

Obs'COP 2021

OBSERVATOIRE INTERNATIONAL CLIMAT ET OPINIONS PUBLIQUES

Le baromètre de la perception du changement climatique dans 30 pays

Malgré l'augmentation des événements climatiques extrêmes, la mobilisation des citoyens pour le changement climatique ne progresse pas

Paris, le 15 décembre 2021 - En tant qu'acteur majeur du secteur énergétique au niveau mondial et engagé pour la neutralité carbone d'ici 2050, EDF présente les résultats d'une étude d'opinion d'ampleur inédite menée pour la 3^{ème} année consécutive par Ipsos dans 30 pays¹ sur les cinq continents, comptant les deux tiers de la population mondiale et parmi lesquels figurent les plus importants émetteurs de CO₂. EDF réalise ainsi chaque année un état des lieux international des opinions, connaissances, attentes et niveaux d'engagement face au changement climatique pour nourrir la réflexion et participer à la recherche constructive de solutions pour l'avenir.

>> Les résultats sont en libre accès sur www.edf.fr/observatoire <<

1. Malgré la multiplication des événements climatiques en 2021, le climato-scepticisme progresse plutôt

- Alors que l'on imaginait la population mondiale de plus en plus convaincue de l'existence d'un changement climatique d'origine humaine – et 66% en sont effectivement persuadés, on assiste plutôt à **une progression du climato-scepticisme** : 31% en 2019, 32% en 2020 et 34% en 2021².
- Pourtant, 77% des habitants de la planète ont le sentiment de **déjà voir les effets du changement climatique dans leur région**, notamment dans les pays du Sud, la canicule étant le phénomène le plus souvent constaté (avec le dérèglement des saisons en Europe).
- La question climatique reste dans les priorités des craintes environnementales, et **plus des deux-tiers de la population mondiale est inquiète** (72%), toutes générations confondues. On mesure même 30% de personnes en colère et 26% de démoralisées.

¹ La méthodologie : sélection des pays sur la base de leurs émissions en CO₂ en tonnes par an, selon leur localisation géographique, leur valeur d'exemplarité dans la lutte contre le réchauffement climatique et leur modèle économique-social : Afrique du sud, Allemagne, Arabie saoudite, Australie, Belgique, Brésil, Canada, Chili, Chine, Colombie, Corée du Sud, Egypte, Emirats Arabes Unis, Espagne, Etats-Unis, France, Inde, Indonésie, *Italie, Japon*, Maroc, Mexique, Nigéria, Norvège, Pologne, Royaume-Uni, Russie, Singapour, Suède, Turquie. Echantillons représentatifs de la population entre 500 et 1000 personnes par pays ; méthode des quotas. Terrain réalisé par Internet entre le 30/08 et le 21/09/21.

² Rappelons que les climato-sceptiques tel que nous les définissons dans l'enquête sont ceux qui refusent la réalité même du changement climatique (9%) et ceux qui, sans nier cette réalité, considèrent qu'elle n'est pas d'origine humaine (25%), soit 34% de la population interrogée.

- Toutefois, l'enquête fait apparaître d'autres résultats qui **atténuent cette prise de conscience** :
 - Le climat partage l'urgence écologique avec **d'autres périls environnementaux** (la question des déchets pour 46%, la pollution de l'air pour 40%).
 - Dans certains pays, parmi les plus peuplés, une partie importante de la population pense que **le changement climatique n'aura pas que des conséquences négatives** (53% en Chine, 45% en Inde 48% au Nigéria).
 - Une partie des climato-sceptiques (32%) n'a pas le sentiment de voir les effets du changement climatique dans sa région, contre seulement 11% chez les convaincus.

2. Les questions du pouvoir d'achat et de la pauvreté redeviennent centrales, un virage environnemental de l'économie reste souhaitable

- La tonalité des préoccupations actuelles est économique et sociale. La question du **coût de la vie** se hisse cette année à la première place des préoccupations dans les 30 pays interrogés (52%, +5 points), **à égalité avec le Covid**, qui régresse de 7 points³. La pauvreté arrive en 3^{ème} position (47%, +2 points) et le système de santé en 4^{ème} (43%).
- **L'environnement n'est pas déclassé** : en 5^{ème} position à 41%, il ne rivalise pas avec ces inquiétudes plus proches de la vie quotidienne, mais il dépasse le chômage ou la délinquance.
- Une courte majorité de 50% à l'échelle globale se dit favorable à un choix de société qui donnerait **la priorité à l'environnement sur la croissance et l'emploi**, tandis que 35% feraient le choix inverse et 15% ne se prononcent pas.
- Le choix de l'environnement est plutôt celui des catégories favorisées et éduquées. Contrairement aux idées reçues, **les jeunes ne sont pas plus pro-environnement ou en faveur de la décroissance que leurs aînés** à l'échelle mondiale, même si les moins de 25 ans le sont un peu plus en Europe.
- Une des raisons qui explique le relatif soutien à la priorité environnementale, est le sentiment que **l'environnement n'est pas destructeur d'emploi** : seuls 23% le redoutent. En Europe, les opinions sont plus partagées : 47% des Norvégiens, 35% des Allemands et 33% des Suédois expriment cette crainte.

3. Des actions en faveur du climat encore peu efficaces et des modes de vie difficiles à faire évoluer

- L'idée que seul **un changement de mode de vie** permettra de lutter contre le changement climatique ne fait pas consensus : elle est partagée par un habitant de la planète sur deux (51%) et elle a plutôt reculé depuis deux ans (-2 points depuis 2019).
- Pour 69% de la population mondiale, les leviers de résolution des problématiques climatiques restent avant tout l'affaire des gouvernements. Les consommateurs **ont le sentiment d'agir déjà à leur échelle (50%) et seulement 45% estiment que c'est à eux d'agir**.
- Globalement, les citoyens pratiquent déjà quelques gestes au quotidien : 40% en font quatre ou plus de façon systématique, 67% deux ou plus. Mais il s'avère que les gestes les plus pratiqués – tri des déchets, respect de la saisonnalité des fruits et légumes, réduction des emballages – ne sont pas ceux qui seraient les plus efficaces pour lutter contre le changement climatique.
- Un manque d'information en est probablement la cause. Si le public identifie bien (à plus de 80%) les émissions de CO₂ dues à l'industrie, aux centrales électriques à énergie fossile, aux transports et à la déforestation, il est moins convaincu par l'impact du chauffage et de la climatisation (65%, dont 21% « beaucoup »). Quant au rôle de l'agriculture et du numérique, il apparaît comme secondaire (respectivement 45% et 42%).

³ L'enquête a été réalisée essentiellement en septembre, avant le début de la 5ème vague de Covid.

- À l'échelle mondiale, les mesures ciblant la voiture sont celles qui recueillent **l'acceptabilité la plus faible**, notamment en Europe. Par exemple, 46% des Européens estiment que l'interdiction de la vente des voitures neuves à essence ou diesel d'ici 15 ans est acceptable, contre 58% à l'échelle mondiale.
- De la même façon, **les mesures qui ont un impact financier sont moins bien acceptées** : la taxe carbone (52%), mais aussi la taxation des billets d'avion (48%).
- **Trois mesures** sont en revanche acceptées par les deux tiers des interviewés :
 - le malus écologique qui frappe les voitures polluantes (63%) ;
 - l'interdiction des vols de courte distance quand le train est une alternative (65%) ;
 - l'obligation faite aux propriétaires d'isoler leur logement (61%).

4. Production d'électricité : tout faire pour remplacer les énergies fossiles

- Partout dans le monde, **l'accueil réservé aux énergies renouvelables pour produire l'électricité est très consensuel** (entre 70% et 90% selon les technologies). À l'autre extrémité du spectre, **le charbon** n'est accepté que par 25% de la population mondiale.
- **Le nucléaire et le gaz sont dans une situation intermédiaire** : des majorités courtes (respectivement 51% et 49%) désapprouvent leur usage, mais 39% des interviewés approuvent le recours à chacune de ces énergies.
- Lorsqu'il s'agit de la nécessité de construire des centrales au gaz ou nucléaires « **pour réduire les émissions de gaz à effet de serre** », les opinions deviennent positives à plus de 60%.

Pour Alexandre Perra, Directeur Exécutif en charge de l'Innovation, la Responsabilité d'entreprise et la Stratégie d'EDF : « Cette étude d'ampleur inédite menée par Ipsos montre comment la perception autour du changement climatique évolue. Elle montre aussi combien l'enjeu, au cœur de la raison d'être d'EDF, de concilier préservation de la planète, développement économique et bien-être individuel, fait débat dans nos sociétés avec des visions parfois différentes d'une géographie à l'autre. Si la plupart des personnes interrogées disent savoir comment lutter contre le changement climatique, les gestes à mettre en place au quotidien pour lutter efficacement contre les émissions de CO₂ ne sont pas toujours bien identifiés. C'est pourquoi EDF sensibilise ses salariés et ses clients avec des outils numériques et des actions d'intelligence collective, comme la Fresque du Climat, pour mesurer son impact carbone et adopter les bons gestes. Au côté du rôle central des entreprises, la mobilisation citoyenne est un élément essentiel dans la lutte contre le changement climatique qui nous permettra de réussir une transition énergétique juste et inclusive. »

Selon Brice Teinturier, Directeur Général délégué Ipsos France : « Pour la 3^{ème} année consécutive, l'Observatoire reste un formidable outil de compréhension et d'action dans la lutte contre le changement climatique. Il révèle cette année quelques surprises : d'abord, et malgré la progression des événements climatiques extrêmes, la part de climatosceptiques augmente au niveau mondial, ce qui montre qu'il n'existe pas de lien systématique entre la survenue de ces événements et la prise de conscience de l'origine humaine du changement climatique ou de sa réalité même. Ensuite, et contrairement aux idées reçues, les jeunes de moins de 25 ans n'accordent pas plus la priorité à l'environnement que leurs aînés à l'échelle mondiale et il serait abusif de les décrire comme une génération plus en colère ».

A propos d'IPSOS

Leader des études en France et expert du comportement des consommateurs, des citoyens et des salariés, Ipsos intervient dans tous les secteurs d'activités. Nos experts accompagnent annonceurs, décideurs et institutions dans leurs stratégies marketing, leurs problématiques RH, leur positionnement de communication et leurs enjeux d'opinion depuis 1975.

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société. Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation. Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques. Nous sommes Game Changers.

A propos d'EDF

Acteur majeur de la transition énergétique, le groupe EDF est un énergéticien intégré, présent sur l'ensemble des métiers : la production, le transport, la distribution, le négoce, la vente d'énergie et les services énergétiques. Leader des énergies bas carbone dans le monde, le Groupe a développé un mix de production diversifié basé principalement sur l'énergie nucléaire et renouvelable (y compris l'hydraulique) et investit dans de nouvelles technologies pour accompagner la transition énergétique. La raison d'être d'EDF est de construire un avenir énergétique neutre en CO2 conciliant préservation de la planète, bien-être et développement, grâce à l'électricité et à des solutions et services innovants. Le Groupe participe à la fourniture d'énergie et de services à environ 37,9 millions de clients ⁽¹⁾, dont 28,7 millions en France ⁽²⁾. Il a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires consolidé de 69,0 milliards d'euros. EDF est une entreprise cotée à la Bourse de Paris.

(1) Les clients sont décomptés depuis 2018 par site de livraison ; un client peut avoir deux points de livraison : un pour l'électricité et un autre pour le gaz.

(2) Y compris ÉS (Électricité de Strasbourg).

Contacts presse IPSOS

- Julien Caietti / julien.caietti@ipsos.com / 07 60 76 30 73

Contact presse EDF

- Iuliana Andronachi / iuliana.andronachi@edf.fr / 07 61 71 04 77