

# MODES DE VIE SOUTENABLES

## DES ACTES À LA HAUTEUR ?

Face au défi climatique,  
perceptions et limites  
des comportements



# FÉVRIER 2021  
Métropole de Lyon

■ Coordination

Direction de la prospective et du dialogue public  
Nicolas Leprêtre

■ Enquête, analyse, rédaction

Aurélien Boutaud (ABoCo) et Boris Chabanel (Utopies),  
membres du réseau de veille de la DPDP

■ Réalisation

Nathalie Joly (DPDP)

Illustration de couverture d'après ©the Noun Project

# SOMMAIRE

<b>Introduction et résumé du rapport .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Les Français sont de plus en plus préoccupés par le climat.....</b>	<b>7</b>
Le climat devient un sujet de préoccupation majeur .....	7
La majorité comprend que tout doit changer, notamment nos modes de vie .	9
<b>2. Mais les comportements peinent à réellement changer .....</b>	<b>13</b>
Les changements de comportement ne sont pas au rendez-vous .....	13
Les efforts que les Français sont prêts à consentir ne sont pas à la hauteur (voire pas pertinents) .....	14
Même les plus sensibles au changement climatique ne font pas forcément mieux que les autres .....	14
<b>3. Le défaut d'information explique pour partie le manque de passage à l'acte .....</b>	<b>17</b>
Les citoyens sous-estiment la hauteur de la marche à gravir pour que leur mode de vie soit soutenable .....	17
Les causes du changement climatique et les gestes pertinents à adopter sont mal connus .....	18
Les messages véhiculés ne sont pas toujours adaptés.....	19
<b>4. Le défaut d'information n'explique pas tout.....</b>	<b>21</b>
Au-delà du défaut d'information, les raisons de ne pas (suffisamment) agir sont nombreuses.....	21
« M'engager, d'accord... mais seulement si les autres le font aussi ! »	
Et si la clé consistait à organiser la dimension collective du changement ? ..	22
<b>Conclusion et préconisations .....</b>	<b>27</b>
Références .....	28



# INTRODUCTION

Définir ce qu'est un mode de vie écologique ou soutenable est loin d'être aisé (Boutaud & Chabanel, 2020). En matière de changement climatique, par exemple, on estime que l'empreinte carbone soutenable d'un citoyen se situerait entre 1 et 2 tonnes de CO<sub>2</sub>e par an, alors qu'un Français émet aujourd'hui en moyenne de 10 à 12 tonnes par an à travers sa consommation. Quelle est la proportion de Français qui connaissent ces chiffres ? Et parmi eux, combien sont-ils capables d'identifier précisément les gestes de leur quotidien qui ont le poids le plus important sur le climat ? Enfin, même si elle est sans doute nécessaire, cette connaissance est-elle une condition suffisante pour enclencher des changements de comportements ? Quels autres facteurs interviennent dans la décision d'adopter un mode de vie plus soutenable ? Voilà quelques-unes des questions que ce rapport tente d'explorer, à travers l'analyse des résultats de quelques études et enquêtes menées auprès des Français au cours des dernières années.

## À RETENIR

Le premier chapitre étudie les attitudes des Français (et dans une moindre mesure celle des Européens) vis-à-vis de l'environnement. Il montre que ce dernier est en train de devenir un objet d'intérêt majeur, capable de se hisser à la hauteur d'un sujet comme l'emploi, traditionnellement en tête des préoccupations. Le changement climatique inquiète particulièrement les citoyens, qui semblent à présent prendre la mesure de l'ampleur du changement de société qu'implique la transition écologique et énergétique. Dans ce contexte, il n'est pas surprenant de constater que **la majorité de la population se déclare aujourd'hui prête à agir en faveur de l'environnement et du climat.**

Le second chapitre montre toutefois que **ce passage à l'acte n'est pas encore opéré.** L'empreinte carbone des Français ne baisse pas significativement, et les gestes qu'ils déclarent faire en faveur de l'environnement n'ont pas non plus beaucoup évolué. Les modifications qu'ils se disent prêts à faire sont loin d'être à la hauteur et, malgré leurs bonnes intentions, **les plus sensibilisés ne font pas vraiment mieux que les autres** : plus diplômés, ils sont également souvent plus dépensiers, si bien que leurs gestes positifs ne suffisent pas à compenser leur surplus d'empreinte carbone.

Le troisième chapitre essaie de comprendre jusqu'à quel point les lacunes en termes d'information et de compréhension jouent un rôle dans ce décalage entre intentions et actions. Il apparaît que **les citoyens sous-estiment considérablement l'ampleur de l'effort à produire** en matière de réduction de leur empreinte carbone. **Ils éprouvent également de grandes difficultés à identifier les gestes qui ont le plus de poids sur le climat.** Leurs compétences en matière d'empreinte carbone sont donc clairement lacunaires. Malheureusement, **ces lacunes sont entretenues par une information largement défailante** : absence quasi systématique d'information sur les émissions des produits et services commercialisés, campagnes de sensibilisation encore trop souvent inappropriées, etc.

Le quatrième chapitre rappelle toutefois que la (mauvaise) qualité de l'information n'explique pas tout. Même en situation de connaissance éclairée, les citoyens sensibilisés à la question sont réticents à prendre les décisions les plus efficaces, qui s'avèrent également celles qui supposent les changements de mode de vie les plus importants. **Deux facteurs d'acceptabilité des changements sont particulièrement mis en avant par les citoyens : la réciprocité** (le fait que tout le monde s'engage et pas seulement une minorité) **et la mise en œuvre de règles communes** (des réglementations ou des politiques permettant de coordonner les efforts et de les rendre intelligibles). ■



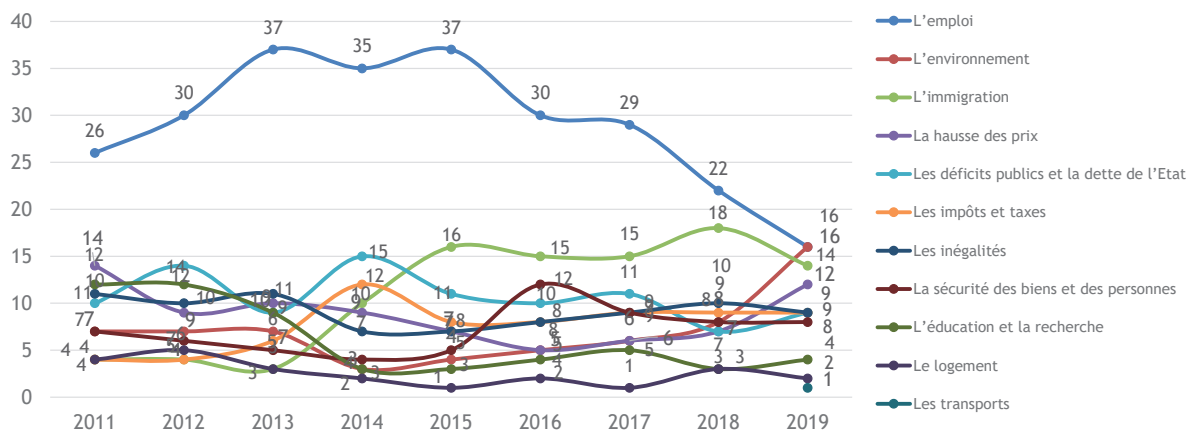
# 1 — Les Français sont de plus en plus préoccupés par le climat

## Le climat devient un sujet de préoccupation majeur

### L'environnement est un sujet important pour presque tous les européens, et il devient même prioritaire pour les Français

Les enquêtes menées de manière récurrente à l'échelle européenne montrent que la protection de l'environnement est une question aujourd'hui largement consensuelle. Ainsi, 94 % des citoyens de l'Union européenne estiment que la protection de l'environnement est importante à leurs yeux. Mais ces chiffres ont en réalité peu évolué au cours des quinze dernières années, et le fait que le sujet soit jugé important ne signifie pas pour autant qu'il soit prioritaire. Comparativement à d'autres enjeux comme l'emploi, la sécurité ou encore l'immigration, l'environnement est, dans la plupart des pays, une préoccupation encore secondaire (Kantar, 2020).

Il n'est toutefois pas exclu que les choses soient en train de changer dans certains pays. En France, une enquête menée chaque année par l'ADEME a révélé pour la première fois en 2019 que l'environnement était devenu la seconde préoccupation des Français, juste après l'emploi. Plus précisément, lorsqu'on leur demande parmi une liste de onze enjeux de société quels sont les trois plus importants à leurs yeux, 36 % des Français citent l'environnement et 43 % l'emploi. Chose surprenante, l'environnement arrive à égalité avec l'emploi parmi les sujets cités en premier par les Français : 16 % répondent que leur préoccupation première est l'environnement, en très forte hausse depuis 2014. Dans le même temps, l'emploi a connu une nette baisse, au point que 16 % des Français citent cet enjeu en premier en 2019. Cette même année, l'environnement arrivait même en tête des préoccupations citées en premier par les plus jeunes (ADEME, 2019).



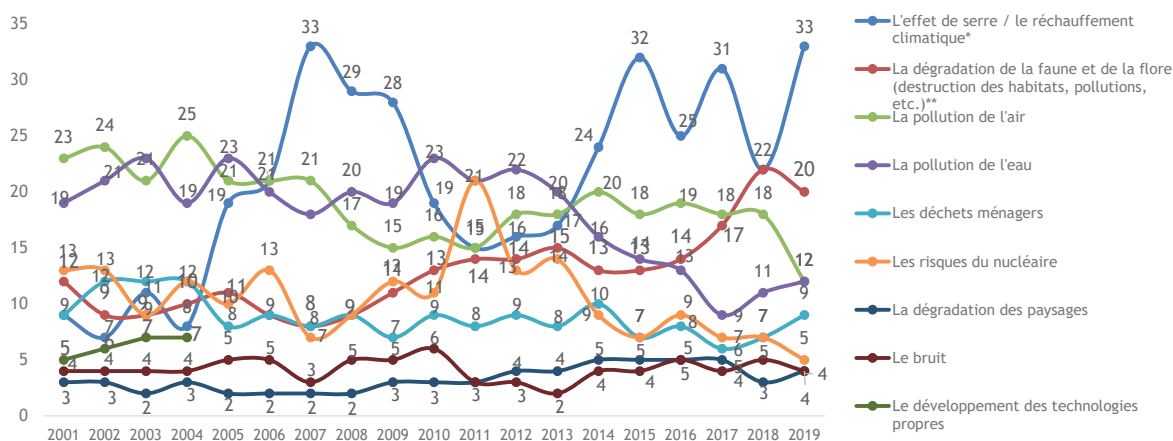
### Évolution des préoccupations des Français de 2011 à 2019

Commentaire : en 2019, à la question « Dans cette liste, quelle est la question qui vous paraît la plus importante aujourd'hui pour la France ? » 16 % des Français interrogés répondaient « L'environnement » (ADEME, 2019)

### Le climat est le sujet environnemental qui préoccupe le plus les citoyens Français

Cet intérêt grandissant pour les questions environnementales est largement tiré par le changement climatique qui apparaît à l'échelle européenne comme le sujet environnemental le plus préoccupant pour les citoyens, parmi dix enjeux cités (Kantar, 2020). En France, les enquêtes européennes montrent que le climat et la pollution atmosphérique étaient au coude à coude jusqu'à présent, mais les enquêtes nationales semblent montrer une montée en puissance de la question climatique, qui serait redevenue dans notre pays la question environnementale

prioritaire – après une régression au début des années 2010, correspondant à la période de la crise économique des subprimes et de l'accident de Fukushima. Parmi neuf enjeux environnementaux cités, le climat arrive largement en tête en 2019 avec 51 % de personnes qui citent le climat parmi les deux enjeux environnementaux qui les préoccupent le plus, suivi de la dégradation de la faune et de la flore, puis de la pollution atmosphérique (en nette baisse). Les Français sont même 33 % à considérer le climat comme l'enjeu environnemental le plus important (ADEME, 2019).



### Évolution des préoccupations environnementales des Français de 2001 à 2019

Commentaire : en 2019, à la question « Je vais vous citer un certain nombre de problèmes d'environnement. Quels sont les deux qui vous semblent les plus préoccupants ? » 33 % des Français interrogés répondaient en premier « L'effet de serre » (ADEME, 2019)

La France n'est pas la seule à connaître cette tendance. Le climat semble s'imposer peu à peu comme un sujet central : 91 % des Européens considèrent que le changement climatique est un problème sérieux et 76 % pensent qu'il s'agit même d'un problème très sérieux pour leur pays. Ce pourcentage est plus élevé dans les pays *a priori* davantage exposés aux effets du changement climatique, comme l'Espagne (Kantar 2020).

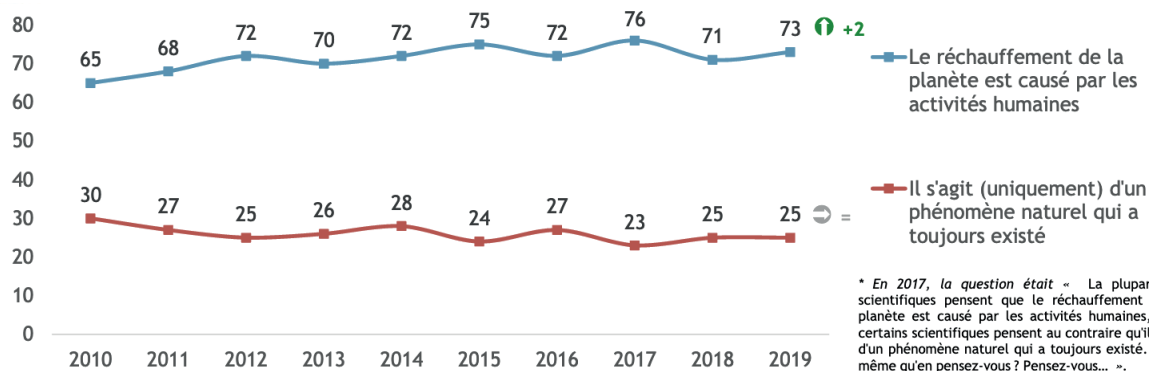
En dehors de la France, le changement climatique apparaît comme l'enjeu global le plus important aux yeux de nombreux citoyens : devant même l'immigration, le terrorisme ou encore l'économie. C'est ce que montre un sondage mené en 2019 dans huit pays (USA, Brésil, France, Canada, Grande-Bretagne, Pologne, Italie et Allemagne). Plus de trois quarts des personnes interrogées dans cette enquête se disaient également tout à fait ou partiellement d'accord avec l'idée selon laquelle « le monde fait face à une urgence climatique et que le changement climatique deviendra bientôt extrêmement dangereux sans une forte réduction des émissions » (cité par Taylor, 2019).

### Le scepticisme climatique recule et la responsabilité humaine du changement climatique est majoritairement reconnue

Enfin, on notera que le nombre de Français refusant de croire au changement climatique est aujourd'hui marginal et ne représente qu'à peine 1 % de la population. Ceux qui pensent que les activités humaines ne sont pas responsables du changement climatique sont toutefois plus nombreux et représentent environ 8 % de la population. Additionnés, cela représente donc environ 9% de la population que l'on peut qualifier de « climato-sceptiques » - soit parce qu'ils ne croient pas au réchauffement, soit parce qu'ils ne pensent pas que son origine soit en lien avec l'activité humaine. Cela ne signifie pas pour autant que le scepticisme est marginal, puisqu'il existe encore une part importante de Français pour qui les choses ne sont pas tout à fait claires : il existe un « ventre mou » d'environ 36 % de personnes qui pensent que les causes du réchauffement sont à peu près autant humaines que naturelles. Au final, en 2017, il n'y a donc qu'une petite majorité (55 %) de Français qui, à l'instar de la communauté scientifique, pense que le changement climatique est majoritairement lié à l'activité humaine (EPCC, 2017).



L'enquête menée par l'ADEME depuis plusieurs années pose la question de manière plus tranchée, ce qui oblige le « ventre mou » des Français qui hésitent entre facteurs naturels et humains à choisir un camp. On obtient alors une image un peu différente, puisque 73 % des Français pensent alors que le réchauffement de la planète est causé par les activités humaines, et 25 % qu'il s'agit d'un phénomène naturel qui a toujours existé. La part de Français qui refusent de croire à la prégnance de l'activité humaine dans le réchauffement reste donc assez importante, même si elle a régressé depuis une dizaine d'années (ADEME, 2019). Une autre enquête menée en 2019 fournit des résultats comparables (Douenne et Fabre, 2017).



### Évolution de l'idée selon laquelle le réchauffement est lié à l'activité humaine de 2010 à 2019

Commentaire : en 2019, à la question « La plupart des scientifiques affirment que le réchauffement de la planète est causé par les activités humaines, mais certains scientifiques affirment au contraire qu'il s'agit (uniquement) d'un phénomène naturel qui a toujours existé. Vous-même, qu'en pensez-vous ? » 73 % des Français interrogés répondaient en premier « Le réchauffement de la planète est causé par les activités humaines » (ADEME, 2019)

## La majorité comprend que tout doit changer, notamment nos modes de vie

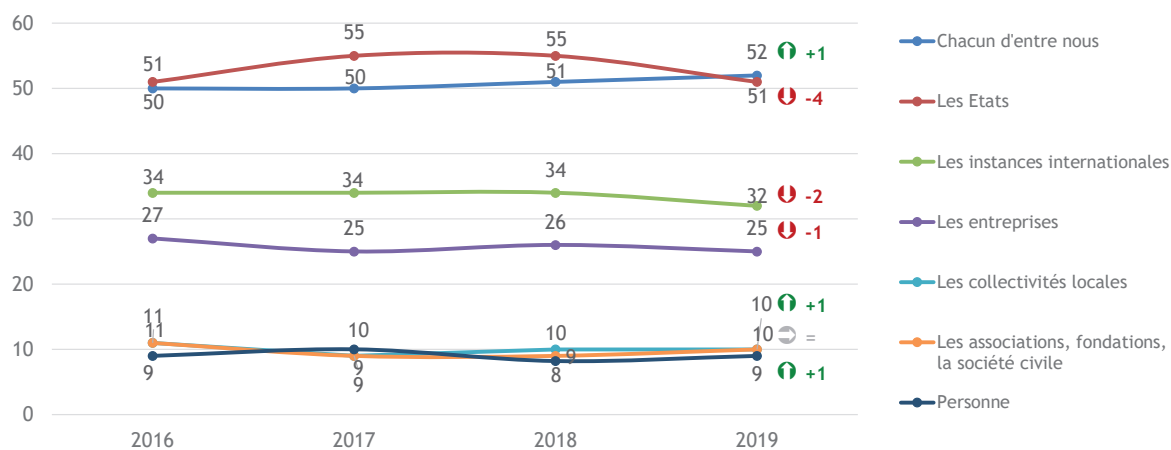
### Les citoyens pensent que les changements à opérer devront être profonds

De plus en plus conscients que le changement climatique est un enjeu majeur, les citoyens européens et français semblent également réaliser qu'il est à présent temps d'agir. En France, par exemple, 85 % de la population se dit « tout à fait » (55 %) ou « partiellement » (30 %) d'accord avec l'idée que « le monde fait face à une urgence climatique et que le changement climatique deviendra bientôt extrêmement dangereux sans une forte réduction des émissions » (Taylor, 2019).

L'idée que les changements à opérer devront être profonds fait son chemin. 86 % des Français aimeraient vivre demain dans une société où la consommation prend moins de place, et 27 % pensent qu'il faut complètement revoir notre modèle économique et sortir du mythe de la croissance infinie (GreenFlex & ADEME, 2019). Lorsqu'on leur propose une quinzaine de moyens pour lutter contre les problèmes environnementaux, les citoyens européens interrogés en 2020 considèrent que les leviers les plus efficaces consistent en premier lieu à « modifier nos modes de consommation » et à « modifier nos modes de production et de commercialisation ». Ces deux leviers sont classés parmi les trois moyens les plus efficaces par respectivement 33 et 31 % des Européens. Les Français sont encore plus nombreux (44 %) à citer le changement de mode de consommation. Autrement dit, « consommer moins » et « produire mieux » apparaissent pour les citoyens européens comme les principaux leviers de changement. Les solutions technologiques arrivent en troisième position, mais assez loin derrière, ce qui tendrait à prouver là encore que la majorité des Européens ne pense pas que les progrès techniques suffiront, et qu'il faudra par conséquent revoir notre modèle économique (Kantar, 2020).

## C'est aux citoyens d'agir... mais pas seulement !

Dans la même enquête, 67 % des Européens (68% des Français) interrogés pensent que les citoyens n'en font pas assez, ce qui semble assez conforme avec l'idée que le changement de modes de vie et de consommation est un levier important à leurs yeux : chacun peut agir à son échelle (Kantar, 2020). Dans son enquête annuelle, l'ADEME relève le même genre de tendance : lorsqu'on leur demande quels sont les acteurs les plus importants du changement, les citoyens Français répondent en premier « chacun d'entre nous ». La majorité (52 %) des Français pense qu'il faudra modifier de façon importante nos modes de vie pour empêcher/limiter le changement climatique. Pour autant, l'État est également largement plébiscité : quand on leur demande de citer les deux acteurs les plus efficaces pour lutter contre le changement climatique, 52 % des Français citent « chacun d'entre nous » et 51 % citent « les États » (Ademe, 2019).



### Évolution de l'importance que les citoyens accordent à différents acteurs pour résoudre le changement climatique, de 2016 à 2019

Commentaire : en 2019, à la question « À votre avis qui serait le plus efficace pour résoudre le réchauffement climatique ? » 52 % des Français interrogés répondaient en premier « Chacun d'entre nous » (deux réponses possibles) (ADEME, 2019)

Cette conscience de l'importance de l'engagement de chacun ne signifie donc pas pour autant que les entreprises et les États n'ont pas un rôle fondamental à jouer dans l'esprit des citoyens européens et français. D'ailleurs, s'ils sont conscients de devoir faire plus, les citoyens européens sont également de plus en plus nombreux à faire porter la faute au « collectif » et à attendre davantage de la part des acteurs qui le représente : 80 % des Européens (89 % des Français) pensent que les grandes firmes n'en font pas assez, et 72 % disent que leur gouvernement n'en fait pas assez pour l'environnement (Kantar, 2020). De manière encore plus explicite, une enquête menée en 2017 montre que 4 Français sur 5 sont persuadés de devoir changer leur consommation, mais ils attendent des acteurs publics et de l'État de monter la voie et d'agir en premier (Roland, Tarayoun, 2017).

### La majorité des gens se disent prêts à s'engager

Enfin, on notera pour conclure ce premier chapitre que cette prise de conscience de l'ampleur des enjeux et de la responsabilité de chacun a une conséquence concrète sur la majorité des Européens : les trois quarts d'entre eux se disent prêts à agir (Pirani et Secondi, 2011, repris par Ginsburger et Petev, 2018). En France également, les enquêtes montrent que les ménages sont de plus en plus convaincus de l'intérêt d'agir individuellement, et 57 % des ménages se disent par exemple prêts à agir pour l'environnement même si cela coûte davantage (Martin et Poutard, 2018).

## Zoom sur...

### **Le contexte et les caractéristiques socio-démographiques qui influent les perceptions de l'environnement et du climat**

La population européenne est loin d'être homogène et on constate des différences parfois notables entre nations dans la perception des problématiques environnementales. Par exemple, les Norvégiens sont bien moins nombreux à croire en la responsabilité humaine du changement climatique que les Français ou les Allemands. Les Norvégiens croient également davantage en la capacité de la technologie à résoudre les problèmes (EPCC, 2017). On constate parfois également des écarts importants au sein d'un même pays, en fonction cette fois-ci des caractéristiques sociodémographiques ou politiques.

En France, par exemple, les femmes, les jeunes de 15 à 24 ans, les diplômés et les CSP+ sont en moyenne plus enclins à considérer l'environnement et le climat comme des objets de préoccupation importante. Les hommes, les personnes âgées ou encore les CSP- sont en général plus sceptiques quant à l'origine humaine du changement climatique et mettent davantage en doute la parole scientifique.

L'appartenance politique joue également un rôle important : la sympathie portée aux mouvements écologistes accroît considérablement l'adhésion au constat scientifique et à la nécessité de changer radicalement les comportements (ADEME, 2019). Aux États-Unis, on sait par ailleurs depuis longtemps que le clivage entre Républicains et Démocrates est particulièrement marqué sur la question du climat (Kennedy B., Johnson C., 2020).

Le sentiment d'avoir été confronté personnellement aux désordres climatiques est également un facteur qui influe la perception qu'on a du changement climatique (ADEME, 2019) et l'exposition de ces sujets dans les médias influe également nettement les opinions.



## 2 — Malgré une préoccupation croissante, les comportements peinent à réellement changer

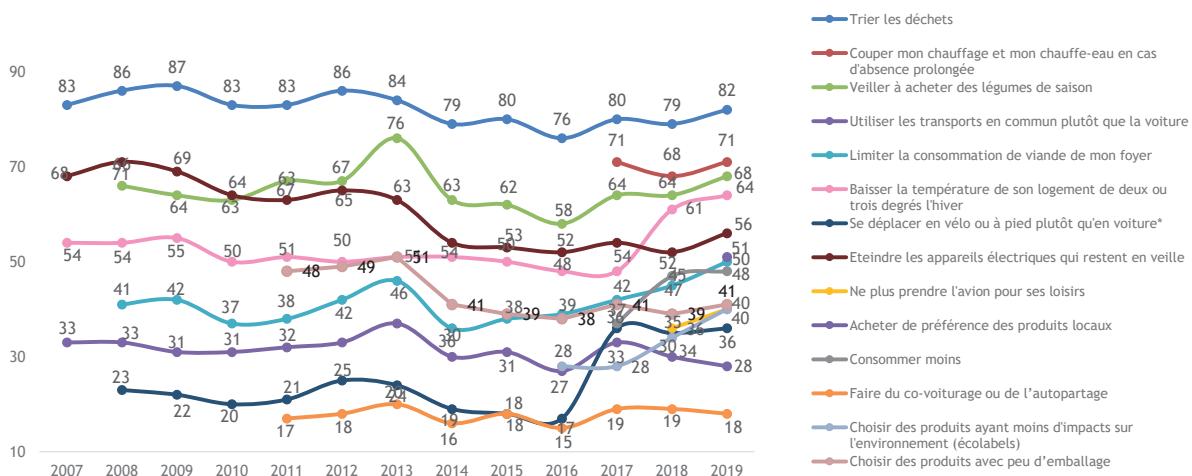
### Les changements de comportement ne sont pas au rendez-vous

#### L’empreinte carbone stagne, piégée par les effets rebonds de la consommation

Il est très difficile de mesurer les changements de comportement en matière d’écologie, notamment parce que les indicateurs permettant de mesurer ces évolutions sont peu nombreux et difficiles à établir. En matière de climat, par exemple, on sait de manière générale que l’empreinte carbone des Français a très peu évolué au cours des vingt dernières années : elle stagne entre 11 et 12 tonnes de CO<sub>2</sub>e/hab/an, preuve que les Français ne parviennent pas à réduire significativement les émissions liées à leur mode de vie (MTES, 2020). Cette stagnation s’explique en partie par des effets rebonds au sein de leur consommation, c’est-à-dire que la baisse de certains postes de consommation est compensée par d’autres facteurs en hausse : par exemple, le contenu en CO<sub>2</sub> des carburants et la consommation moyenne de carburant des véhicules baissent, mais les distances parcourues augmentent ; ou alors la performance des logements s’améliore mais la surface par personne s’agrandit, etc. (CGDD, 2017). Ces exemples montrent que, bien souvent, les améliorations techniques n’ont pas permis d’enclencher la baisse espérée.

#### Les gestes déclarés par les ménages ne progressent pas significativement

Ce constat est confirmé par les enquêtes sur les comportements des ménages, qui présentent l’inconvénient de reposer sur des déclarations ne correspondant pas toujours à la réalité, mais qui permettent toutefois de dégager des tendances. Ces enquêtes illustrent là encore l’effet rebond susmentionné, avec des gestes qui tendent à progresser au détriment d’autres qui sont en recul. Ainsi, malgré une sensibilisation plus forte, certains comportements sont en déclin par rapport au début ou milieu des années 2010 : éteindre les appareils électriques en veille, privilégier les légumes de saison, privilégier des produits locaux ou sans emballage, ou encore faire du covoiturage. D’autres gestes sont au contraire en progression, comme se déplacer en vélo ou à pied, limiter sa consommation de viande de mon foyer, baisser la température de son logement de deux ou trois degrés l’hiver, se déplacer en vélo ou à pied plutôt qu’en voiture\*, éteindre les appareils électriques qui restent en veille, ne plus prendre l’avion pour ses loisirs, acheter de préférence des produits locaux, consommer moins, faire du co-voiturage ou de l’autopartage, choisir des produits ayant moins d’impacts sur l’environnement (écolabels) et choisir des produits avec peu d’emballage.



#### Évolution des gestes que les Français déclarent faire pour réduire leurs émissions de gaz à effet de serre, de 2007 à 2019

Commentaire : en 2019, à la question « Je vais vous citer des actions qui pourraient réduire les émissions de gaz à effet de serre. Pour chacune, dites-moi si vous le faites déjà », 82 % des Français interrogés répondaient par la positive à l’action consistant à « Trier les déchets » (ADEME, 2019).

## Les efforts que les Français sont prêts à consentir ne sont pas à la hauteur (voire pas pertinents)

### Les gestes les plus efficaces sont rarement ceux retenus par les ménages

En plus de l'enquête annuelle de l'ADEME, qui permet de mesurer des évolutions dans les représentations et les actions des Français face au changement climatique, plusieurs enquêtes ou sondages ponctuels ont été menés ces dernières années sur les gestes que les Français ou les Européens déclarent déjà réaliser – ou être prêts à réaliser – pour réduire leurs émissions de gaz à effet de serre (Poutard, 2017 ; OpinionWay, 2019 ; Babutsidze & Nesta, 2019 ; Kantar, 2020). Ces enquêtes montrent toutes que les gestes les plus acceptés, comme par exemple trier ses déchets et acheter des ampoules basse consommation, ont globalement un impact faible sur les émissions de gaz à effet de serre. Au contraire, les gestes plus efficaces – comme consommer moins, cesser de prendre l'avion, se déplacer majoritairement en vélo, isoler son logement, consommer moins de viande, etc. – ont souvent tendance à être moins pratiqués ou envisagés.

### Les Français privilégient les gestes peu engageants, même lorsqu'ils savent qu'ils sont peu efficaces

On peut imaginer que le défaut d'information est pour partie responsable de ce cet état de fait – nous aurons d'ailleurs l'occasion d'approfondir la question plus loin. Mais lors d'une enquête menée auprès de plusieurs ménages afin de les accompagner vers un mode de vie bas carbone, les auteurs notent que, même lorsqu'ils sont informés sur les gestes les plus efficaces afin de réduire leur empreinte carbone, les individus ont généralement tendance à privilégier les actions faciles à mettre en œuvre et qui demandent peu de sacrifices, même si leur efficacité est faible. De manière générale, plus le potentiel de réduction de gaz à effet de serre d'une action est importante, et moins elle a tendance à être choisie par les ménages (Sköld et al., 2018). « Les actions de substitution [ex. acheter des produits plus « verts », nda] ou d'intensification de celles déjà en place (recycler plus ses déchets) sont donc plus souvent choisies que celles qui demandent un changement plus profond du comportement ou un renoncement (ex : renoncer à sa voiture) » (Barbier et al., 2018). Les auteurs montrent que les gestes choisis volontairement par les citoyens, même lorsqu'ils sont cumulés, ne parviennent pas à réduire leur empreinte carbone de manière très significative.

## Même les plus sensibles au changement climatique ne font pas forcément mieux que les autres

### La sensibilité aux enjeux environnementaux influe (plus ou moins) les comportements...

Enfin, on peut légitimement s'attendre à ce que les personnes les plus concernées par l'environnement soient également celles qui fassent le plus de gestes en faveur de ce dernier. Les différentes enquêtes menées en France et en Europe montrent que la sensibilité à la cause environnementale influe effectivement les comportements, mais de manière plus ou moins marquée selon les types de gestes.

Par exemple, une enquête menée en France sur le consentement à payer plus cher pour acquérir des produits vertueux révèle que la sensibilité environnementale est, de loin, le facteur qui influe le plus le choix des individus. Les personnes sensibles (qualifiées d'« éco-engagées » dans l'enquête en question) sont prêtes à payer en moyenne 44 % de plus pour acheter un produit respectueux de l'environnement. En la matière, la sensibilité environnementale est plus déterminante que l'aisance financière, puisque les individus les plus riches ne consentent de leur côté à payer que 34 % de plus (Rolland & Tarayoun, 2017). Une autre enquête montre que les plus sensibilisés ont presque quatre fois plus tendance à acheter fréquemment des produits bio que les moins sensibles (Pautard, 2017).

Au-delà de cet exemple lié au consentement à payer davantage, si on observe plus globalement les liens entre attitudes pro-environnementales et comportements, l'association apparaît

en réalité assez faible. C'est ce que constatent en particulier Maël Ginsburger et Ivaylo Petev dans une analyse détaillée des résultats de l'enquête sur les pratiques environnementales des ménages en France. Ces auteurs en déduisent que, « si les Français ont plutôt tendance à traduire leur sensibilité écologique en actes, cette association concerne en fait un nombre limité d'individus et de pratiques » (Ginsburger et Petev, 2018). Pour autant, même une corrélation modeste pourrait se traduire par des effets importants si les gestes adoptés étaient efficaces. Mais ce n'est précisément pas le cas.

### ...mais les plus sensibilisés n'ont pas pour autant une empreinte carbone plus faible

C'est ce que montre là encore l'étude susmentionnée : « Dans les domaines cruciaux que sont le transport et l'équipement, la corrélation est faible, souvent inexistante et parfois négative, alors qu'il existe une corrélation positive mais modeste entre les différents types d'attitude et les gestes d'économie d'énergie, la fréquence des pratiques de tri et la fréquence de la consommation de produits issus de l'agriculture biologique, trois domaines à l'impact écologique limité [sur les émissions de gaz à effet de serre, nda] » (Ginsburger et Petev, 2018). Autrement dit, les plus sensibilisés déclarent un peu plus de pratiques vertueuses mais, là encore, ils ne pratiquent pas les gestes les plus efficaces.

	Indice factoriel de pratiques	Indice kilométrique	Indice de temps passé en avion	Indice d'équipement	Indice de nouveauté des équipements	Indice de température	Indice de gestes d'économie d'énergie	Indice de tri	Indice de consommation de bio	Indice de consommation de viande
Indice d'engagement	0,26	- 0,03	0,01	0,00	- 0,03	- 0,11	0,31	0,44	0,28	- 0,11
Indice de nuisance	0,06	- 0,05	- 0,01	- 0,03	0,01	0,00	0,05	0,04	0,11	- 0,02
Indice d'intérêt de l'action individuelle	0,11	- 0,02	0,00	0,00	0,00	- 0,07	0,17	0,18	0,16	0,00
Indice de dépenses supplémentaires	0,10	- 0,03	0,06	- 0,03	- 0,04	0,00	0,03	0,07	0,23	- 0,03
Indice d'intention de modification des installations	0,03	0,06	0,06	0,08	0,06	- 0,01	0,11	0,16	0,16	- 0,03
Indice d'état de l'environnement	0,10	- 0,08	- 0,03	- 0,08	- 0,05	- 0,02	0,02	- 0,07	0,07	- 0,08

#### Corrélation entre échelles de pratiques et échelles d'attitude environnementale (coefficient de Pearson)

Commentaire : « Les cases vertes sont celles pour lesquelles l'association va dans le sens attendu (attitudes plus environnementales liées à des pratiques plus environnementales). Les cases orange sont celles pour lesquelles l'association va dans le sens inverse du sens attendu (attitudes plus environnementales liées à des pratiques plus nocives pour l'environnement). Les cases blanches sont celles pour lesquelles il n'y a pas d'association apparente » (source : Ginsburger et Petev, 2018).

D'autres études fondées sur la consommation des ménages ont montré par ailleurs que l'empreinte carbone des individus est très corrélée à leurs revenus, à leur catégorie socioprofessionnelle ou encore à la structure de leur ménage. Par exemple, les individus appartenant au premier décile de revenus (les plus pauvres) ont une empreinte carbone trois à quatre fois plus faible que celle des individus appartenant au dernier décile (les plus riches) (Malliet, 2020). Or les enquêtes sur les attitudes et les pratiques environnementales montrent que ceux qui sont les plus sensibilisés et/ou qui se disent les plus actifs appartiennent davantage aux catégories susceptibles d'avoir une empreinte écologique élevée : CSP+, diplômés du supérieur et revenus élevés, par exemple. De la même manière, ceux qui considèrent faire davantage d'économies d'énergie dans leurs logements habitent plus souvent en maison individuelle et en milieu rural – deux caractéristiques qui impliquent en moyenne une consommation plus importante d'énergie pour le logement et les déplacements (Pautard, 2017). On peut imaginer que les gestes qu'ils déclarent effectuer (trier leurs déchets, manger bio) sont, en moyenne, loin de compenser le surplus d'empreinte carbone lié à leur statut, leur lieu de vie ou encore plus globalement leur mode de vie. Ces facteurs sociodémographiques (revenus, CSP, lieu de vie, etc.) s'avèrent donc plus structurants dans leur empreinte carbone que leur sensibilité environnementale.





## 3

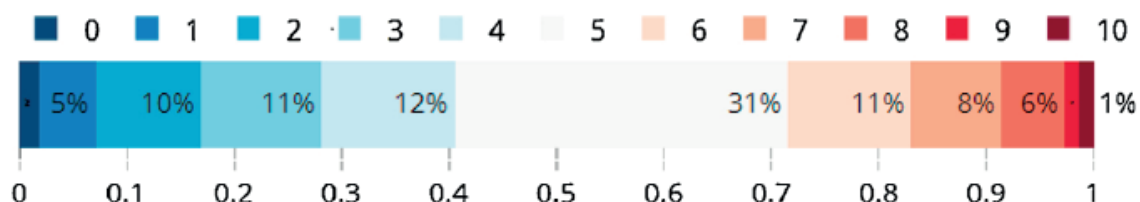
## Le défaut d'information explique pour partie le manque de passage à l'acte

Si les citoyens ne font pas les bons gestes, même lorsqu'ils sont persuadés de devoir agir, c'est peut-être tout simplement parce qu'ils ne savent pas exactement que faire. Plusieurs études le suggèrent.

### Les citoyens sous-estiment la hauteur de la marche à gravir pour que leur mode de vie soit soutenable

Il existe malheureusement peu d'études interrogeant les citoyens sur leur niveau de compréhension de ce que représente un niveau de vie soutenable. Pour mémoire, en matière de changement climatique, l'objectif de neutralité carbone suppose que nous n'émettions plus qu'une à deux tonnes de CO<sub>2e</sub>/hab./an à l'horizon 2050 (selon les sources et les modes de calcul). L'empreinte carbone d'un Français se situant aux alentours de 10 à 12 tonnes de CO<sub>2e</sub>/hab./an, cela signifie que les Français doivent en moyenne diviser par 5 à 10 leur empreinte carbone (Boutaud & Chabanel, 2020). Les Français sont-ils seulement conscients de la hauteur de la marche à gravir ?

Deux chercheurs de l'Université Panthéon Sorbonne ont apporté une réponse à cette question dans le cadre d'un article récemment publié dans la revue *Ecological Economics*. Lors de leur enquête menée auprès d'un échantillon représentatif de citoyens français, Thomas Douenne et Adrien Fabre informaient les personnes interrogées que l'empreinte carbone d'un Français était d'environ 10 tonnes de CO<sub>2e</sub>/hab./an. Suite à quoi ils leur demandaient quel devrait être le niveau à atteindre à l'horizon 2050 afin de contenir le réchauffement à +2°C en 2100. Seuls 17 % des répondants donnaient la réponse juste, à savoir moins de 2 tonnes de CO<sub>2e</sub>/hab./an. La majorité pensait que cette empreinte carbone devrait être réduite par un facteur 2 ou inférieur, au lieu d'un facteur 5 à 10.



#### Perception des émissions de gaz à effet de serre (GES) requises en 2050 pour limiter le réchauffement climatique à +2°C (en tCO<sub>2e</sub>/hab./an), sachant qu'elles sont aujourd'hui à un niveau de 10

Commentaire : étant informés que les émissions de GES d'un Français sont aujourd'hui de 10 tonnes de CO<sub>2e</sub>/hab./an, 11 % des répondants pensent que, pour limiter le réchauffement à +2°C en fin de siècle, il faut que ces émissions tombent à 2 tCO<sub>2e</sub>/hab./an en 2050 (Douenne & Fabre, 2020).

Autre information intéressante : 23 % des personnes interrogées pensent faire suffisamment d'efforts et imaginent que leur mode de vie peut déjà être qualifié d'écologique (Douenne & Fabre, 2020).

Dans leur majorité, même s'ils semblent de plus en plus sensibles à la question climatique et s'ils prennent progressivement conscience de l'importance de changer, les Français n'ont en revanche pas du tout pris la mesure de l'ampleur de la transformation qu'il s'agit d'opérer. Cela peut expliquer au moins pour partie pourquoi les gestes qu'ils déclarent faire sont bien souvent loin d'être à la hauteur.

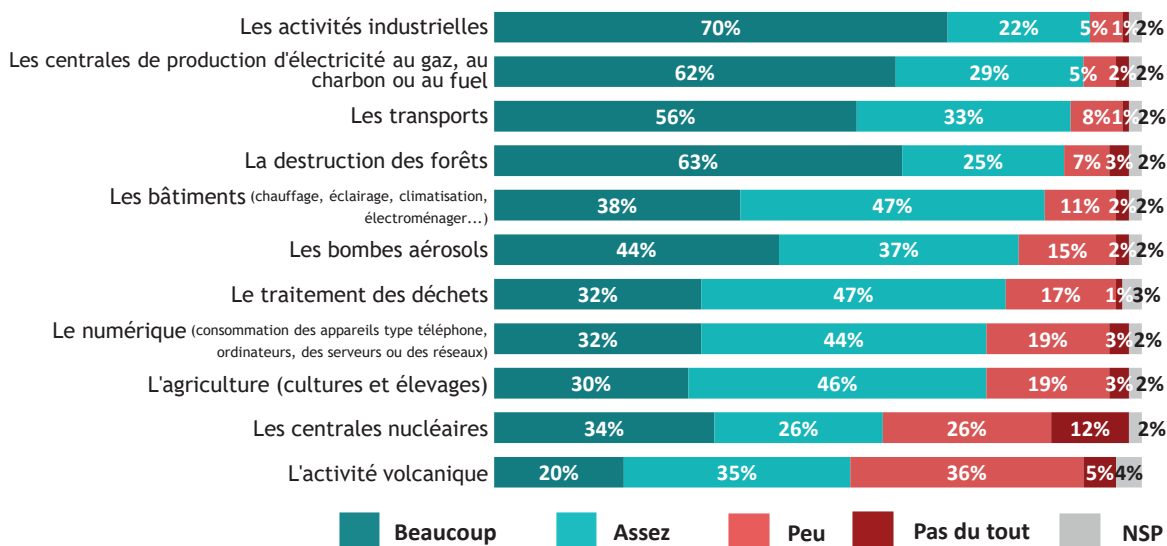
## Les causes du changement climatique et les gestes pertinents à adopter sont mal connus

Même s'ils avaient conscience de la hauteur de la marche à gravir, encore faudrait-il que les Français aient une idée précise des gestes les plus efficaces permettant de réduire leur empreinte écologique ou leur empreinte carbone. Là encore, plusieurs enquêtes montrent que les connaissances sont pour le moins lacunaires.

### Les responsabilités du changement climatique et des émissions de gaz à effet de serre sont encore assez mal identifiées

Rappelons en premier lieu que, même s'il s'agit d'une minorité, environ un Français sur 5 pense encore que le changement climatique actuel n'est pas lié à l'activité humaine, et 38 % des Français pensent que la responsabilité de l'effet de serre dans le réchauffement climatique n'est qu'une hypothèse sur laquelle les scientifiques ne sont pas d'accord.

Lorsqu'il s'agit d'identifier les secteurs émettant des gaz à effet de serre (GES), les Français pointent du doigt les bons secteurs, mais pas forcément dans le bon ordre : industrie, centrales de production d'électricité, transports, destruction des forêts et bâtiments sont identifiés comme des secteurs qui émettent « beaucoup » ou « assez » de GES. L'agriculture est en revanche un peu sous-estimée et n'est considérée comme un secteur émetteur de gaz à effet de serre que par 76 % des Français : elle n'arrive qu'en neuvième position des secteurs cités, alors qu'elle représente plus de 20 % des émissions françaises et un quart des émissions mondiales. Au contraire, 81 % des Français identifient les bombes aérosols comme des sources (très ou assez) importantes de GES, et 79 % le traitement des déchets, illustration sans doute que les enjeux environnementaux ont parfois du mal à être dissociés (ADEME, 2019). Dans le même ordre d'idée, 61 % des Français pensent à tort que les particules aérosols sont un gaz à effet de serre, et la majorité (52 %) ignore en revanche que le méthane en est un (Douenne & Fabre, 2020).



### Perception des secteurs émettant des GES

Commentaire : à la question « Pour chacun des activités que je vais vous citer, dites-moi si, d'après ce que vous savez, elle émet beaucoup, assez, peu ou pas de gaz à effet de serre », 70 % des Français répondent « beaucoup » en ce qui concerne les activités industrielles (ADEME, 2019).

### L'impact des produits et pratiques du quotidien n'est pas suffisamment connu

Enfin, le lien avec les modes de vie semble encore plus difficile à établir puisqu'il supposerait que chacun ait une idée assez claire de l'empreinte carbone des produits et services qu'il est amené à consommer. Que savent exactement les Français de leur propre empreinte carbone, de sa répartition par secteur, ou encore du contenu en gaz à effet de serre de leurs gestes du

quotidien ? Il existe là encore peu d'enquêtes permettant d'apporter des réponses précises à cette question, mais les praticiens qui ont l'habitude d'accompagner les citoyens à calculer et réduire leur empreinte carbone témoignent régulièrement de l'étonnement de certains citoyens lorsqu'ils découvrent la répartition par secteurs de consommation de leur empreinte carbone, ou encore lorsqu'ils apprennent que les gestes qu'ils font ne sont pas toujours les plus appropriés (Jourdan et Mirenowicz, 2020).

Dans leur enquête menée en France, Thomas Douenne et Adrien Fabre illustrent ce fait à travers quelques exemples concrets de produits ou services ayant des impacts très différents. Par exemple, ils demandent aux personnes interrogées si l'avion émet 20 fois plus de CO<sub>2</sub> que le train, ou si la viande de bœuf a une empreinte carbone 20 fois supérieure à celle des pâtes alimentaires (ce qui est vrai dans les deux cas, en tout cas en ordre de grandeur). Même si le bœuf et l'avion sont souvent cités lorsqu'il est question d'illustrer des biens et services dont l'empreinte carbone est très forte, environ la moitié des Français (41 % pour l'avion, 54 % pour le bœuf) pensent que les assertions proposées sont fausses (Douenne & Fabre, 2020).

Dans un article encore plus récent, Seth Wynes et ses collègues approfondissent cette question et montrent de manière plus détaillée que les citoyens d'Amérique du Nord ont énormément de mal à identifier les gestes les plus efficaces pour réduire leurs émissions de GES. Ils sous-estiment par exemple considérablement les émissions liées au voyage en avion et l'alimentation carnée. Ils sont pour la grande majorité incapables d'établir des équivalences entre produits (par exemple, combien de hamburgers équivalent à un vol transatlantique). Les chercheurs en concluent que les connaissances en matière d'empreinte carbone (ils proposent le terme de « carbon numeracy ») des citoyens nord-américains sont médiocres et qu'elles devraient être largement développées afin d'améliorer la capacité des individus à faire des choix éclairés (Wynes et al., 2020).

À la décharge des citoyens, il faut reconnaître que l'empreinte carbone des produits et services n'est quasiment jamais indiquée lors de leur achat. De même, les modes de calcul sont très complexes, le bilan carbone d'un morceau de viande de bœuf pouvant être très différent selon le lieu où l'animal a été élevé et selon le lieu de provenance de son alimentation. Par ailleurs, la comptabilité carbone réserve parfois des surprises, comme s'en amusait récemment le journaliste Nick Kilvert en découvrant qu'une voiture électrique pouvait dans certains cas avoir la même empreinte carbone qu'une voiture thermique économe, ou encore qu'une tomate importée du Maroc avait une empreinte carbone inférieure à celle d'une tomate locale produite en serre chauffée (Kilvert, 2020).

## Les messages véhiculés ne sont pas toujours adaptés

Enfin, il est également possible que les messages véhiculés auprès des citoyens soient tout simplement inadaptés, c'est à dire que les gestes proposés afin de réduire l'empreinte carbone des citoyens ne soient pas les plus appropriés, ou ne soient pas suffisamment ambitieux. C'est ce que montrent deux chercheurs de l'Université de Lund, qui ont analysé dans le détail l'empreinte carbone de nombreuses actions applicables par les citoyens. Ils ont ensuite décortiqué les outils institutionnels visant à sensibiliser les adolescents et les adultes à la lutte contre le changement climatique, afin d'identifier les changements de comportement les plus couramment proposés aux citoyens pour réduire leur empreinte carbone. Ils ont alors constaté que les gestes qui sont de loin les plus efficaces (comme ne plus se déplacer en voiture, éviter de prendre l'avion ou encore devenir végétarien) sont très souvent absents des campagnes institutionnelles ; en revanche, ces dernières continuent de promouvoir des gestes à très faible impact climatique, comme le tri des déchets ou l'achat d'ampoules à basse consommation. Ces supports institutionnels ne présentent par ailleurs que très peu d'information aux citoyens leur permettant de hiérarchiser les actions en fonction de leur impact (Wynes & Nicholas, 2017).



### Au-delà du défaut d'information, les raisons de ne pas (suffisamment) agir sont nombreuses

#### **Pour choisir le comportement adapté et « rationnel », il faut articuler trois niveaux de connaissances... et c'est difficile !**

Une première raison pour laquelle une meilleure information ne suffit pas forcément à enclencher des gestes adaptés découle de ce que nous avons vu précédemment, à savoir que la compétence climatique (« carbon numeracy ») est complexe à acquérir. Jacqueline Frick (citée par LaRevueDurable, 2007) résume la situation en disant que les comportements écologiques sont conditionnés par trois niveaux de connaissance, qu'il faut être capable d'articuler correctement afin de prendre des décisions rationnelles :

- la compréhension des problèmes : par exemple, il faut être capable de faire le lien entre le changement climatique et les émissions de gaz à effet de serre d'origine anthropique, et connaître les principales sources d'émission ;
- la connaissance des solutions pratiques : il faut ensuite être apte à identifier les solutions qui permettent de réduire son empreinte carbone, comme par exemple isoler son logement, changer de source de chauffage, utiliser moins sa voiture, éviter l'avion, manger moins de viande, etc.
- la capacité d'évaluer l'impact de ces solutions et de les hiérarchiser : par exemple, il faut savoir que manger moins de viande est beaucoup plus efficace que d'éteindre la lumière d'une pièce inoccupée, ou encore qu'il vaut mieux réduire sa température de chauffage que de changer toutes ses ampoules.

Comme nous l'avons vu, les connaissances peuvent s'améliorer dans la compréhension des problèmes, sans pour autant que les autres niveaux de compétence aient réellement progressé, ce qui amène alors à agir de manière irrationnelle et inefficace – voire même à ne pas agir du tout. Pour accroître la « compétence climatique » des citoyens, il faut donc non seulement améliorer l'information et la connaissance dans ces trois domaines, mais aussi parvenir à les articuler.

Pour autant, les expériences menées en situation d'information « parfaite » montrent que la rationalité ne suffit pas. Informés sur leur empreinte carbone et sur les meilleurs moyens de la réduire, et en l'absence de contraintes, les ménages continuent à privilégier les actions qui ont peu d'effet (Barbier et coll., 2018). Cela s'explique par une multitude de raisons, notamment énumérées par Robert Gifford (2011) ou encore la revue *New Scientist* (2015), que nous essayer de résumer ici en trois points.

#### **Une menace lointaine qui incite à la procrastination**

Dans un article qui recense les raisons pour lesquelles les citoyens ont une perception du changement climatique différente de celle des scientifiques, Anthony Miller et Hélène Ollivier (2016) rappellent que, en plus d'être complexes, les problèmes environnementaux globaux ont des effets dilués dans le temps et l'espace, ce qui les rend difficiles à appréhender concrètement : nous ne les voyons pas directement. Qui plus est, les principales victimes du changement climatique ne seront pas ceux qui en auront été responsables – contrairement aux pratiques addictives comme la consommation de tabac, par exemple. Dans le même ordre d'idée, plusieurs enquêtes montrent que les personnes qui pensent avoir été victimes du changement climatique ou de ses effets indirects sont généralement plus sensibles et davantage prêtes à agir que les autres (ADEME, 2019). On sait également que la sensibilité à la question du changement climatique est plus marquée lors d'événements météorologiques extrêmes, qui peuvent être interprétés comme des conséquences visibles de ces modifications (cité par EPCC, 2017 ; Babuttsidze et Nesta, 2019). Du fait de son caractère lointain, le changement climatique inciterait donc à une certaine procrastination.

Sur un registre assez proche, certains spécialistes des neurosciences comme Sébastien Bohler (2019) attribuent la faute de notre inaction à notre cerveau, qui nous rendrait inapte à réagir avec force face à un danger lointain, aussi important soit-il. Notre striatum serait particulièrement en cause, puisque cet organe du cerveau, qui régit en grande partie nos comportements, nous aurait habitués à considérer prioritairement les récompenses et les menaces de court terme.

### **Un contexte socio-culturel peu favorable**

Il a été largement démontré dans le domaine de la psychologie sociale que nos comportements sont en bonne partie déterminés par nos habitudes et nos représentations sociales – c'est à dire les idées, croyances, concepts, images et valeurs qui sont élaborés et partagés par une société ou un groupe d'individus. Or les représentations sociales sont aujourd'hui encore largement dominées par des valeurs matérialistes, qui amènent les individus à chercher reconnaissance et réussite sociale dans l'accumulation matérielle. L'injonction à la préservation de la nature interfère avec cette représentation sociale encore dominante, si bien qu'elle génère ce que les sociologues appellent une dissonance cognitive. Cette dernière peut être un facteur de changement, car les personnes soumises à une dissonance vont généralement tenter de la réduire, par exemple en adoptant des comportements vertueux. Mais elle se traduit également souvent par l'adoption de mécanismes de défense qui consistent à pratiquer un geste alibi comme l'achat d'ampoules basse consommation (pour alléger sa dissonance cognitive en se donnant l'impression d'agir), ou encore en niant le problème ou en en rejetant la faute sur les autres (Nature Humaine, 2008).

### **Des obstacles pratiques et des habitudes qui empêchent le changement**

Enfin, même avec les meilleures dispositions, il arrive bien souvent que le changement de comportement soit rendu impossible à cause de la structure même de la société, qui empêche l'adoption de gestes alternatifs : infrastructures inadaptées, absence d'offres alternatives, prix non compétitifs, etc. Par exemple, l'étalement urbain a créé des situations de dépendance automobile très fortes, qui rendent les alternatives à la voiture parfois impossible pour ceux qui y habitent. Le poids des habitudes vient renforcer encore ces obstacles pratiques, comme cela a été largement démontré dans la littérature sur les comportements de mobilité, pour prolonger notre exemple (Rocci, 2008).

## **« M'engager, d'accord... mais seulement si les autres le font aussi ! » Et si la clé consistait à organiser la dimension collective du changement ?**

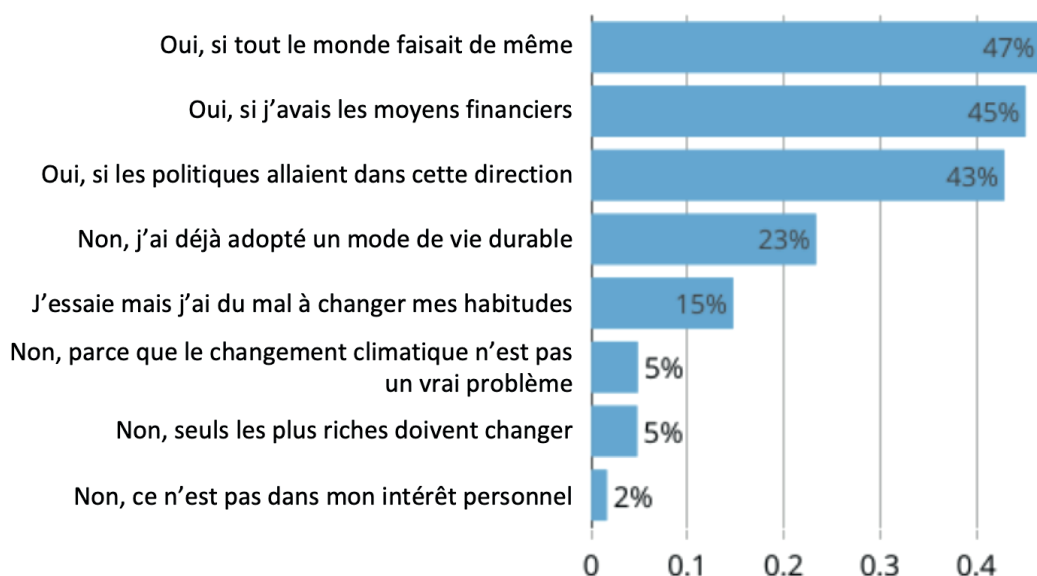
### **Les citoyens n'accepteraient (pour l'instant) les changements d'envergure que sous la contrainte ?**

Pour conclure cette partie, il peut être intéressant de revenir sur l'expérience du programme HOPE, qui consistait à accompagner des ménages dans leur choix d'action afin de réduire leur empreinte carbone (Sköld et al., 2018 ; Barbier et al., 2018). L'expérience montre que, même en situation d'information parfaite, les citoyens tendent à privilégier les gestes peu efficaces, car peu engageants en termes de changement de mode de vie : par exemple, il s'agit pour eux d'accentuer des gestes qu'ils font déjà comme le tri des déchets, ou de substituer des produits et services polluants par d'autres, supposés plus vertueux. Malheureusement, ces gestes ne permettent pas de réduire très significativement l'empreinte carbone des ménages. Pour parvenir à un effet suffisant, l'expérience proposait aux individus une seconde étape qui consistait à atteindre obligatoirement une baisse de 50 % de leur empreinte carbone. Sous la contrainte de l'objectif à atteindre, les ménages étaient alors obligés de choisir des gestes beaucoup plus engageants qui les amenaient à faire des arbitrages et à renoncer à certains biens ou services : devenir végétarien, abandonner l'avion, réduire considérablement l'usage de sa voiture, etc. Évidemment, il ne s'agit que d'un exercice, mais il montre que le fait de changer de mode de vie n'est pas une option naturellement privilégiée par les citoyens, même lorsqu'ils sont

informés. Un sondage mené en 2019 montrait à ce propos que, pour la majorité des Français, une législation forte (donc contraignante) était nécessaire pour inciter chacun à changer ses habitudes de consommation (OpinionWay, 2019).

### **Le collectif et l'équité sont des conditions majeures d'acceptabilité du changement de mode de vie**

Dès lors, une question évidente s'impose : quelles seraient les conditions d'acceptabilité d'un tel changement de mode de vie ? Plusieurs enquêtes apportent des éléments de réponse à cette question. Thomas Douenne et Adrien Fabre ont par exemple demandé aux Français qu'ils interrogeaient les conditions qui rendraient un changement de mode vie acceptable à leurs yeux. 82 % des répondants seraient d'accord pour changer à au moins une des trois conditions suivantes : que tout le monde fasse de même (en tête des conditions d'acceptation), à condition d'avoir les moyens financiers et/ou à condition que les politiques publiques aillent dans cette direction (Douenne & Fabre, 2020).



### **Conditions qui permettraient de changer son mode de vie**

(Douenne & Fabre, 2019, traduit par nos soins)

Dans le même ordre d'idée, 65 % des Français accepteraient d'adopter un mode de vie écologique (comme manger peu de viande et s'assurer de ne presque pas utiliser d'énergie fossile) si « tous les États du monde s'entendaient pour fermement lutter contre le changement climatique notamment grâce à une transition vers les énergies renouvelables, en faisant contribuer les plus riches et en imaginant que la France étende ses capacités de transport non polluant très largement » (Douenne & Fabre, 2019, traduit par nous).

Dans son enquête annuelle, l'ADEME montre de son côté que le facteur d'acceptation qui arrive en tête est le suivant : « que les efforts soient partagés équitablement entre tous les membres de notre société » (cité par 66 % des Français, parmi une liste dans laquelle ils sont amenés à choisir deux conditions d'acceptabilité). En seconde position arrive le « fait que ces changements soient décidés collectivement » (ADEME, 2019).

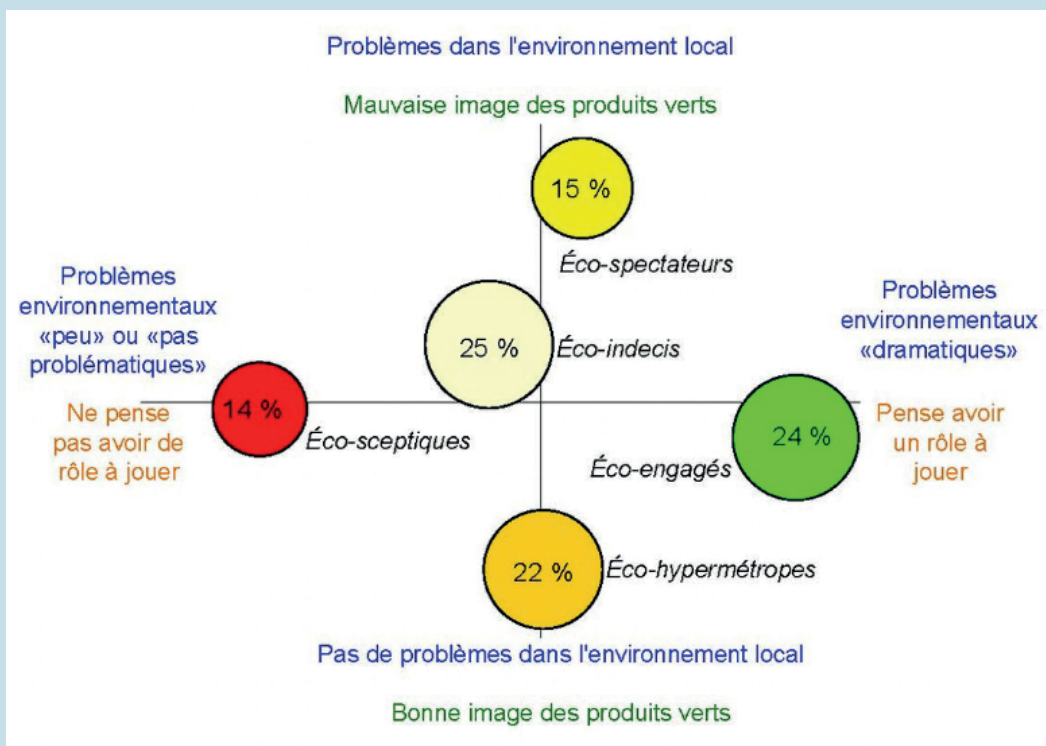
En conclusion, il semble bien que les changements de comportement des citoyens dépendent en bonne partie de la capacité des acteurs publics à organiser les conditions de leur acceptabilité : à savoir la définition d'une politique claire, solidement légitimée par les citoyens et, surtout, qui garantisse l'équité dans la répartition de l'effort.



## Zoom sur...

### Les catégories de population qui sont prêtes à changer et celles qu'il faut encore convaincre : de la nécessité d'adapter les dispositifs et les discours

Ce que nous avons rapporté ci-dessus est valable pour la moyenne des citoyens, mais la population française est évidemment très hétérogène. Une étude menée en 2017 sur le consentement des Français à payer davantage pour un produit vert permet de se faire une idée de la manière dont la population se répartit lorsqu'il s'agit de mettre en accord ses valeurs (attitudes) et ses pratiques en matière d'environnement. Sur la base d'un questionnaire portant sur la perception des problèmes d'environnement et sur la capacité des citoyens à agir, les auteurs dressent un portrait des Français qu'ils catégorisent en cinq grands groupes. « Deux groupes d'opinions contraires et tranchées se dégagent nettement: les **éco-engagés** (24 % de la population), très préoccupés et impliqués, et les **éco-sceptiques** (14 %), dubitatifs ou indifférents. La majorité des personnes a une sensibilité intermédiaire, représentée par trois groupes : les **éco-indécis**, semi-soucieux et semi-impliqués, les **éco-hypermétropes**, plus inquiets pour la planète que pour leur environnement direct, et les **éco-spectateurs**, préoccupés mais perplexes quant à leur capacité d'action » (Rolland & Tayoun, 2017).



#### Cinq groupes d'opinion en fonction de leur sensibilité environnementale

Commentaire : « Le chiffre dans chaque cercle est le poids du groupe dans la population. Les coordonnées en abscisse et en ordonnée de chaque groupe indiquent sa position par rapport aux opinions indiquées sur les extrémités des axes » (Rolland et Tayoun, 2017)



Les travaux menés en psychologie sociale depuis des décennies montrent sans ambiguïté que le changement est un processus complexe, durant lequel une personne est amenée à passer par plusieurs phases, qui peuvent aller du déni du problème (le climato-scepticisme dans le cas qui nous intéresse ici) jusqu'à l'adoption d'un changement complet et définitif de comportement et de mode de vie pour les individus les plus avancés dans leur prise de conscience. Pour accompagner le changement, il est important que les outils soient adaptés à ces différents publics et différents stades : la vulgarisation scientifique est par exemple encore importante pour ceux qui ont du mal à être convaincus de la nécessité de changer, alors que ceux qui ont déjà franchi cette étape sont davantage en attente d'outils concrets à expérimenter pour changer de comportement (nous avons déjà exploré ces questions, cf. Boutaud, 2009 ; plus récemment et de manière plus exhaustive, voir ADEME, 2016). Eu égard au rôle particulièrement important des pionniers dans les processus de diffusion des innovations, il peut par ailleurs être important de favoriser et valoriser les comportements d'une catégorie comme celle des éco-engagés, qui peut servir de courroie d'entraînement pour les éco-indécis, par exemple (voir les travaux d'E. Rogers, cités par Nature Humaine, 2009).



# CONCLUSION

Même si elle n'est pas exhaustive, cette exploration bibliographique permet de tirer quelques enseignements intéressants pour les acteurs publics désireux d'accompagner les changements de mode vie en faveur de la transition écologique. Nous retenons à ce propos deux pistes d'action qui nous semblent particulièrement importantes à la lecture de ce qui précède.

## **Développer les compétences des citoyens en matière de climat et de capacités d'agir au quotidien (« climate numeracy »)**

Même s'il s'agit d'un champ encore assez émergent, les quelques enquêtes menées dans le domaine des compétences environnementales et/ou climatiques des citoyens montrent de manière assez frappante que ces derniers n'ont encore qu'une connaissance très superficielle des enjeux, et plus encore des solutions à adopter. En matière de climat par exemple, la capacité à prendre les bonnes décisions suppose de développer et articuler trois niveaux de connaissance : la compréhension du changement climatique, la connaissance des solutions existantes, et enfin la capacité à hiérarchiser les solutions en fonction de leur efficacité (ce que certains chercheurs nomment « climate numeracy »). Si les compétences des citoyens deviennent convenables sur le premier point, elles sont en revanche beaucoup plus médiocres pour ce qui concerne les deux points suivants. Développer cette culture de l'empreinte carbone des gestes du quotidien représente une première étape indispensable au changement, et ce d'autant qu'elle permet également d'accroître la compréhension des politiques publiques et l'adhésion du grand public. Mais cette tâche représente à elle seule un travail considérable.

## **Développer les facteurs d'acceptabilité du changement, notamment en travaillant les complémentarités entre changements individuels et collectifs**

Améliorer l'information et la connaissance ne suffit toutefois pas à faire changer les comportements. Les modifications de modes de vie qu'il s'agit d'enclencher sont considérables et ne sont généralement acceptées par les citoyens qu'à condition que la justice et l'équité soient assurées lors de leur mise en œuvre. Il est donc particulièrement important que les citoyens aient le sentiment que le changement est collectif, mais aussi que l'effort est proportionné aux moyens (et aux responsabilités) de chacun. Une politique ambitieuse et clairement affichée est donc nécessaire, montrant de manière transparente que tous les acteurs de la société sont embarqués dans le processus de transformation : citoyens, entreprises, acteurs publics, ONG, etc. Cela semble d'autant plus important que, de toute évidence, les citoyens n'ont en main qu'une partie (sans doute minoritaire) des solutions permettant d'atteindre un objectif aussi ambitieux que la neutralité carbone – qui passe également par une transformation des infrastructures et des outils de production (Dugast & Soyeux, 2019). *A minima*, il semble important de communiquer sur la cohérence des efforts demandés aux citoyens par rapport aux orientations collectives définies dans les politiques publiques. Par exemple, on pourrait imaginer que le message porté par les acteurs publics mette plus systématiquement en miroir ce double engagement, à la fois individuel et collectif, à travers des messages du type « voici les efforts que nous faisons collectivement pour résoudre ce problème » et « voici ce que vous pouvez/devez faire à votre propre échelle pour participer à l'effort ». ■

## RESSOURCES

- ADEME, 2016. Changer les comportements, faire évoluer les pratiques sociales vers plus de durabilité. L'apport des sciences humaines et sociales pour comprendre et agir, ADEME, Angers. URL : <https://www.ademe.fr/changer-comportements-faire-evoluer-pratiques-sociales-vers-plus-durabilite>
- ADEME, 2019. Représentations sociales du changement climatique, ADEME, octobre 2019. URL : <https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/enquete-representations-sociales-changement-climatique-20-vague.pdf>
- Babutsidze Z., Nesta L., 2019. « Le changement climatique en France : croyances, comportement, responsabilités », Policy Brief 43, OFCE, 10 décembre 2018. URL : <https://spire.sciencespo.fr/hdl:/2441/6jo51jgolr9j0r9k3aptgam5gg/resources/ofcebrief43-le-changement-climatique-en-france-zbabutzide.pdf.pdf>
- Barbier C., Bruyère S., Céron J-P., Dubois G., Litvine D., Louis V.R., 2018. « Simuler et appréhender les modes de vie bas carbone des ménages : le cas du programme HOPE », in CGDD., 2018.
- Boutaud A., 2009. Écologie : de la sensibilisation aux changements de comportement. Métropole de Lyon, Millénaire 3, URL : <https://www.millenaire3.com/ressources/ecologie-de-la-sensibilisation-aux-changements-de-comportement>
- Boutaud A., Chabanel B., 2020. Encore combien de marches à gravir ? Comprendre notre impact écologique pour mieux le réduire. Métropole de Lyon, Millénaire 3.
- CGDD – Commissariat Général au Développement Durable, 2017. Ménages et environnement. Les chiffres clés, Data-LAB, CGDD, octobre 2017. URL : <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/sites/default/files/2018-10/Datalab-25-menages-environnement-cc-ed-2017-oct2017-b.pdf>
- CGDD – Commissariat Général au Développement Durable, 2018. Modes de vie et pratiques environnementales des Français, Ministère de la transition écologique et solidaire, Paris, URL : <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/modes-de-vie-et-pratiques-environnementales-des-francais>
- Douenne T., Fabre A., 2019. « French Attitudes over Climate Change, carbon taxation and other climate policies » Ecological Economics, 169 (2020) 106-496.
- Dugast C., Soyeux A., 2019. Faire sa part ? Pouvoir et responsabilité des individus, des entreprises et de l'État face à l'urgence climatique, Carbone 4, Paris.
- EPCC – European Perceptions of Climate Change, 2017. Topline findings of a survey conducted in four European countries in 2016, Cardiff, Cardiff University, URL : <http://orca.cf.ac.uk/98660/7/EPCC.pdf>
- Greenflex & ADEME, 2019. Des Européens acteurs du consommer mieux et des Français pionniers du consommer moins ! Baromètre GreenFlex ADEME 2019, URL : <https://www.greenflex.com/offres/produits-consommation-responsables/marketing-responsable/barometre-consommation-responsable-2019/>
- Ginsburger M., Petev I.D., 2018. « Des attitudes aux pratiques environnementales : les fondements sociaux d'une association modeste », in CGDD., 2018.
- Kantar, 2020. Attitudes of European citizens towards the environment. Survey requested by the European Commission, DG Environment & DG Communication, Bruxelles.

- Kennedy B., Johnson C., 2020. « More Americans see climate change as a priority, but Democrats are much more concerned than Republicans », article mis en ligne le 28 février 2020 sur le site Fact Tank hébergé par [www.pewresearch.org](http://www.pewresearch.org) URL : <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/02/28/more-americans-see-climate-change-as-a-priority-but-democrats-are-much-more-concerned-than-republicans/>
- Kilvert, N., 2020. « If you want to reduce your carbon footprint, here's what you need to know about accounting », ABC Science, 20 août 2020, URL : <https://www.abc.net.au/news/science/2020-08-20/carbon-accountancy-ride-climate-environment/12513398>
- Malliet P., 2020. « L'empreinte carbone des ménages français et les effets redistributifs d'une fiscalité carbone aux frontières », Policy brief OFCE, n°62, janvier 2020, URL : <https://www.ofce.sciences-po.fr/pdf-articles/actu/carbonevf.jpg.pdf>
- Martin S., 2020. « L'opinion publique sur le climat en France », Futuribles, n°435, pp. 35-55
- Martin S., Pautard E., 2018. « La prise en considération de l'environnement par les Français : regards rétrospectifs » in CGDD, 2018.
- Miller A., Ollivier H., 2016. « Beliefs, Politics, and Environmental Policy » Review of Environmental Economics and Policy, Volume 10, 2, pp. 226-244
- MTES – Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire, 2020. L'empreinte carbone de la France, URL : <https://ree.developpement-durable.gouv.fr/themes/defis-environnementaux/changement-climatique/empreinte-carbone/article/l-empreinte-carbone-de-la-france>
- Nature Humaine, 2008. « Ecologie : les freins de l'action », in La Lettre Nature Humaine, n°2, pp. 4-14
- Nature Humaine, 2009. « L'écologie, l'individuel et le collectif », in La Lettre Nature Humaine, n°5, pp. 4-15
- New Scientist, 2015. 33 reasons we can't think clearly about climate change, 11 juillet 2015, mis en ligne sur l'URL : [http://www.dragonsofinaction.com/wp-content/uploads/2015/12/rgifford\\_33\\_dragons\\_new\\_scientist.pdf](http://www.dragonsofinaction.com/wp-content/uploads/2015/12/rgifford_33_dragons_new_scientist.pdf)
- Opinionway , 2019. Baromètre de l'économie, octobre 2019, URL : <http://www.odoxa.fr/sondage/barometre-economique-doctobre-francais-plus-ecolos-jamais/>
- Pautard E., 2017. Les Français et la consommation responsable. Vers des achats plus respectueux de l'environnement ? CGDD, Essentiel Data-Lab, mars 2017, URL : <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/sites/default/files/2018-10/datalab-essentiel-97-francais-consommation-responsable-mars2017.pdf>
- Pautard E., 2017. Quelle prise en compte de l'environnement au sein des foyers ? Analyse sociologique des pratiques domestiques des Français. CGDD, Essentiel Data-Lab, Janvier 2017, URL : [https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/sites/default/files/2018-10/datalab-essentiel-80-quelle-prise-en-compte-de-l-environnement-au-sein-des\\_foyers-janvier2017.pdf](https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/sites/default/files/2018-10/datalab-essentiel-80-quelle-prise-en-compte-de-l-environnement-au-sein-des_foyers-janvier2017.pdf)
- Rocci A. 2008, « Comprendre les freins et les leviers du changement de comportements de mobilité à travers la notion de capital mobilité », in Clochard F., Rocci A., Vincent S. (dir.), 2008, Automobilités et altermobilités : quels changements ? pp. 157-170
- Rolland A., Tarayoun T., 2017. Qui est prêt à payer plus pour un produit vert ? Théma, Janvier 2017, Commissariat Général au Développement Durable, URL : <https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/Th%C3%A9ma%20-%20Qui%20est%20pr%C3%AAt%20%C3%A0%20payer%20davantage%20pour%20un%20produit%20vert.pdf>

- Sköld, B., Baltruszewicz, M., Aall, C., Andersson, C., Herrmann, A., Amelung, D., ... Sauerborn, R., 2018. « Household Preferences to Reduce Their Greenhouse Gas Footprint: A Comparative Study from Four European Cities. Sustainability », Sustainability, 10 (11) 4044, URL : [https://www.researchgate.net/publication/328752113\\_Household\\_Preferences\\_to\\_Reduce\\_Their\\_Greenhouse\\_Gas\\_Footprint\\_A\\_Comparative\\_Study\\_from\\_Four\\_European\\_Cities](https://www.researchgate.net/publication/328752113_Household_Preferences_to_Reduce_Their_Greenhouse_Gas_Footprint_A_Comparative_Study_from_Four_European_Cities)
- Taylor M., 2019. « Climate crisis seen as most important issue by public, poll shows », The Guardian, 18 septembre 2019, URL : <https://www.theguardian.com/environment/2019/sep/18/climate-crisis-seen-as-most-important-issue-by-public-poll-shows>
- Wynes, S., Zhao, J. & Donner, S.D. « How well do people understand the climate impact of individual actions? » Climatic Change (2020). <https://doi.org/10.1007/s10584-020-02811-5>



---

WWW.  
MILLENAIRE3.  
COM

RETROUVEZ  
TOUTES LES ÉTUDES SUR

MÉTROPOLE DE LYON  
DIRECTION DE LA PROSPECTIVE  
ET DU DIALOGUE PUBLIC  
20 RUE DU LAC - 69399 LYON CÉDEX 03