

GRUPE LA POSTE



Les Echos
CONFÉRENCES



FEDERE 2007
Innover pour durer

Les Français et le Développement Durable



Mars 2007



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

GRUPE LA POSTE



Note méthodologique



Etude réalisée pour : **Groupe La Poste, à l'occasion de la Conférence Les Echos, FEDERE 2007.**

Echantillon : Échantillon 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 du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil : Les interviews ont eu lieu par téléphone au domicile des personnes interrogées.

Dates de terrain : Du 1 au 2 mars 2007



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

GROUPE LA POSTE



- A -

Les Français et le développement durable : notoriété et niveau d'intérêt



FEDERE 2007
Innover pour durer

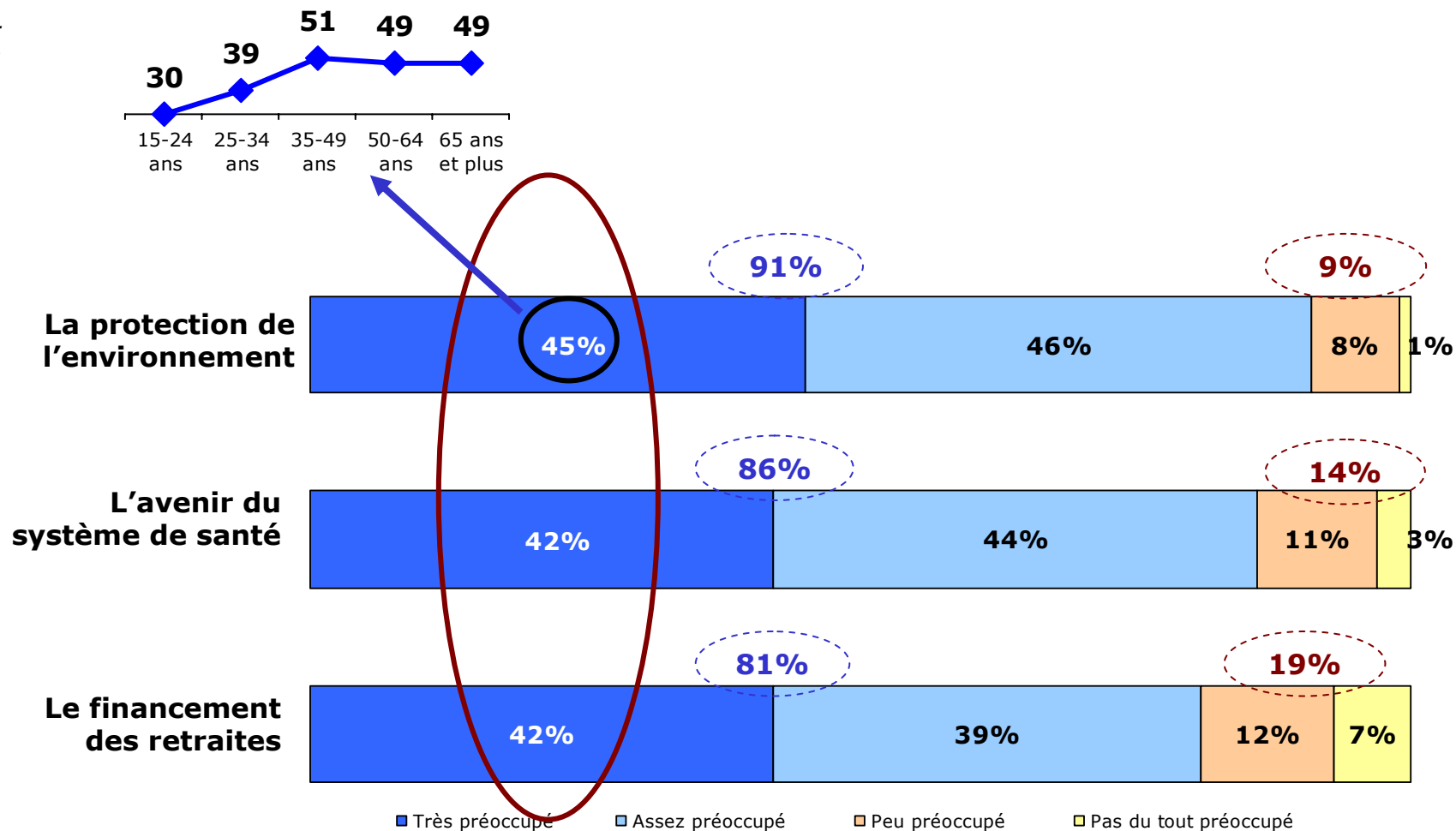
LesEchos
CONFÉRENCES



La protection de l'environnement au cœur des préoccupations des Français



Question : Diriez-vous que vous êtes très, assez, peu ou pas du tout préoccupé par... ?





FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

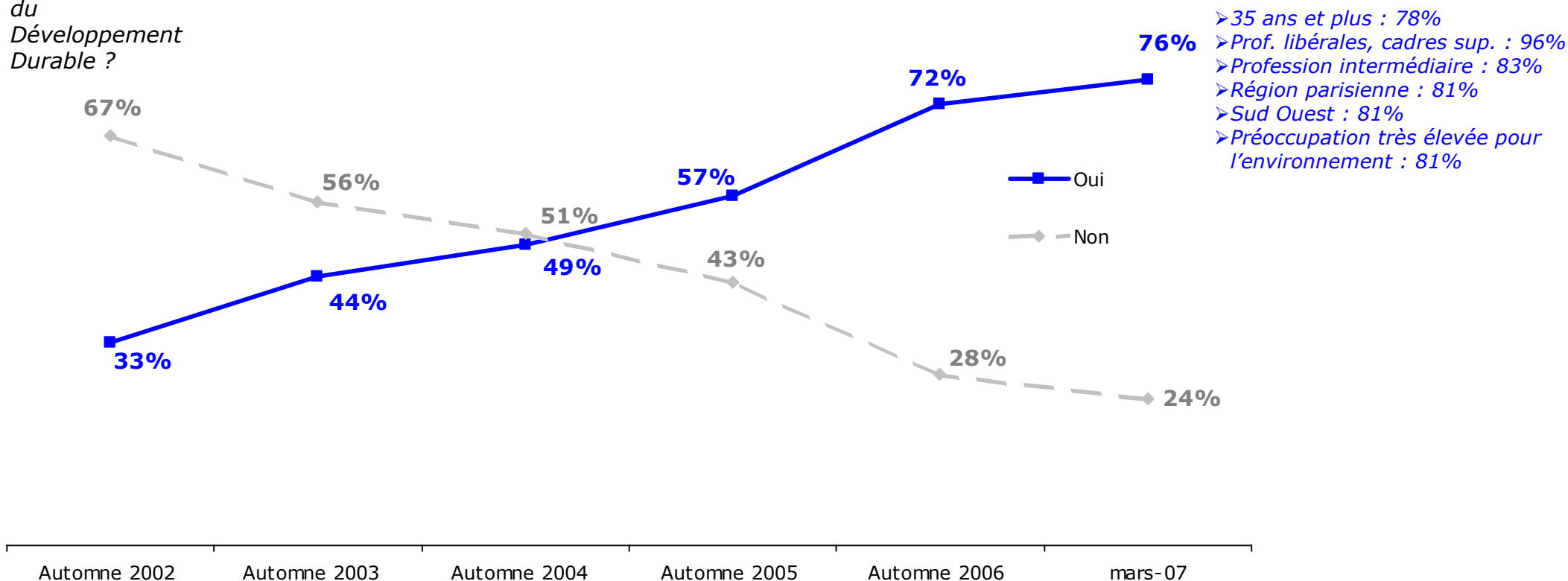
GROUPE LA POSTE



Une notoriété du développement durable en progression constante



Question :
Avez-vous déjà
entendu parler
du
Développement
Durable ?



(Les rappels 2002-2006 sont issus de l'Observatoire du Développement Durable® de l'Ifop)

Ifop pour La Poste – Les Français et le Développement Durable – Mars 2007



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

GRUPE LA POSTE



- B -

La perception de l'implication des entreprises en terme de développement durable



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

Une notoriété majoritaire des actions menées par les entreprises

Question : Avez-vous déjà entendu parler d'actions ou d'engagements de la part d'entreprises en matière de développement durable ou de protection de l'environnement ?

Comparaison (*):

Collectivités locales: 58%

TOTAL Souvent, de temps en temps



59%

Souvent



24%

De temps en temps



35%

TOTAL Rarement, jamais



41%

Rarement

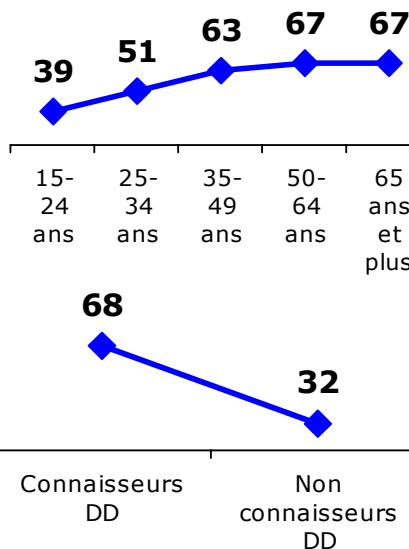


25%

Jamais



16%



[*] Résultats issus de l'Observatoire du Développement Durable 2006 – Volet Collectivité Locales



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

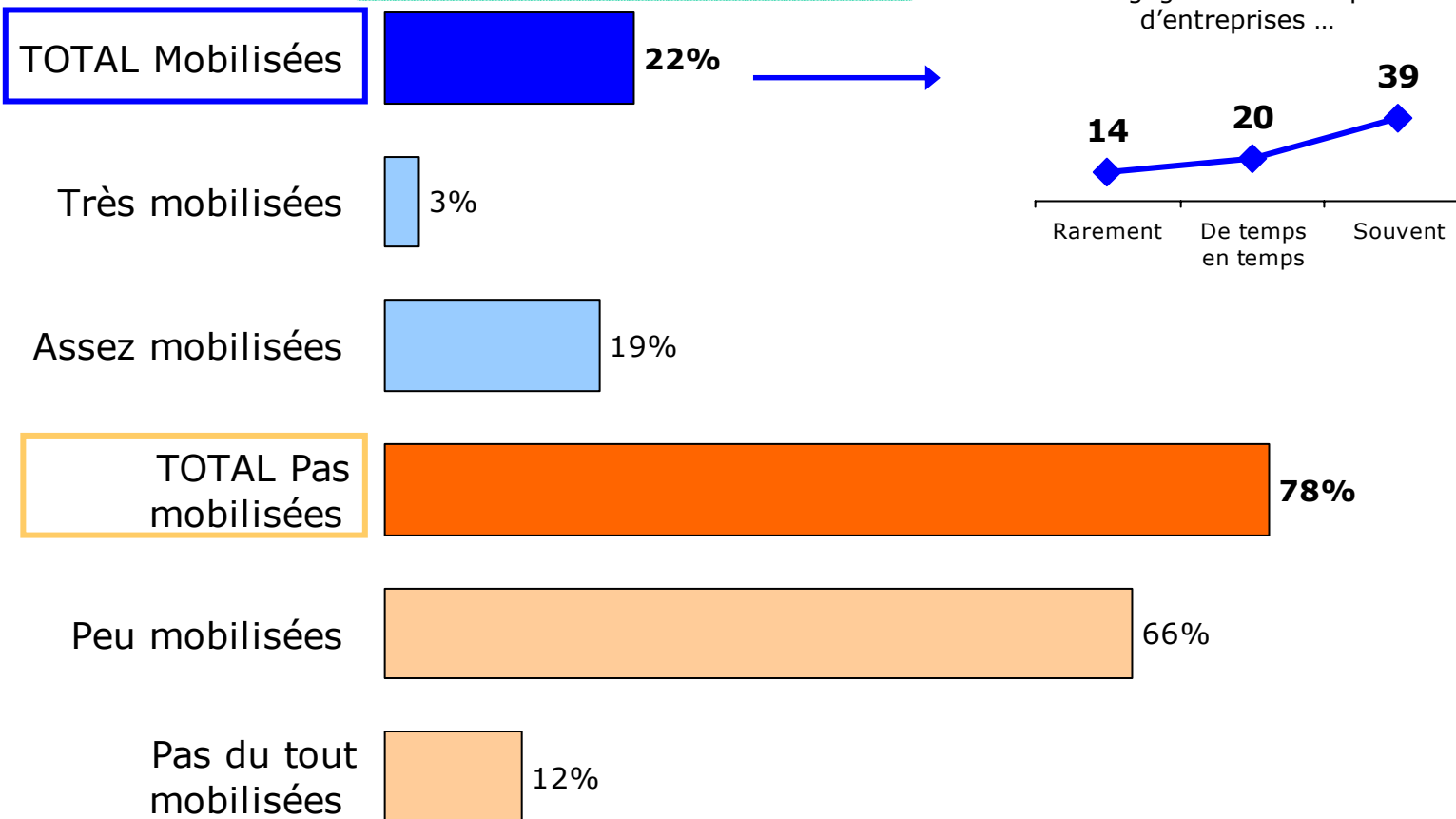
...Visibilité qui ne suffit toutefois pas à crédibiliser leur engagement

GRUPE LA POSTE



Question : Diriez-vous que les entreprises sont très, assez, peu, ou pas du tout mobilisées sur cette thématique du développement durable et de la protection de l'environnement ?

Comparaison (*) : Collectivités locales: 58%



[*] Résultats issus de l'Observatoire du Développement Durable 2006 – Volet Collectivité Locales



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

GROUPE LA POSTE



Un consensus autour de la nécessité d'un engagement plus important des entreprises

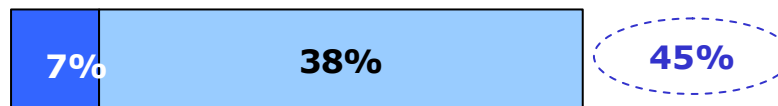


Question : Sur cette thématique du développement durable et de la protection de l'environnement, avez-vous le sentiment que les entreprises... ?

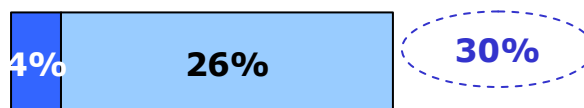
Devraient y consacrer, demain, des moyens encore plus importants



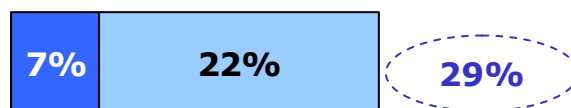
Sont plutôt innovantes



Agissent efficacement



Informent bien sur les actions menées et les projets en cours



■ Tout à fait d'accord

■ Plutôt d'accord

- ✓ Absence de différence entre connaisseurs du Développement Durable et non connaisseurs
- ✓ Consensus également trans-générationnel



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

GROUPE LA POSTE



Des attentes fortes pour demain

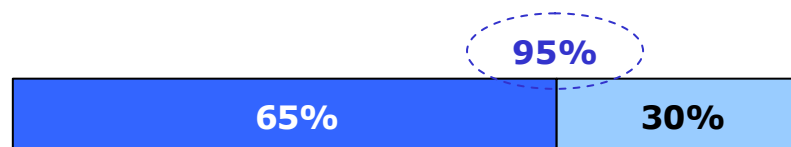


Question :

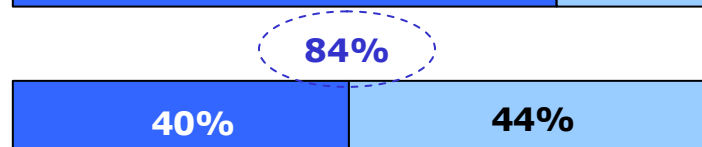
A propos des entreprises et des consommateurs en ce qui concerne le développement durable et la protection de l'environnement, diriez-vous... ?

Sentiment que tout reste à faire

Les entreprises ont le devoir de s'impliquer et d'agir, de changer leurs habitudes



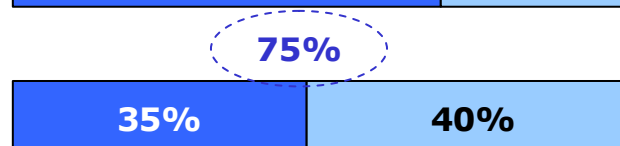
Les consommateurs comme vous, vont de plus en plus changer leurs habitudes



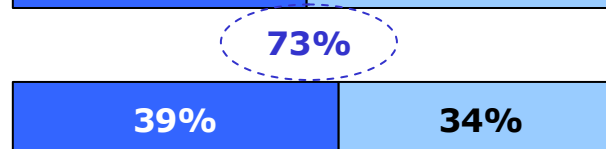
Les entreprises sont un acteur aussi important que les hommes politiques, les ONG ou les associations



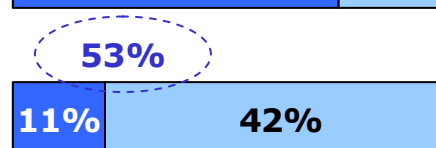
Qu'elles le souhaitent ou non, les entreprises se préoccuperont toutes demain d'environnement



Seule la contrainte par la loi ou les taxes peut obliger entreprises et consommateurs à changer leurs habitudes



Les entreprises ont déjà commencé à prendre sérieusement et sincèrement ces aspects en considération



■ Tout à fait d'accord

■ Plutôt d'accord



FEDERE 2007
Innover pour durer

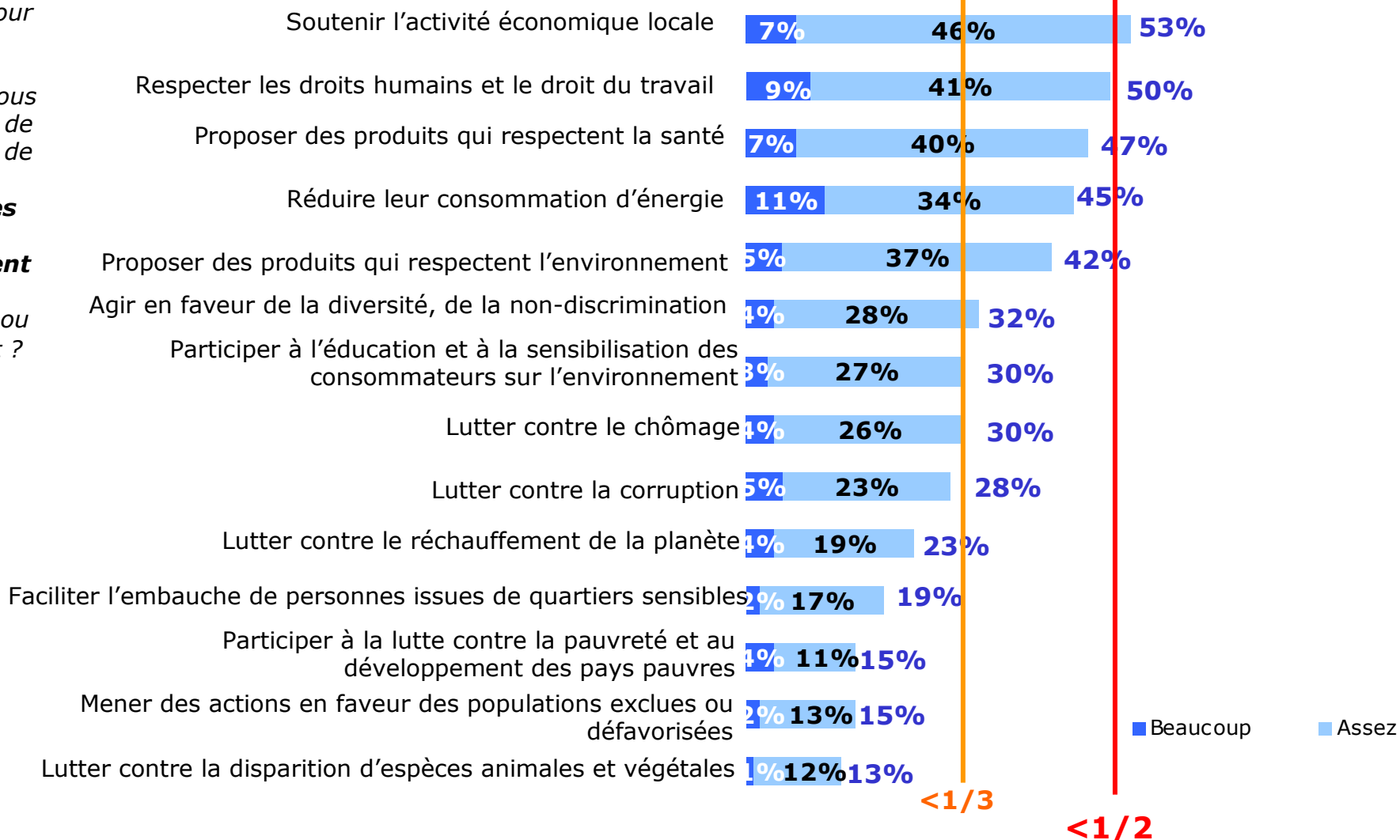
LesEchos
CONFÉRENCES

Un déficit d'engagement perçu sur l'ensemble des aspects liés au Développement Durable

GROUPE LA POSTE



*Question Pour
chacun des
domaines
suivants, vous
me direz si de
votre point de
vue, les
entreprises
s'en
préoccupent
beaucoup,
assez, peu ou
pas du tout ?*





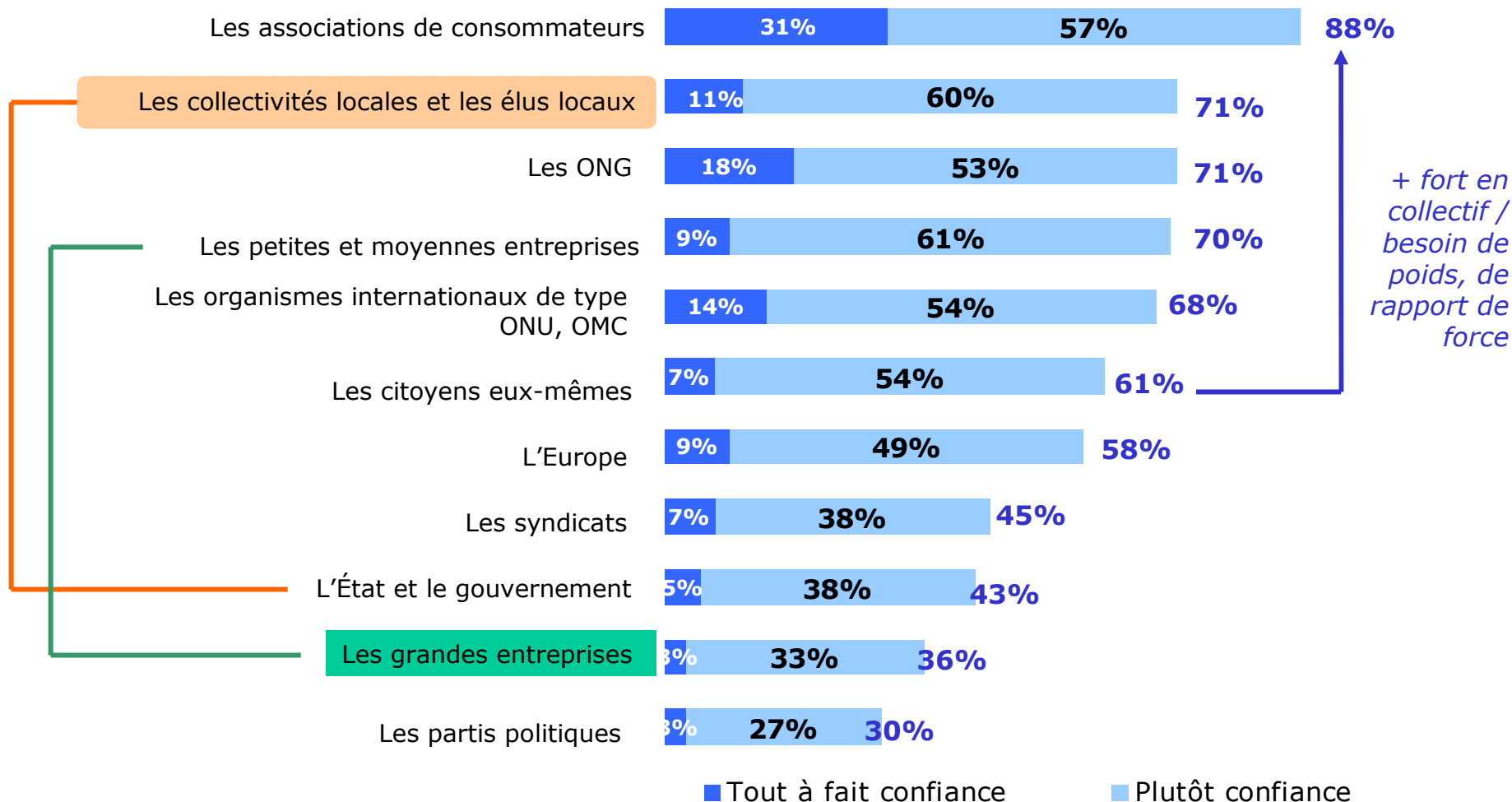
FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

Une crédibilité plus importante des acteurs de proximité en matière de Développement Durable



Question : Pour chacun des acteurs suivants, vous me direz si vous leur faites tout à fait confiance, plutôt confiance, plutôt pas confiance ou pas du tout confiance pour relever les défis du développement durable et de la protection de l'environnement ?





FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

GROUPE LA POSTE



L'écologie est éco-compatible



Question

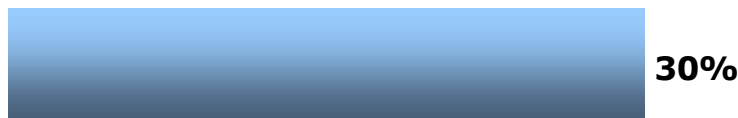
:Lorsqu'une entreprise met en place des actions en terme de développement durable et de respect de l'environnement, selon vous ... ?

Cela peut s'équilibrer, entre les coûts engendrés et les bénéfices, économies réalisés



47%

Cela peut rapporter de l'argent à l'entreprise, être source de bénéfices, d'économies



30%

C'est un coût supplémentaire pour l'entreprise



23%



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

GROUPE LA POSTE



- C -

Consommation et développement durable



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

Vers une responsabilisation des comportements de consommation

GRUPE LA POSTE

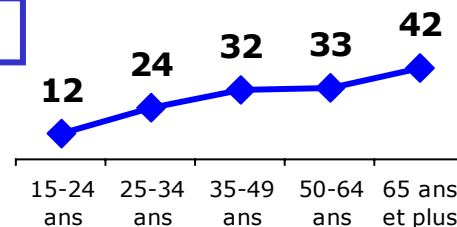


Question : Dans vos choix actuels de produits ou de services offerts par les entreprises, diriez-vous à propos de ces questions de développement durable et de respect de l'environnement que ... ?

Les Consom'actifs

C'est un critère que vous prenez déjà fortement en compte, vous y pensez très souvent

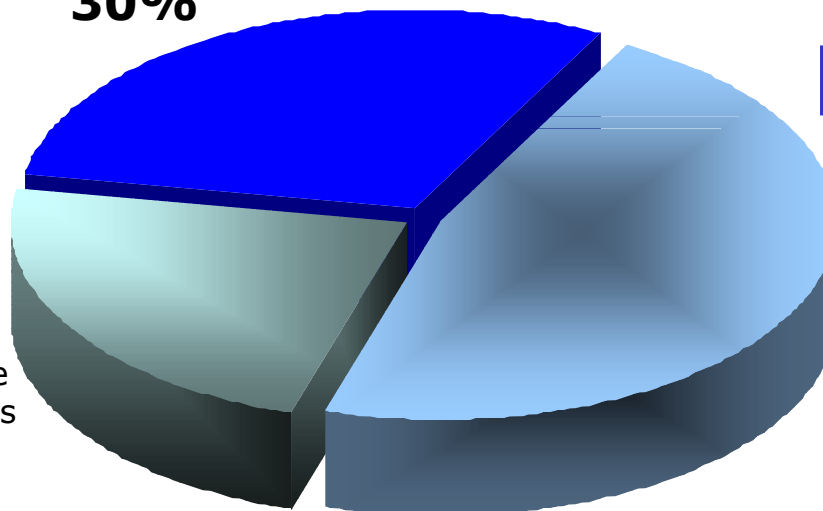
30%



Les passifs

Vous êtes sensible à l'environnement et au commerce équitable, mais franchement vous n'y pensez pas, ou peu, lorsque vous achetez des produits ou services

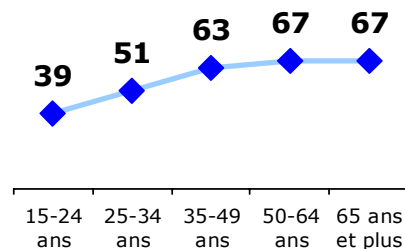
23%



Les suiveurs

Vous commencez à y réfléchir de plus en plus lorsque vous achetez

47%





FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

Pédagogie et information : des leviers important du changement

*Question : S'il existait sur les produits et services **une fiche environnementale** comme il existe une fiche nutritionnelle sur les produits alimentaires, **cela influencerait-il vos choix ?***

TOTAL Beaucoup, assez

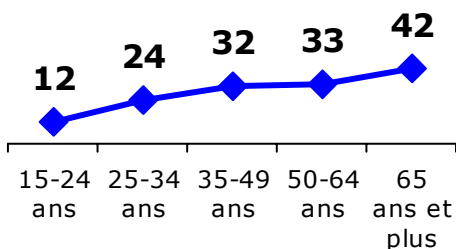
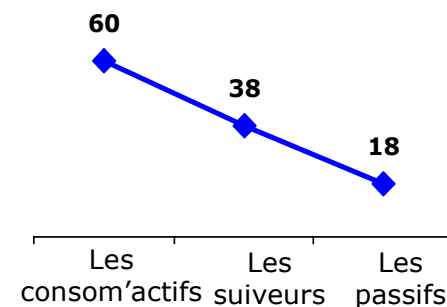
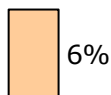
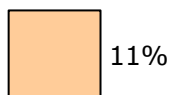
Beaucoup

Assez

TOTAL Peu, pas du tout

Peu

Pas du tout





FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

Croissance, consommation et environnement : les jeunes sensiblement plus optimistes que leurs aînés

GRUPE LA POSTE

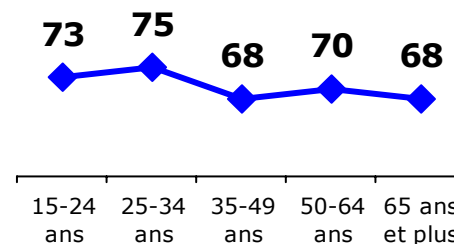


Question : Entre croissance et respect de l'environnement, de laquelle de ces deux idées êtes-vous le plus proche ?

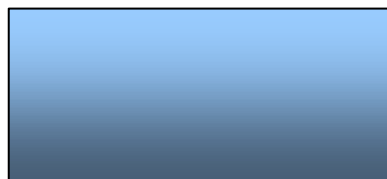
On peut continuer à se développer et à consommer en étant davantage respectueux de l'environnement



70%



Pour être davantage respectueux de l'environnement, il faut réduire la croissance et la consommation



30%



➤ 36% des consom'actifs

➤ 34% auprès de ceux qui sont très préoccupés par l'environnement



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

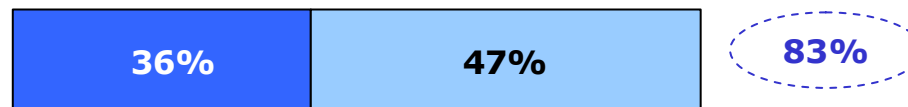
Les nouvelles technologies au service du changement

GRUPE LA POSTE

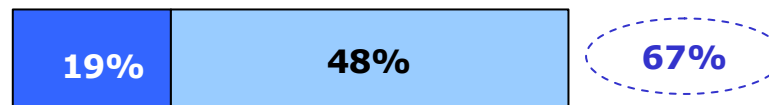


Question : Pour continuer à consommer en étant davantage respectueux de l'environnement, faites-vous confiance ... ?

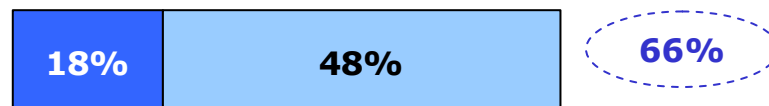
Aux nouvelles technologies qui vont permettre de produire, fabriquer, et consommer différemment



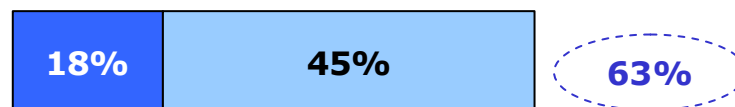
Aux entreprises qui vont changer leurs habitudes



Aux lois et règlements



Aux consommateurs qui vont changer leurs habitudes



■ Oui, tout à fait

■ Oui, plutôt



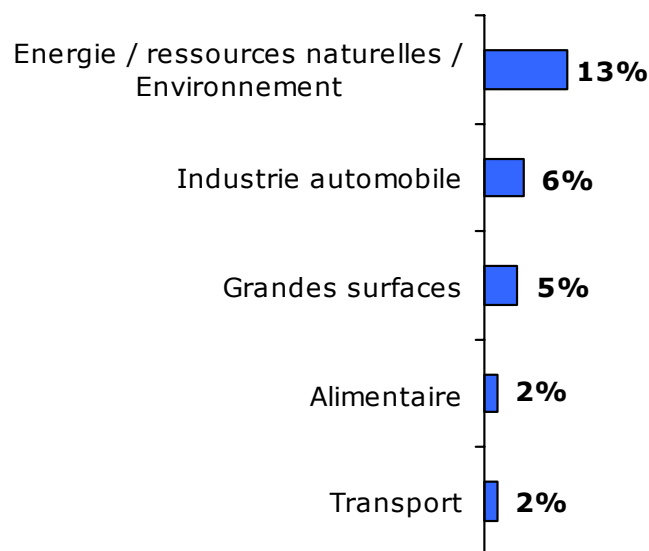
FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

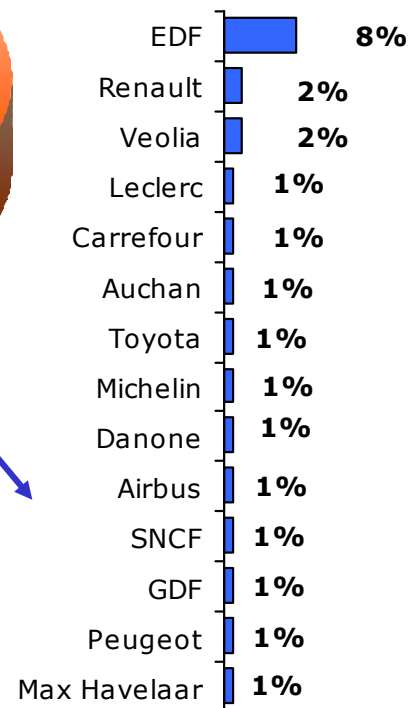
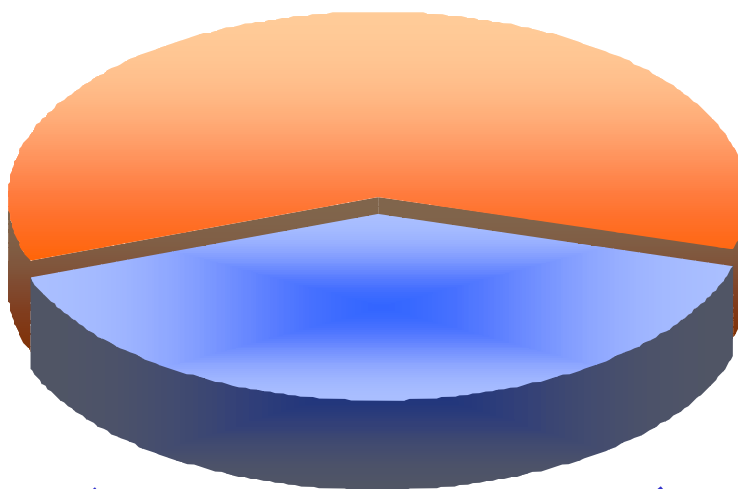
Les entreprises innovantes ou exemplaires en 2006



Question : En pensant développement durable et protection de l'environnement, quelle entreprise a été particulièrement innovante ou exemplaire en 2006 ?



Ne savent pas spontanément citer une entreprise
60%





FEDERE 2007
Innover pour durer

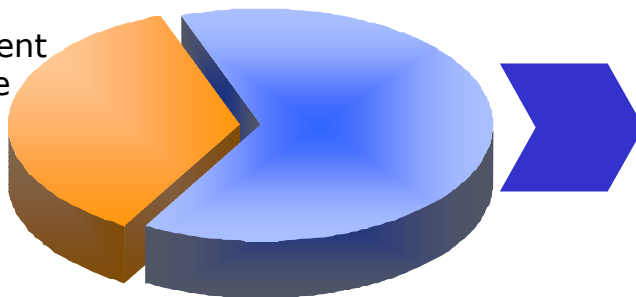
LesEchos
CONFÉRENCES

Les produits ou services innovants en 2006



Question : En pensant développement durable et protection de l'environnement, quel produit ou service a été particulièrement innovant ou exemplaire en 2006 ?

Ne savent pas spontanément citer un produit / service
36%



	Ensemble (%)
RECYCLAGE ET TRI DES DECHETS	13
– Le tri sélectif (mise en place de conteneurs, poubelles de couleurs).....	9
– Le recyclage (papier / bouteille).....	4
TRANSPORTS	12
– Les voitures électriques	1
– Les voitures au Colza	2
– Les carburants propres (bio éthanol - carburant vert - huiles biologiques)	5
– Le développement des transports en commun et du transport ferroviaire ...	1
– Les voitures (sans précisions)	1
– Les voitures hybrides	2
MESURES ET POLITIQUES EN FAVEUR DE LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT ET DU DEVELOPPEMENT DURABLE	12
– La suppression des sacs en plastique	8
– La récupération en magasin des produits électroménagers	1
– Le traitement de la qualité de l'eau, des eaux usées	1
– La sensibilisation aux économies d'énergie	1
ENERGIES	10
– Le développement des éoliennes	3
– Les nouvelles énergies (géothermie)	1
– Les nouveaux modes de chauffages (bois, panneaux solaires)	6
PRODUITS ET LABELS BIOLOGIQUES	8
– Le développement du commerce équitable	5
– Le développement des labels biologiques	1
– Le développement des produits biologiques	2
PRODUITS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT	6
– Les produits de consommation courante respectueux de l'environnement	5
– L'utilisation de matériaux de construction respectueux de l'environnement (maison.)	1
LES PROGRES DE LA RECHERCHE	2
– La recherche dans différents domaines (chimie, pharmaceutique, cosmétologie)	2
– Dans le domaine agroalimentaire	1



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

Le respect de l'environnement : quand le citoyen précède le consommateur

Question : Je vais vous citer différentes phrases, pour chacune d'elles vous me direz si elle s'applique tout à fait, assez, peu ou pas du tout à votre cas personnel ?

Vous mettez un point d'honneur à appliquer ces petits gestes utiles du quotidien : fermer l'eau du robinet, éteindre la lumière, etc.

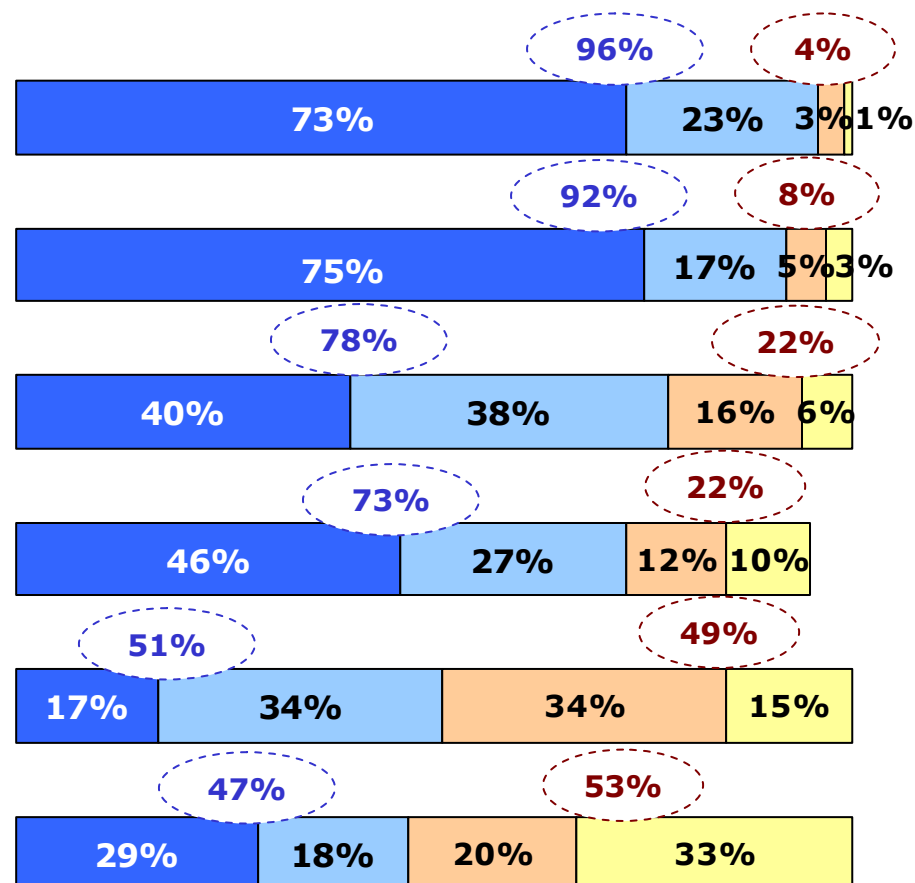
Vous pratiquez consciencieusement le recyclage de vos déchets : plastique, verre, papier

Vous parlez souvent de pollution et d'environnement avec vos proches, vos enfants, vos amis

Vous faites des efforts pour moins utiliser votre voiture dès que c'est possible

Vous achetez souvent des produits issus du commerce équitable

Vous avez déjà boycotté certains produits ou certaines marques parce que vous étiez en désaccord avec leur politique environnementale ou sociale



■ Tout à fait

■ Assez

■ Peu

■ Pas du tout



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

GRUPE LA POSTE



- D -

Écho à la campagne présidentielle



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

GRUPE LA POSTE

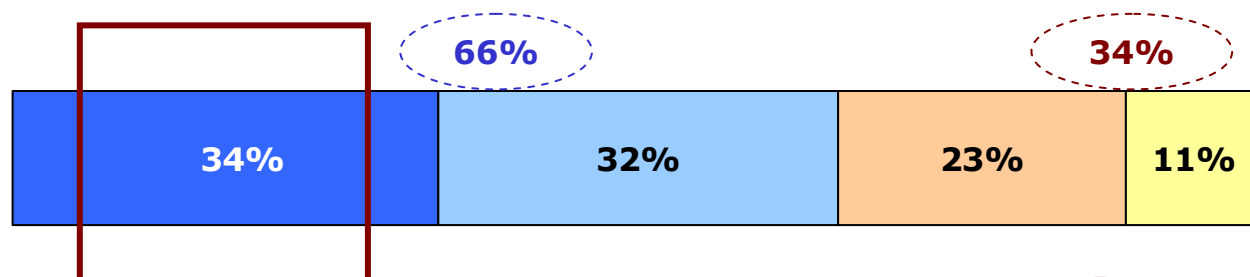


L'environnement : une bulle électorale?

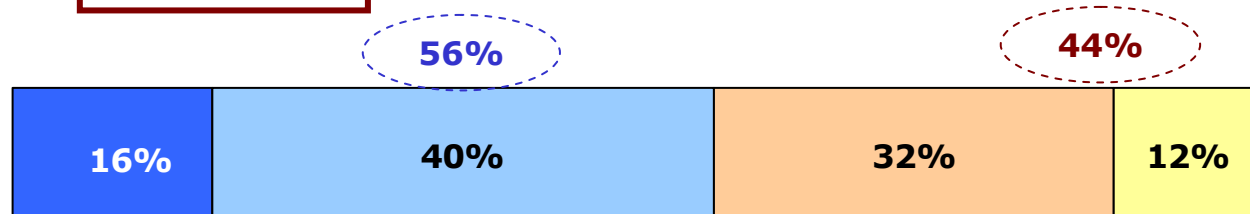


Question : Je vais vous citer différentes phrases, pour chacune d'elles vous me direz si elle s'applique tout à fait, assez, peu ou pas du tout à votre cas personnel. Pour chacune des phrases suivantes, dites-moi si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord du tout ?

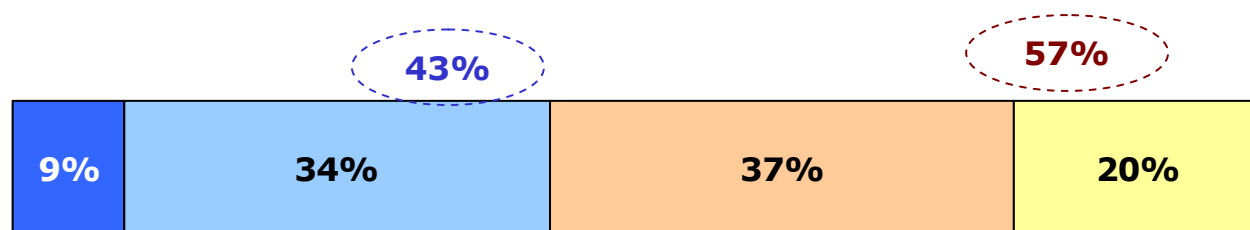
Cette thématique de l'environnement retombera aussitôt les élections passées



La problématique de l'environnement est bien prise en compte dans la campagne présidentielle



Dans l'ensemble, les candidats s'engagent plutôt sincèrement et ont vraiment pris conscience de l'enjeu



■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord



FEDERE 2007
Innover pour durer

LesEchos
CONFÉRENCES

GROUPE LA POSTE



Principaux enseignements



- *La grande majorité des Français a désormais déjà entendu parler de développement durable*
- *Cette thématique, en quelques années, s'est hissée à hauteur des grands enjeux majeurs des prochaines années*
- *Face à cet enjeu, l'opinion publique, convaincue que les entreprises ont un rôle à jouer, commence certes à entendre parler de leurs actions, mais estime que leur mobilisation est insuffisante.*
- *Dans un contexte de regard critique sur l'aptitude naturelle des entreprises à se soucier des préoccupations sociales et environnementales, ce sont essentiellement les innovations technologiques et les associations de consommateurs qui sont perçus comme les garants du changement.*
- *Le développement durable et le respect de l'environnement sont perçus comme compatibles (voire bénéfiques) avec les impératifs économiques: ce n'est pas en tant que philanthrope, mais bien en tant qu'acteur économique rationnel que l'entreprise peut communiquer sur ses engagements.*
- *Face à des consommateurs intégrant de plus en plus cette exigence environnementale dans leurs comportements, mais incapables de citer spontanément une entreprise ou un produit exemplaire, la demande semble précéder l'offre. A trop tarder, cette attente devenue exigence pourrait se transformer en insatisfaction.*