante connaissance des solutions à mettre en œuvre (24 %), mais ne craignent pas, en revanche, pour leur mode de vie (8 %).

Pour autant, en dépit de la prise de conscience croissante de la responsabilité individuelle, il reste du chemin à parcourir en termes de communication, car 55 % des interrogés estiment qu'« il est déjà trop tard pour agir et sauver l'environnement ». De même, « les Français n'ont pas encore fait le lien avec tous les types de problèmes provoqués par le dérèglement climatique », regrette Gilles Berhault. Aux yeux des répondants, la plus importante des conséquences concerne les crises humanitaires dues aux phénomènes météorologiques, comme les inondations, les tempêtes ou les sécheresses (31 %), la montée des eaux (18 %), la disparition de la biodiversité (15 %). Mais ils sont encore peu à relier le climat à d'autres facteurs comme les problèmes de sécurité alimentaire, d'alimentation, d'accès à l'eau potable (8 %), de guerres pour l'accès à l'eau et aux autres ressources devenues plus rares (7 %), de flux migratoires des populations (5 %), d'apparition de nouvelles maladies ou de développement de maladies déjà connues (4 %).

Comment accélérer le mouvement de prise de responsabilité individuelle à l'œuvre ? Les médias (37 %) et une expérience personnelle comme un voyage ou un projet (36 %) peuvent être des leviers d'influence. A noter que, pour les 18-24 ans, le second point l'emporte largement sur le premier (49 % et 19 %). •

(1) Solutions COP 21 a lancé le hub des solutions climat (www.plateformesolutionsclimat.org) – produits, services, procédés et innovations – et organise une exposition multi-acteurs au Grand Palais, à Paris (VIIIe) du 4 au 10 décembre (entrée libre). www.solutionscop21.org/fr

« LA FRANCE DES SOLUTIONS »

Le 12 octobre, Reporters d'espoirs lance la 3e édition de « La France des solutions » (Palais d'Iéna, Paris). L'événement rassemble 500 entrepreneurs et « acteurs de solutions » face aux défis économiques, sociaux, environnementaux. 15 millions de Français seront touchés grâce au relais des 30 partenaires médias impliqués dans l'opération.

Inscriptions : events@reportersdespoirs.org
www.francedessolutions.fr

Tous droits réservés à l'éditeur