



Point presse - Mardi 10 mars 2015

Image et perception du WWF France

Vague 4

Sondage IFOP pour le **WWF**

N° 112576

Contacts Ifop :

Jérôme Fourquet - Directeur de Département

Adeline Merceron - Directrice d'Etudes

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44 - prenom.nom@ifop.com



Etude réalisée pour :

WWF

Echantillon :

Echantillon de **1005** personnes, représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil :

Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).

Dates de terrain :

Du 31 octobre au 10 novembre 2014.

Dans ce document, il est fait mention de trois enquêtes :

Septembre 2008 : celle-ci a été réalisée dans les mêmes conditions que cette nouvelle vague menée auprès d'un échantillon de 1002 personnes représentatif de la population âgée de 15 ans et plus interrogés du 16 au 20 septembre 2008.

Septembre 2010 : celle-ci a été réalisée dans les mêmes conditions que cette nouvelle vague menée auprès d'un échantillon de 1001 personnes représentatif de la population âgée de 15 ans et plus interrogés du 20 au 25 septembre 2010.

Décembre 2012 : celle-ci a été réalisée dans les mêmes conditions que cette nouvelle vague menée auprès d'un échantillon de 1005 personnes représentatif de la population âgée de 15 ans et plus interrogés du 12 au 18 décembre 2012.

1_{/3}

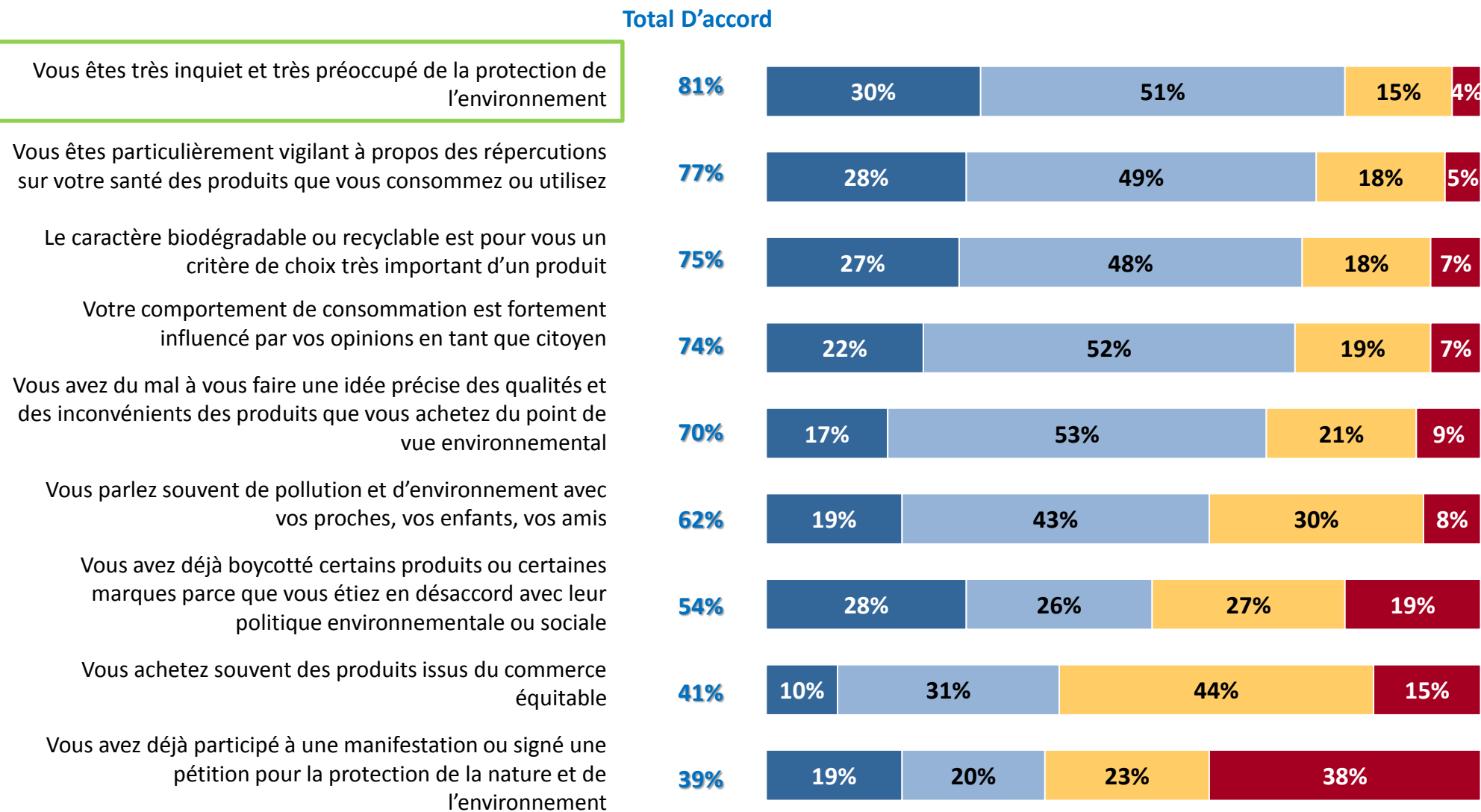
PREAMBULE : Les préoccupations des Français face à l'environnement et au climat

Question : Pour les mois qui viennent, pour chacun des thèmes suivants diriez-vous qu'il est tout à fait prioritaire, important ou secondaire ?

Récapitulatif : Tout à fait prioritaire	Ensemble des Français							Evolutions 2010-2015
	Rappel Janvier 2010 (%)	Rappel Août 2011 (%)	Rappel Février 2012 (%)	Rappel Mars 2012 (%)	Rappel Mars 2014 (%)	Rappel Août 2014 (%)	Janvier 2015 (%)	
La lutte contre le chômage	65	59	76	73	72	70	73	+8
L'éducation	57	55	57	56	54	49	59	+2
La lutte contre la délinquance	48	50	47	43	56	53	58	+10
La santé	59	59	57	55	62	56	55	-4
Le relèvement des salaires et du pouvoir d'achat	54	51	58	54	53	50	50	-4
La lutte contre l'immigration clandestine	30	38	40	36	50	44	49	+19
La lutte contre la précarité	51	45	56	52	47	40	44	-7
La maîtrise du niveau des impôts	37	33	41	35	51	42	42	+5
La réduction de la dette publique	36	50	57	53	51	41	39	+3
L'amélioration de la situation dans les banlieues	28	33	29	27	33	28	36	+8
La protection de l'environnement	40	31	30	27	33	33	29	-11
La sauvegarde des services publics	35	32	36	32	34	25	28	-7

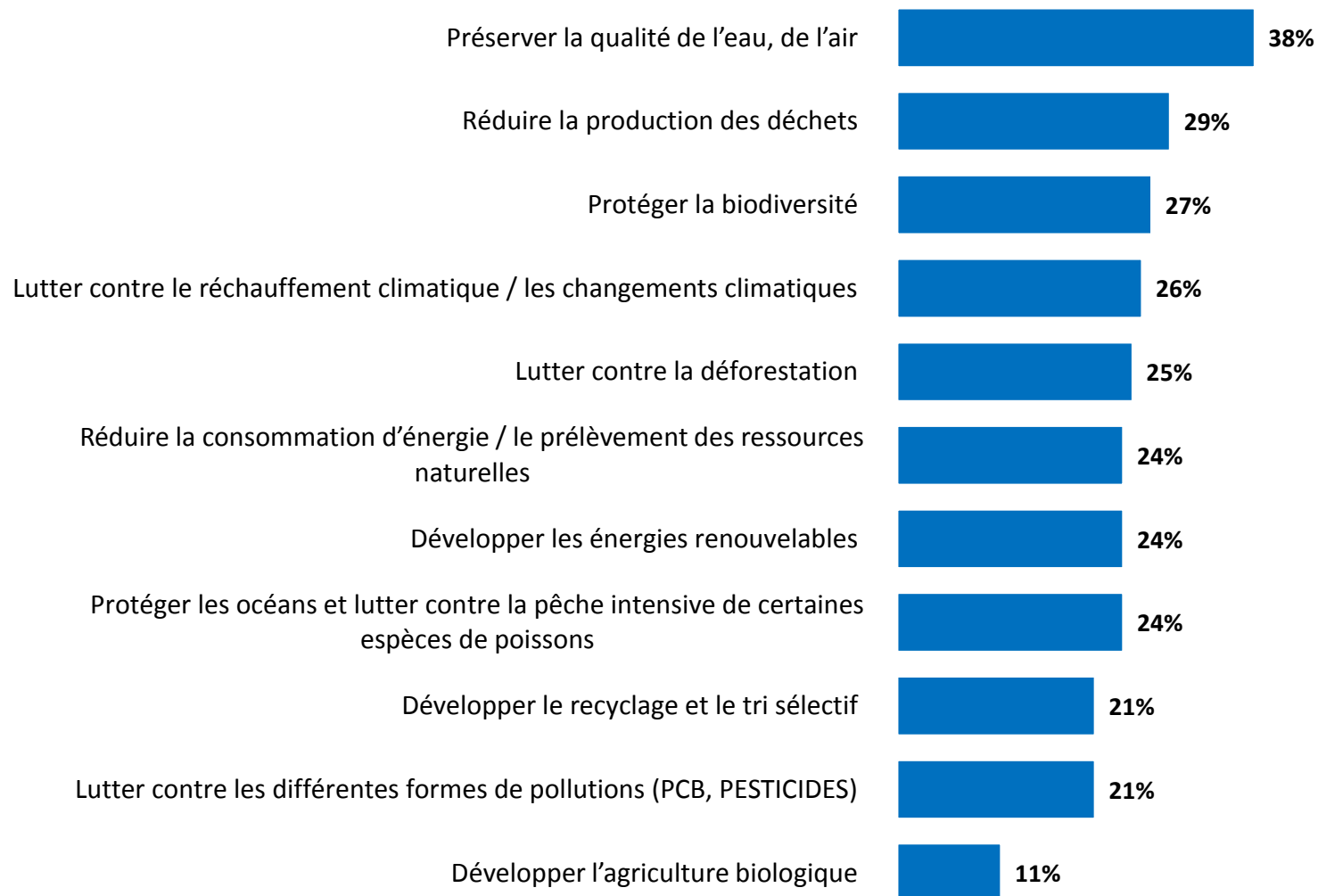
Source : Sondage Ifop pour Atlantico réalisé auprès de 1927 personnes, janvier 2015

Question : Voici différentes phrases, pour chacune d'elles vous indiquerez si elle s'applique tout à fait, assez, peu, pas du tout à votre cas personnel ?



	Rappel Septembre 2008	Rappel Septembre 2010	Rappel Décembre 2012	Novembre 2014
En %				
Vous êtes très inquiet et très préoccupé de la protection de l'environnement	84	84	82	81
Vous êtes particulièrement vigilant à propos des répercutions sur votre santé des produits que vous consommez ou utilisez	82	↓	77	77
Le caractère biodégradable ou recyclable est pour vous un critère de choix très important d'un produit	80	↓	75	75
Votre comportement de consommation est fortement influencé par vos opinions en tant que citoyen	77	76	76	74
Vous avez du mal à vous faire une idée précise des qualités et des inconvénients des produits que vous achetez du point de vue environnemental	69	68	↗	70
Vous parlez souvent de pollution et d'environnement avec vos proches, vos enfants, vos amis	67	66	64	62
Vous avez déjà boycotté certains produits ou certaines marques parce que vous étiez en désaccord avec leur politique environnementale ou sociale	55	57	56	54
Vous achetez souvent des produits issus du commerce équitable	41	40	41	41
Vous avez déjà participé à une manifestation ou signé une pétition pour la protection de la nature et de l'environnement	35	↗	37	39

Question : Parmi les causes environnementales suivantes, quelles sont les 3 causes qui vous paraissent prioritaires ?



	Rappel Septembre 2008	Rappel Septembre 2010	Rappel Décembre 2012	Novembre 2014
En %				
Préserver la qualité de l'eau, de l'air	41	39	39	38
Réduire la production des déchets	26	28	28	29
Protéger la biodiversité	19 	36 	26	27
Lutter contre le réchauffement climatique / les changements climatiques	28 	20 	25	26
Lutter contre la déforestation	29	31	32 	25
Réduire la consommation d'énergie / le prélèvement des ressources naturelles	27	25 	29 	24
Développer les énergies renouvelables	35 	26	26	24
Protéger les océans et lutter contre la pêche intensive de certaines espèces de poissons	17 	25	23	24
Développer le recyclage et le tri sélectif	18 	22	21	21
Lutter contre les différentes formes de pollutions (PCB, PESTICIDES)	20 	26	24	21
Développer l'agriculture biologique	8	11	8	11

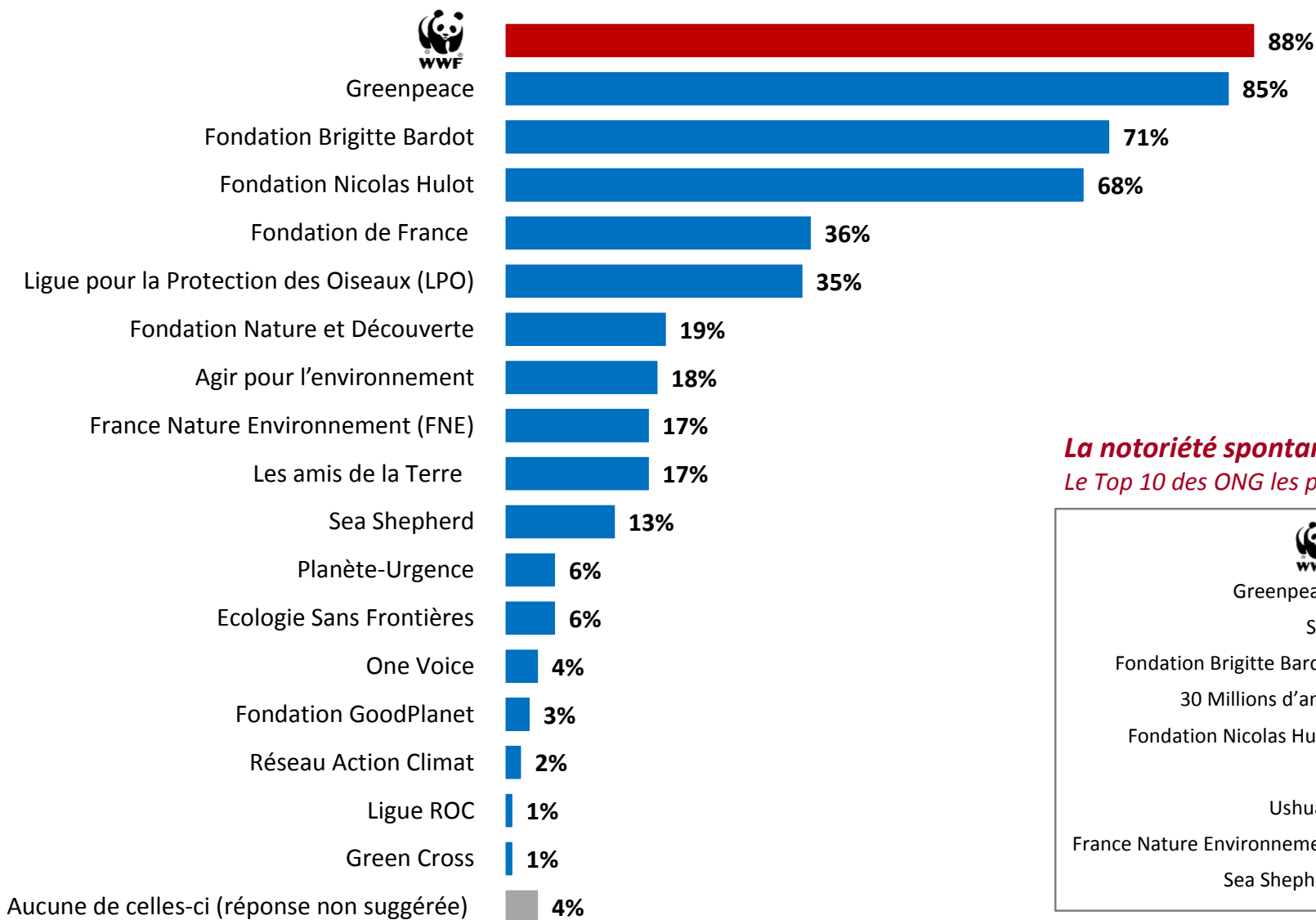
2_{/3}

|

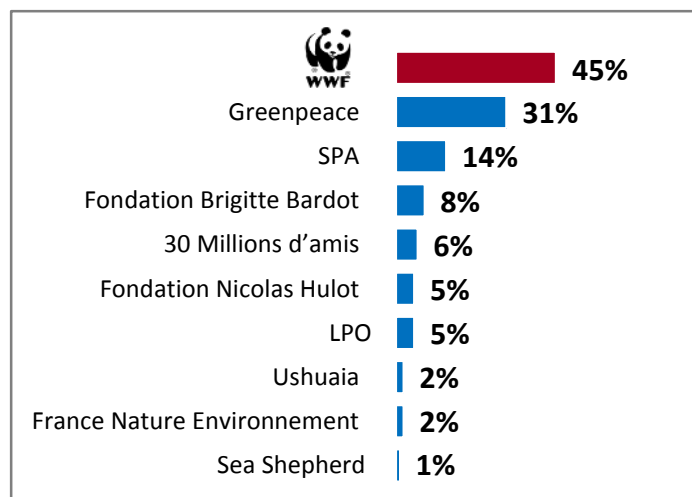
Notoriété et jugements à l'égard des différentes ONG, associations ou fondations impliquées dans la protection de la nature

La notoriété de WWF (en assisté et spontanée)

Question : Et parmi les ONG, associations ou fondations suivantes impliquées dans la protection de la nature, des espèces animales en voie de disparition et de l'environnement, dites-moi celles que vous connaissez ne serait-ce que de nom ?

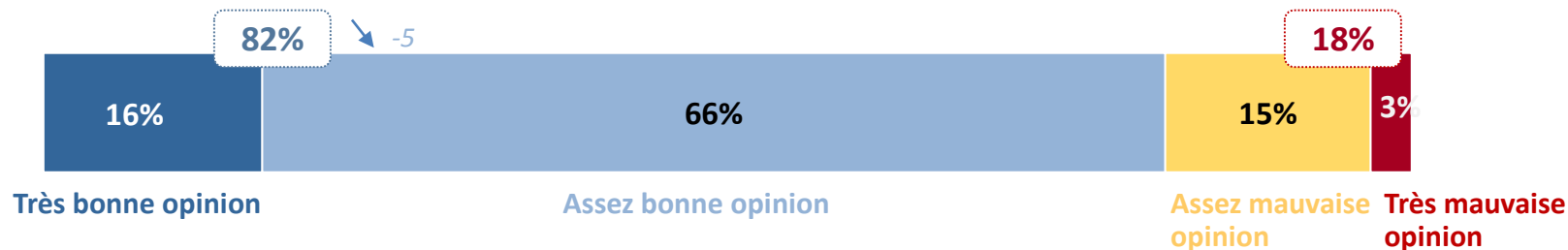


La notoriété spontanée de WWF Le Top 10 des ONG les plus évoquées



Question : D'une manière générale, diriez-vous que vous avez une très bonne opinion, une assez bonne opinion, une assez mauvaise opinion ou une très mauvaise opinion des ONG, associations ou fondations impliquées dans la protection de la nature, des espèces animales en voie de disparition et de l'environnement ?

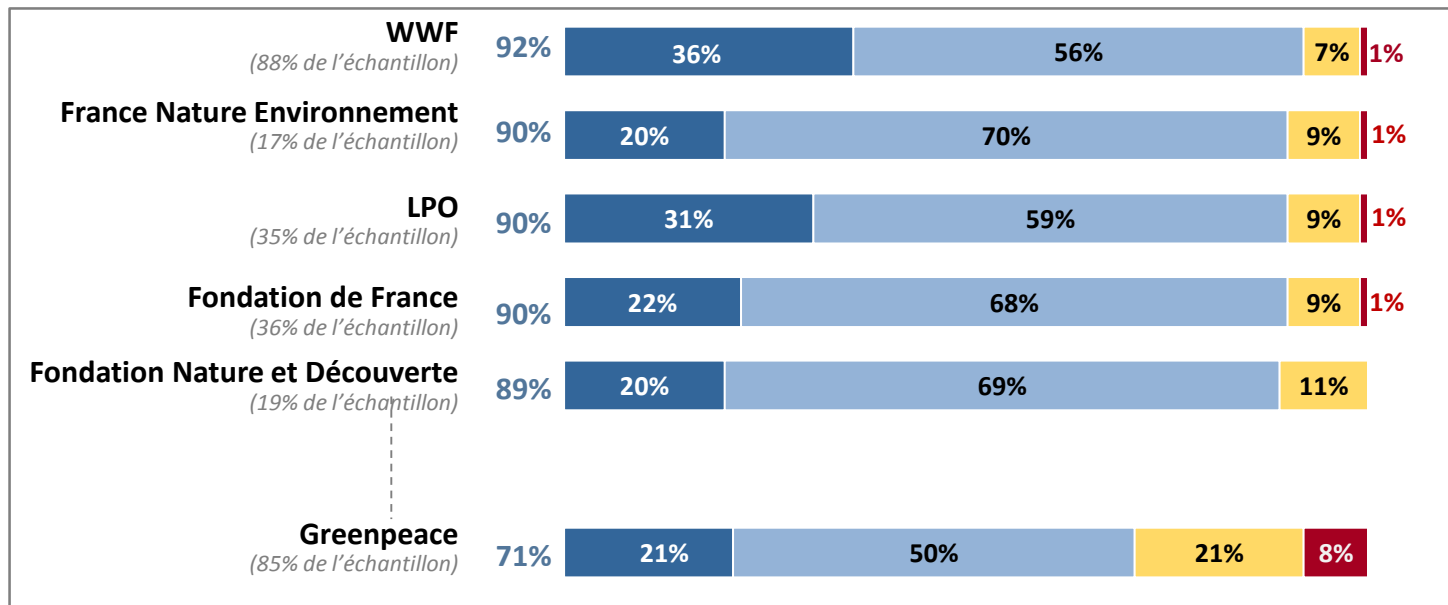
Jugement global sur les associations œuvrant en faveur de la protection de la nature



Le jugement à l'égard de différentes associations : Le Top 5 des ONG bénéficiant des meilleurs jugements de l'opinion

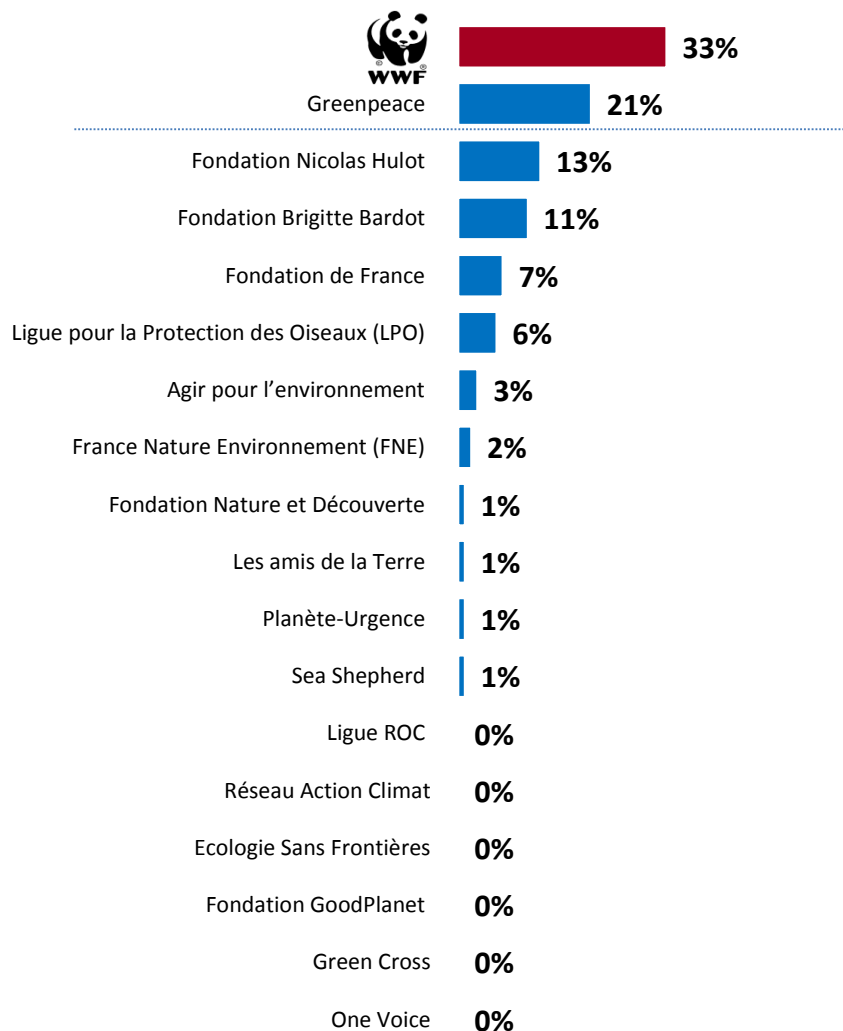
Question : Pour chacune des ONG, associations ou fondations impliquées dans la protection de la nature, des espèces animales en voie de disparition et de l'environnement, dites-moi si vous en avez une très bonne opinion, une assez bonne opinion, une assez mauvaise opinion.

Base : Aux connaisseurs de chaque association

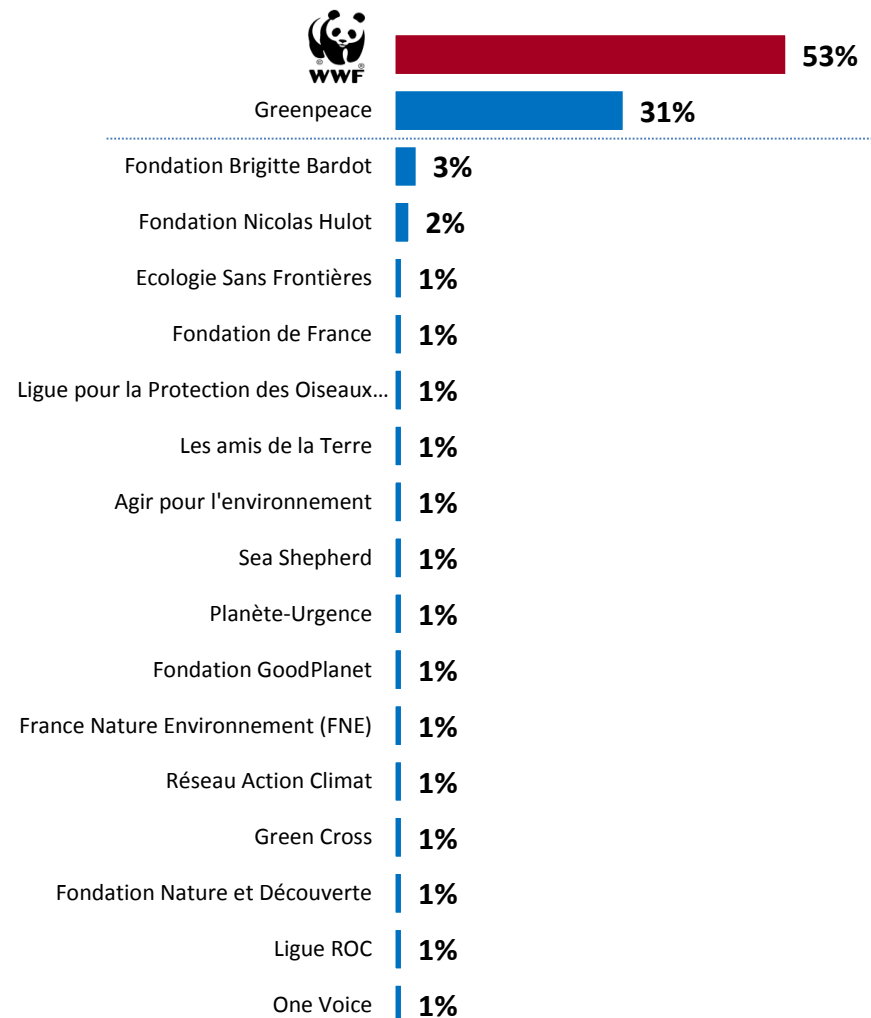


L'association la plus impliquée en matière d'environnement EN FRANCE et DANS LE MONDE

Question : Selon vous, quelle est **en France** la plus importante ONG, association ou fondation impliquée dans la protection de la nature, des espèces animales en voie de disparition et de l'environnement ?



Question : Et quelle est selon vous la plus importante ONG, association ou fondation impliquée dans la protection de la nature, des espèces animales en voie de disparition et de l'environnement **au niveau mondial** ?



En France

Au niveau mondial

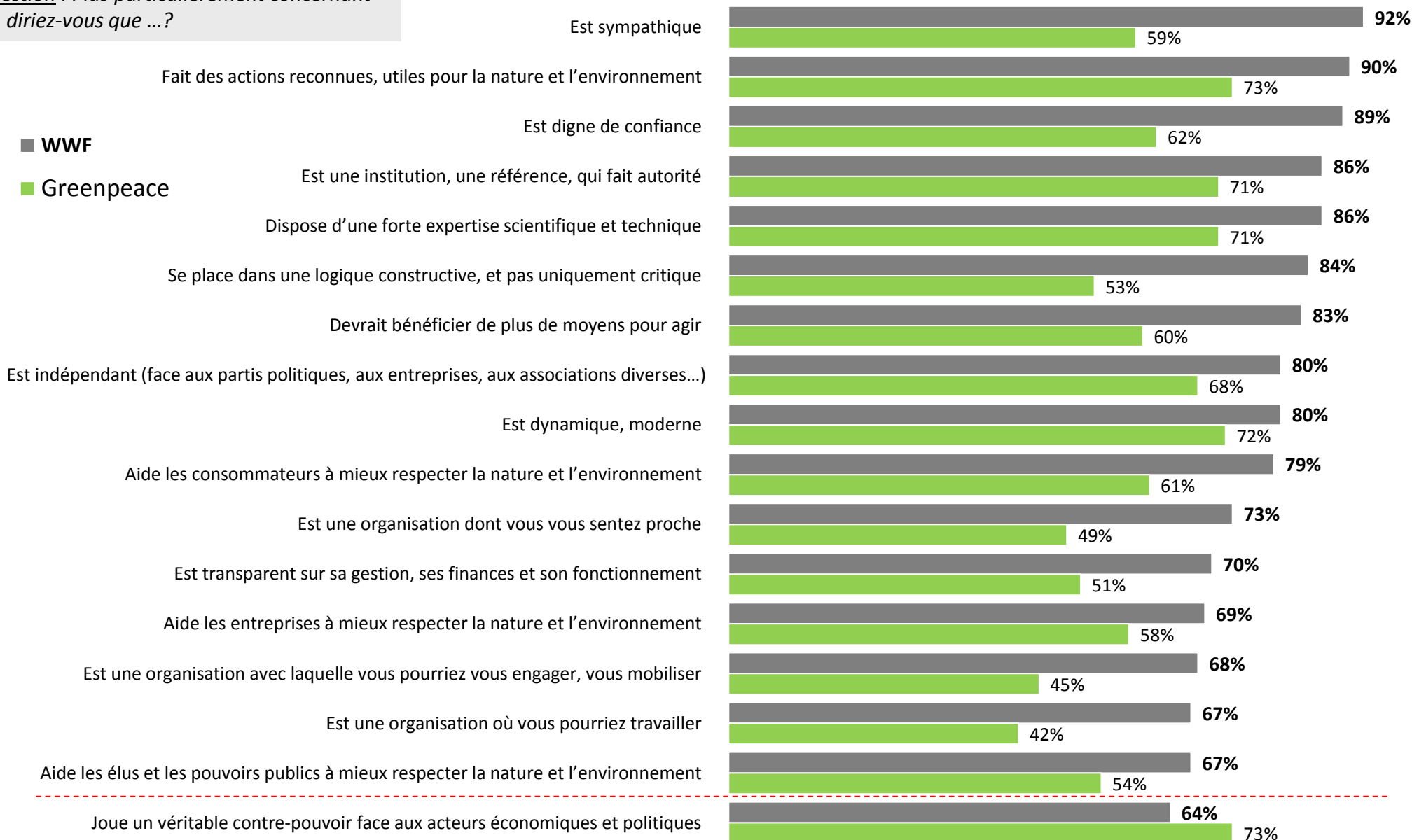
	Rappel Septembre 2008		Rappel Septembre 2010		Rappel Décembre 2012		Novembre 2014		Rappel Septembre 2008		Rappel Septembre 2010		Rappel Décembre 2012		Novembre 2014	
En %																
 WWF	23	↗	46	↘	35	33			40	↗	49		47	↗	53	
Greenpeace	26	↘	21		22	21			48	↘	44	↘	39	↘	31	
Fondation Nicolas Hulot	24	↘	11		12	13			2		2		2		2	
Fondation Brigitte Bardot	3		6		7	11			-		1		2		3	
Fondation de France	5		5		6	7			-		1		1		1	
Ligue pour la Protection des Oiseaux (LPO)	3		5		7	6			-		1		1		1	
Agir pour l'environnement	3		2		4	3			-		1		2		1	
France Nature Environnement (FNE)	2		2		3	2			1		-		1		1	
Fondation Nature et Découverte	-		1		1	1			1		-		-		-	
Les amis de la Terre	1		1		2	1			-		-		1		1	
Planète-Urgence	-		-		1	1			1		1		1		1	
Sea Shepherd	ONG non testée		-		-	1			ONG non testée		-		-		1	
Ligue ROC	-		-		-	-			-		-		-		-	
Réseau Action Climat	ONG non testée		ONG non testée		ONG non testée	-			ONG non testée		ONG non testée		ONG non testée		1	
Ecologie Sans Frontières	ONG non testée		ONG non testée		ONG non testée	-			ONG non testée		ONG non testée		ONG non testée		1	
Fondation GoodPlanet	-		-		-	-			-		-		1		1	
Green Cross	ONG non testée		ONG non testée		-	-			ONG non testée		ONG non testée		1		1	
One Voice	ONG non testée		ONG non testée		-	-			ONG non testée		ONG non testée		1		-	
Aucune de celles-ci	9		-		-	-			7		-		-		-	
TOTAL	100		100		100	100			100		100		100		100	

Les traits d'image comparés associés à WWF et à Greenpeace

Récapitulatif : TOTAL D'accord (= « tout à fait d'accord » + « plutôt d'accord »)

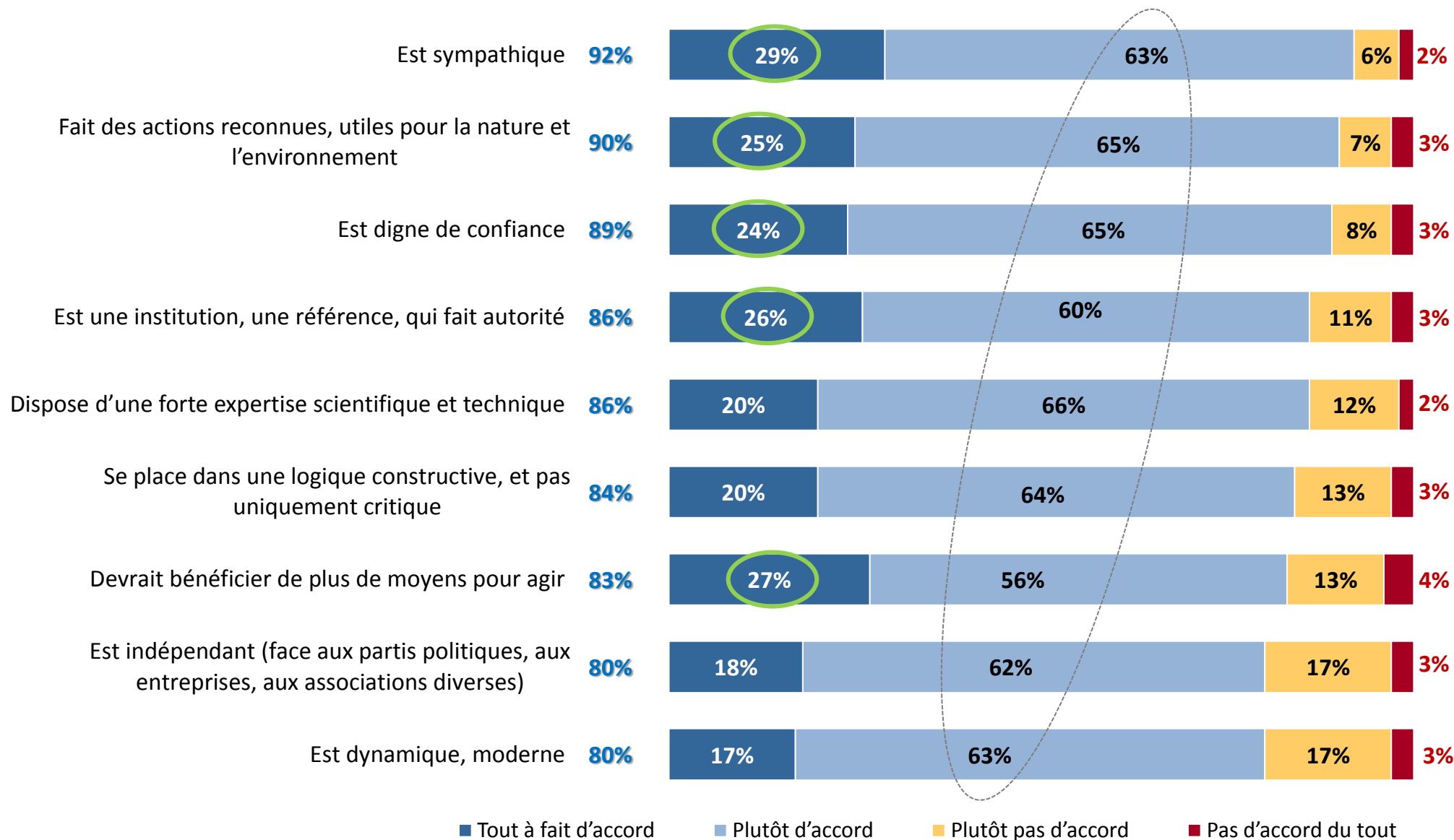


Question : Plus particulièrement concernant ... , diriez-vous que ... ?



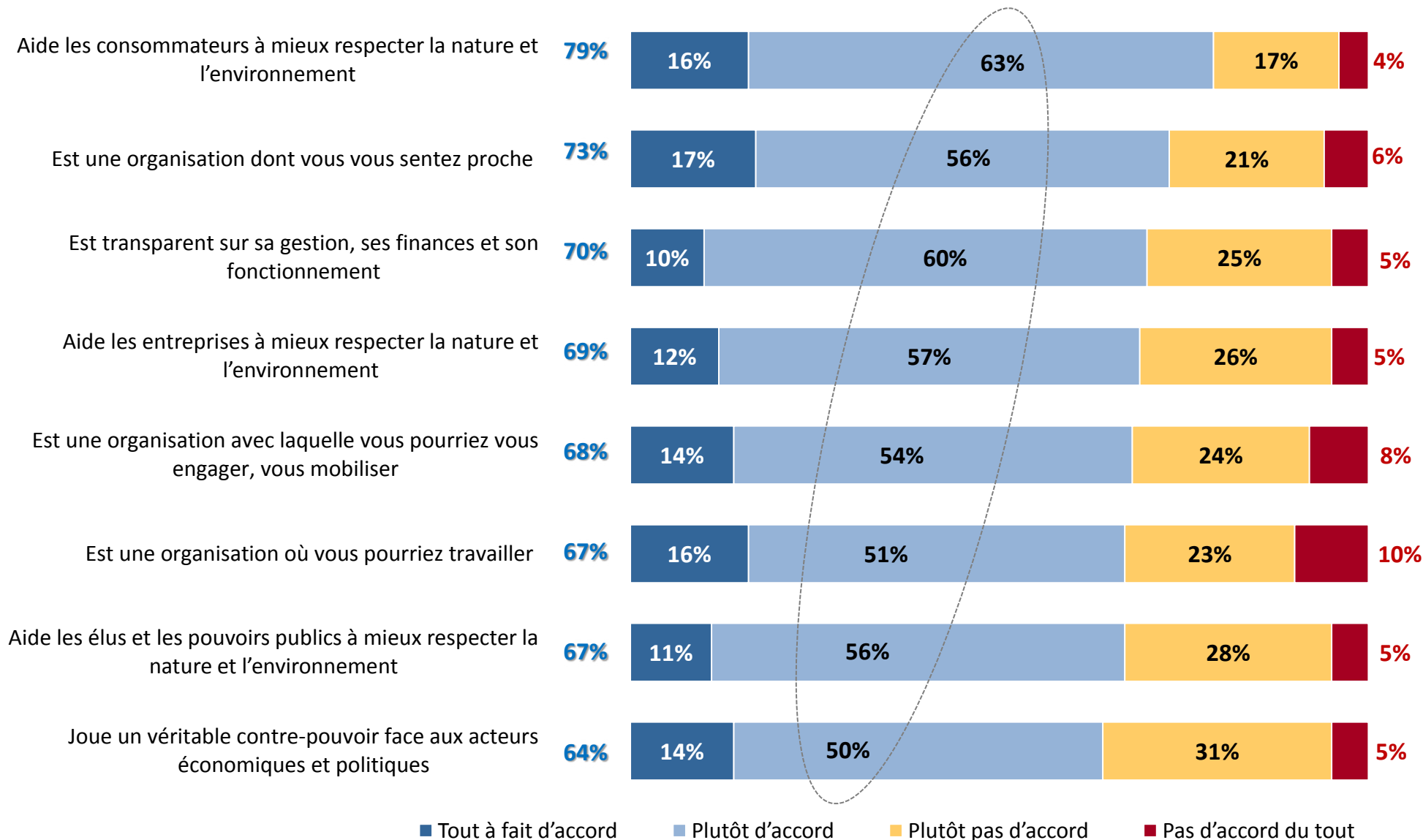
Base : Aux connaisseurs de WWF, soit 88% de l'échantillon

Total D'accord



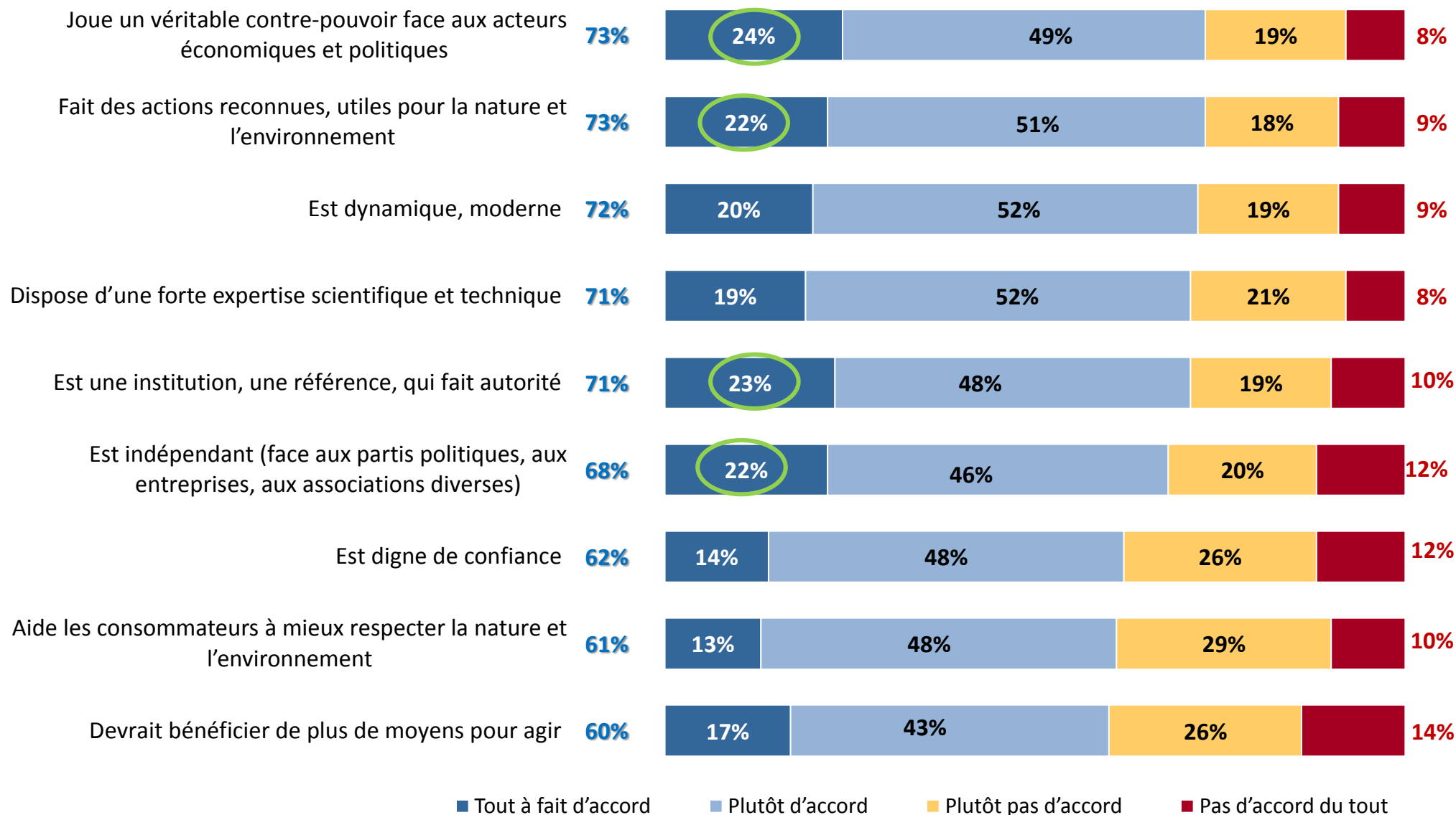
Base : Aux connaisseurs de WWF, soit 88% de l'échantillon

Total D'accord



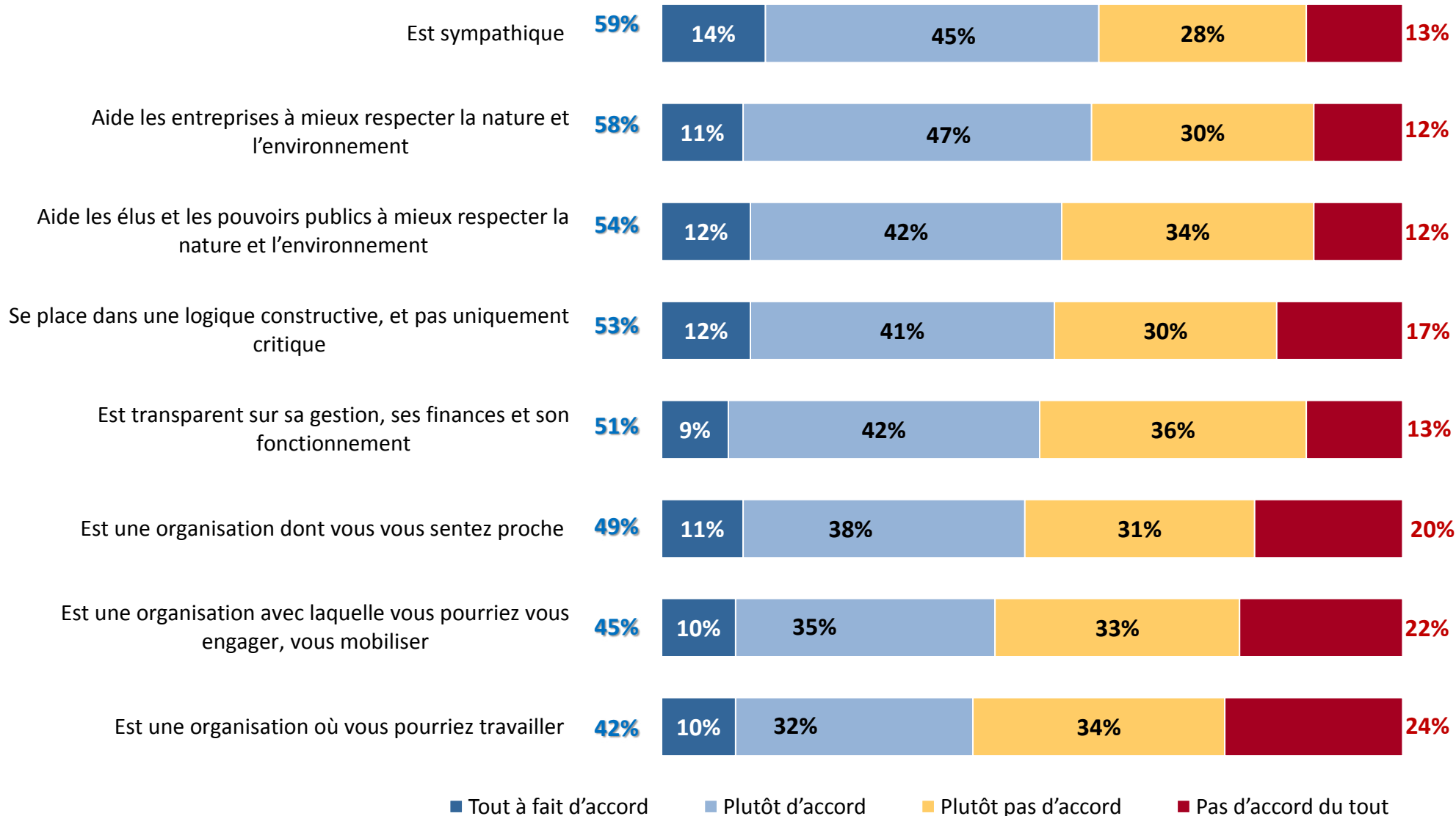
Base : Aux connaisseurs de Greenpeace, soit 85% de l'échantillon

Total D'accord



Base : Aux connaisseurs de Greenpeace, soit 85% de l'échantillon

Total D'accord

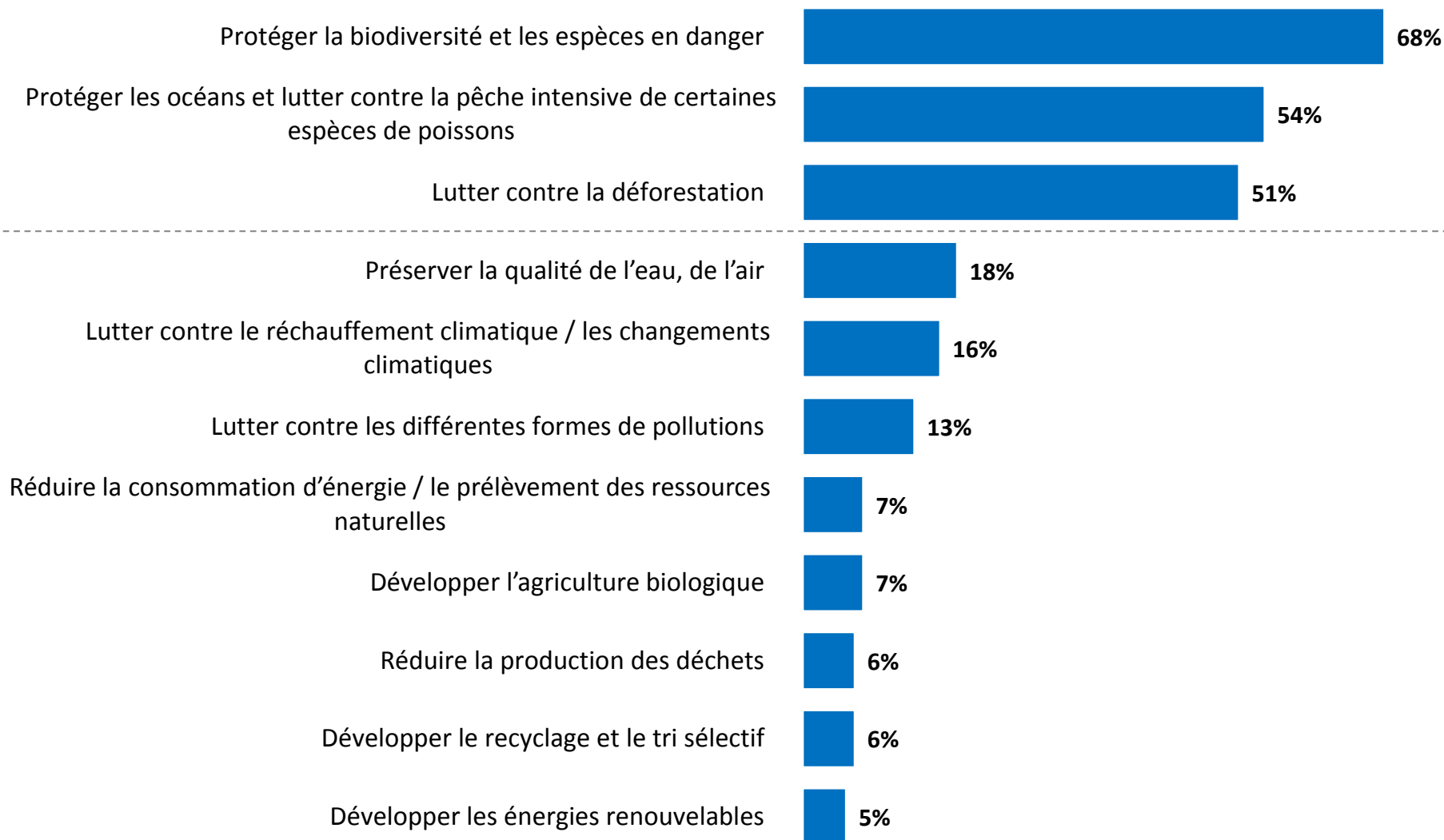


3_{/3}

Quel champ d'action pour le WWF ?

Question : Parmi ces causes environnementales, quelles sont les 3 causes sur lesquelles vous estimez que WWF est le mieux placé, le plus légitime, pour agir efficacement ?

Base : Aux connaisseurs de WWF, soit 88% de l'échantillon



Base : Aux connaisseurs de WWF, soit 88% de l'échantillon

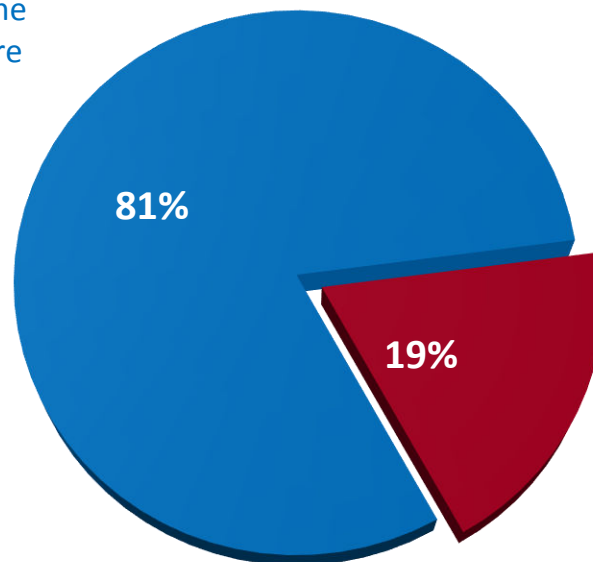
	Rappel Septembre 2008	Rappel Septembre 2010	Rappel Décembre 2012	Novembre 2014
En %				
Protéger la biodiversité et les espèces en danger	63	68	67	68
Protéger les océans et lutter contre la pêche intensive de certaines espèces de poissons*	46 	57 	50 	54
Lutter contre la déforestation	53 	57	58 	51
Préserver la qualité de l'eau, de l'air	26 	21	19	18
Lutter contre le réchauffement climatique / les changements climatiques	21 	16	17	16
Lutter contre les différentes formes de pollutions	15	17	15	13
Réduire la consommation d'énergie / le prélèvement des ressources naturelles	10	8	7	7
Développer l'agriculture biologique	8	7	8	7
Réduire la production des déchets	8	7	7	6
Développer le recyclage et le tri sélectif	8	6	6	6
Développer les énergies renouvelables	7	5	5	5

* De 2008 à 2012, l'intitulé exact de l'item était : « Protéger les océans »

Question : A propos de la participation du WWF à des grandes conférences et rencontres organisées par le Gouvernement (du type : le Grenelle de l'environnement ou la Conférence environnementale qui a eu lieu en septembre dernier), diriez-vous que ... ?

C'est plutôt une bonne chose car cela donne à WWF la possibilité de défendre et de faire avancer ses idées auprès des pouvoirs publics

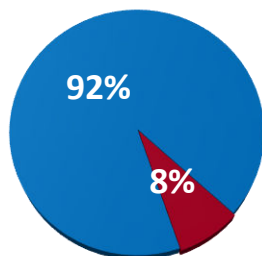
(Rappel 2012 : 83%)



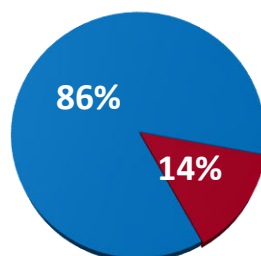
C'est plutôt une mauvaise chose car cela met en péril l'indépendance de WWF et assez inutile car ces conférences débouchent rarement sur des résultats concrets

(Rappel 2012 : 17%)

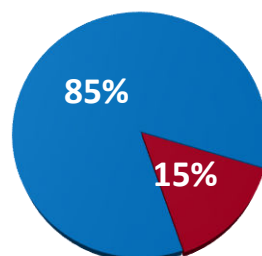
Les donateurs WWF



Les donateurs « environnement »



Les donateurs « animaux »



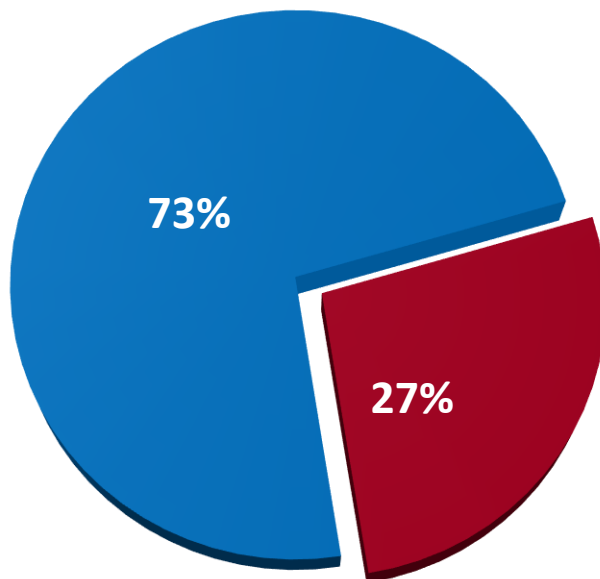
Question : Développer des partenariats entre WWF et des entreprises, diriez-vous que ... ?

C'est plutôt une bonne chose car cela donne à WWF des moyens supplémentaires, pousse les entreprises à s'améliorer, et permet d'apporter des informations

(Rappel 2012 : 78%)

(Rappel 2010 : 78%)

(Rappel 2008 : 78%)



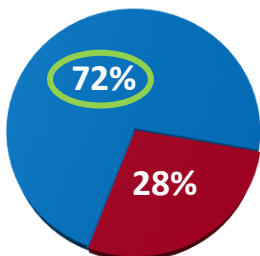
C'est plutôt une mauvaise chose car cela met en péril l'indépendance de WWF et sa liberté de jugement

(Rappel 2012 : 22%)

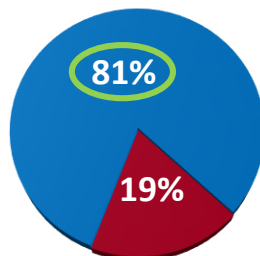
(Rappel 2010 : 22%)

(Rappel 2008 : 22%)

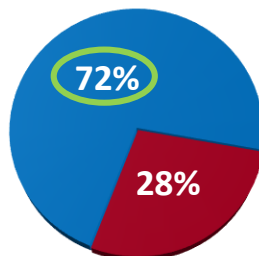
Profession libérale, cadre supérieur



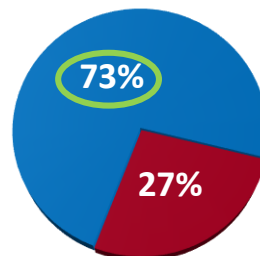
Les donateurs WWF



Les donateurs « environnement »



Les donateurs « animaux »



L'adhésion à différentes propositions relatives à la signature WWF sur différents produits

Question : Diriez-vous que vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout avec chacune des phrases suivantes ?

Total D'accord

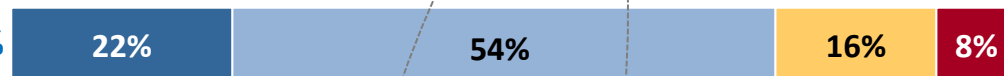
J'aimerais que le WWF signe un partenariat avec ou plusieurs groupes de la grande distribution et que l'on puisse trouver dans les rayons de ces magasins des produits de grande consommation qui porteraient le logo du WWF

77%



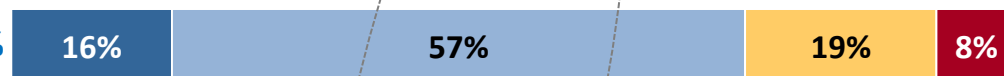
Le logo WWF pourrait m'aider à m'orienter en magasin pour que je puisse choisir des produits de marque qui respectent l'environnement

76%



J'aimerais trouver en magasin des produits me permettant de soutenir une campagne ou un projet du WWF

73%



J'aimerais trouver en magasin des produits WWF pour mes enfants ou ma famille

70%



J'aimerais trouver en magasin des produits WWF pour moi

68%



J'aimerais que le WWF signe un partenariat avec un constructeur automobile et que celui-ci puisse ensuite proposer des modèles de voitures électriques ou consommant très peu de carburant, conçus à partir d'un cahier des charges strict défini par le WWF

66%



J'aimerais que le WWF s'implique dans la lutte contre des projets locaux néfastes pour l'environnement (par exemple, Notre Dame des Landes, le barrage de Sivens dans le Tarn)

57%



■ Tout à fait d'accord

■ Plutôt d'accord

■ Plutôt pas d'accord

■ Pas d'accord du tout

Ce qu'il faut retenir

1

Avec moins d'un tiers des Français considérant la protection de l'environnement comme étant « tout à fait prioritaire », ce thème apparaît plus secondaire au regard d'autres grands sujets d'actualité, tels que l'emploi, l'éducation, la délinquance ou la santé. Une situation qui s'explique en partie par le contexte de difficile et incertaine reprise économique, dans lequel les questions économiques et sociales émergent, assez naturellement, de façon beaucoup plus forte, à commencer par la lutte contre le chômage. Année après année, la question de l'environnement apparaît d'ailleurs comme de moins en moins importante aux yeux des Français (40% d'entre eux la considéraient comme tout à fait prioritaire en 2010, 29% aujourd'hui, soit 11 points de moins).

Pour autant, il subsiste dans ce contexte un sentiment très largement partagé quant à la nécessité de protéger la nature, puisque 81% des Français se disent très inquiets et très préoccupés par la protection de l'environnement. Plus précisément, c'est la préservation de la qualité de l'eau et de l'air qui est jugée importante, devant la réduction des déchets produits, la protection de la biodiversité ou encore la lutte contre le réchauffement planétaire.

2

Dans cette situation, WWF conserve sa position d'acteur de premier plan, particulièrement bien identifié par le grand public dans le paysage des organismes impliqués dans la protection de la nature et de l'environnement, que ce baromètre met en avant à chaque édition depuis 2008. L'édition 2014 n'échappe pas à la règle, puisque l'ONG apparaît, cette année encore, **comme la mieux identifiée par les Français, que ce soit en spontané** (cité par 45% d'entre eux) **ou en assisté** (par 88%). Ces résultats sont stables par rapport à la mesure de 2012. Greenpeace arrive deuxième, mais nettement derrière en spontané, avec seulement 31% de citations. En assisté, sont citées ensuite les fondations associées aux personnalités Brigitte Bardot et Nicolas Hulot (par environ deux tiers des Français), puis la Fondation de France et la Ligue pour la Protection des Oiseaux (par un tiers d'entre eux environ).

Comme le montraient déjà les éditions précédentes de ce baromètre, les personnes qui connaissent ces organisations, associations ou fondations font preuve d'un niveau de connaissance fragile de leur action, avec des scores dépassant tout juste 50% pour les mieux connues d'entre elles, à savoir WWF (54%), Greenpeace et la LPO (50% chacun).

3

WWF bénéficie toujours d'une très bonne image dans l'opinion : 92% des Français qui le connaissent en ont une bonne opinion (contre 71% pour Greenpeace) et, dans le détail, des traits d'image très favorables lui sont associés. En outre, l'édition 2014, qui inclut pour la première fois une analyse comparée des traits d'image associés à Greenpeace, permet d'observer que sur la quasi totalité des traits testés, WWF est mieux, voire nettement mieux, évalué. Seule la capacité à jouer un contre-pouvoir est davantage reconnue à Greenpeace (73% contre 68%), mais, à l'inverse, WWF dépasse largement Greenpeace (avec des écarts allant parfois jusqu'à 30 points) sur le caractère sympathique qui lui est attribué, sur la confiance, la proximité, ou encore lorsqu'il s'agit de susciter des vocations de militants ou des carrières professionnelles.

A cette bonne image globale et détaillée de WWF vient s'ajouter la légitimité de l'organisation, qui fait office, pour les Français, de référence dans son domaine, **en France comme au niveau mondial** (à nouveau nettement devant Greenpeace, de respectivement 12 et 22 points). Cette légitimité explique sûrement pourquoi elle se classe, avec la SPA, parmi les ONG, associations ou fondations les plus aidées financièrement, et même bien devant la SPA et Greenpeace (de respectivement 11 et 18 points) s'agissant des ONG susceptibles d'être aidées financièrement.

4

Les attentes à l'égard de WWF ont, en revanche, sensiblement évolué en deux ans. Interrogés sur les causes les plus légitimes pour WWF, les Français qui connaissent l'organisation citent toujours, en premier lieu, **la protection de la biodiversité et des espèces en danger** (68%). Cependant, ils sont moins nombreux à citer **la lutte contre la déforestation** (51%, -7 points) et l'action **en faveur de la protection des océans et contre la pêche intensive de certaines espèces de poissons qui arrive en deuxième place** cette année (54%). Les autres causes testées apparaissent beaucoup plus loin derrière, avec moins de 20% de citations, et de façon stable par rapport à l'année dernière, notamment la lutte contre le réchauffement et les changements climatiques, que seule une minorité de connaisseurs de WWF (16%) mentionne comme cause environnementale sur laquelle l'ONG est la mieux placée.

Enfin, **concernant les nouvelles propositions de signature WWF** testées cette année, sur des produits de grande consommation ou sur un modèle de voiture électrique, **l'adhésion des Français est majoritaire, mais inégale entre ces deux suggestions.** En effet, la possibilité d'un partenariat de WWF avec des groupes de la grande distribution pour trouver dans leurs rayons des produits de grande consommation, alimentaires par exemple, portant le logo du WWF est approuvée par plus des trois quarts des Français, et c'est même la proposition qui remporte la plus forte adhésion, parmi toutes celles testées. En revanche, deux tiers seulement approuvent l'idée d'un partenariat de WWF avec un constructeur automobile, ce qui est toutefois plus important que le taux d'approbation (57%) à une implication de WWF dans la lutte contre des projets comme l'aéroport de Notre Dame des Landes ou le barrage de Sivens.