

L'Observatoire
Société &
Consommation

A quelles conditions une utopie écologique peut-elle être désirable ?

Véronique Varlin

Journée Alterre – Vendredi 21 janvier 2022



alterre
bourgogne
franche-comté



Les idéaux

Une plongée dans les
imaginaires des Français

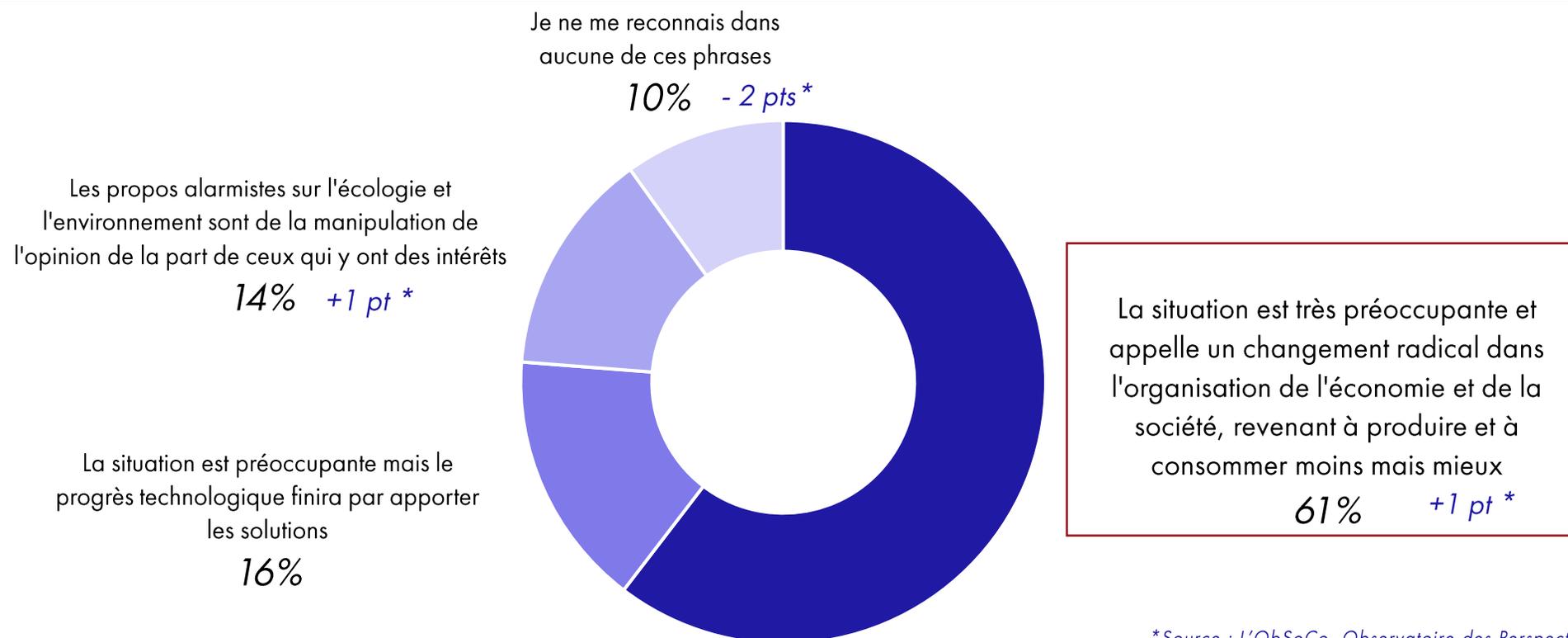


UTOPIES ET CONSOMMATION

SOUS LA DIRECTION DE
OLIVIER BADOT ET PHILIPPE MOATI

Un fort niveau de conscience de la situation environnementale

« Concernant l'écologie et les questions environnementales (pollution, réchauffement climatique, épuisement des ressources naturelles, de la biodiversité...), quelle est la proposition qui correspond le mieux à ce que vous pensez ? »
 (Base totale, n=3851)



* Source : L'ObSoCo, Observatoire des Perspectives Utopiques, terrain juin 2019

Une utopie écologique en tête

L'utopie *techno/libérale*

Un monde centré sur le progrès articulé autour du développement poussé de la science et de la technologie, ayant le transhumanisme comme point d'horizon

14% -1

L'utopie *sécuritaire*

Une société nostalgique d'un passé révolu, soucieuse de préserver son identité et sa singularité face aux influences étrangères

31% +1

L'utopie *écologique*

Une organisation de l'économie et de la société tendus vers l'équilibre et la sobriété.
« Moins mais mieux »

55% =

L'utopie écologique séduit par les modes de vie et de consommation qui lui sont associées

	Note moyenne sur une échelle de -5 à +5	Evolution en un an
Les standards de vie évoluent vers moins de consommation d'objets, vers moins de quantité mais plus de qualité	2,5	+0,3
Les activités domestiques (faire soi-même : cuisine, bricolage, jardinage, réparation, entretien...) prennent une part importante du temps disponible	2,4	+0,4
Face au défi environnemental, la priorité a été donnée à la sauvegarde de la planète en changeant le modèle de développement . Les politiques publiques visent moins la croissance économique que le bien-être social et la protection de l'environnement	2,3	+0,3
La consommation est de plus en plus fondée sur la mutualisation ou le partage d'équipements et de ressources , les échanges entre particuliers, le « faire soi-même », l'occasion, le recyclage...	2,3	+0,3
La croissance des grandes métropoles a été stoppée. Une part croissante la population vit dans des villes petites ou moyennes	2,1	+0,3
La ville est organisée de manière à limiter les déplacements . Beaucoup d'activités se font à proximité du domicile. La mobilité automobile est largement découragée au profit des mobilités douces (marche, vélo...)	2,1	+0,3
La transition écologique est financée pour une grande part par la taxation du carbone et des mouvements financiers	2,0	+0,6

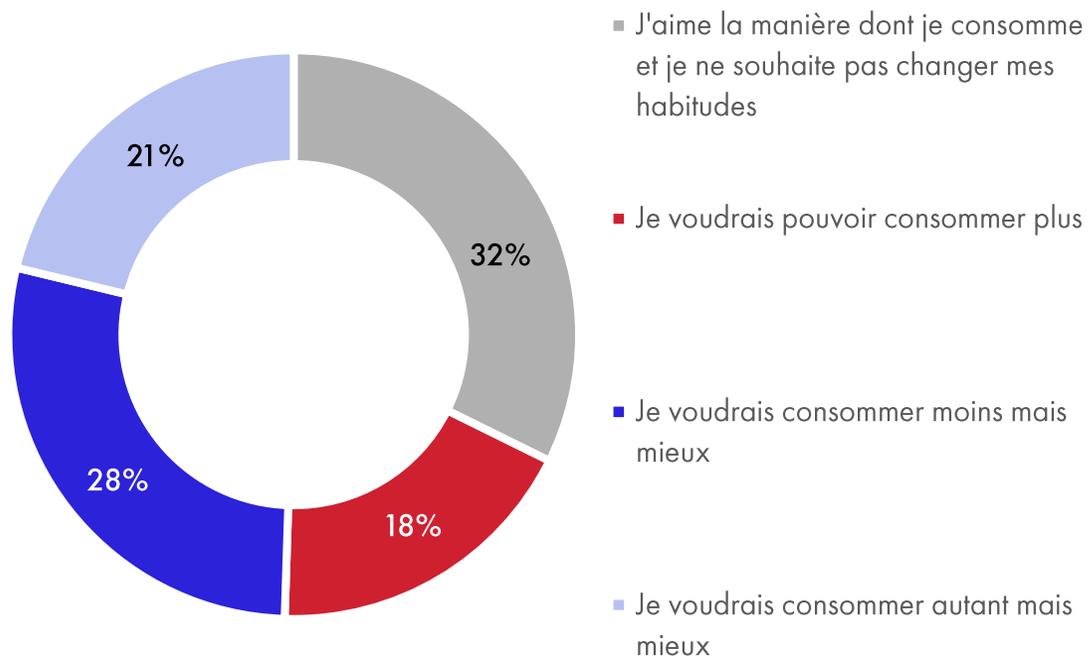
Un renforcement de la posture critique à l'égard de la mondialisation

	Note moyenne sur une échelle de -5 à +5	Évolution depuis 2019
Une part importante de ce qui est consommé est produite localement par de petites entreprises. L'économie et l'emploi se relocalisent et les territoires sont redynamisés	2,8	+0,4
Le Gouvernement a mis fin aux excès de la mondialisation en rétablissant un meilleur contrôle des frontières	1,8	+0,8
Les consommateurs sont incités à acheter de manière privilégiée des produits français en taxant fortement les importations	1,5	+0,4
Le flux d'entrée des immigrants est très fortement réduit , et limité aux réfugiés en mesure de justifier la demande du droit d'asile	1,5	+0,3
La France renforce la protection douanière à l'encontre des pays à bas salaires afin de favoriser la production nationale	1,3	+0,3

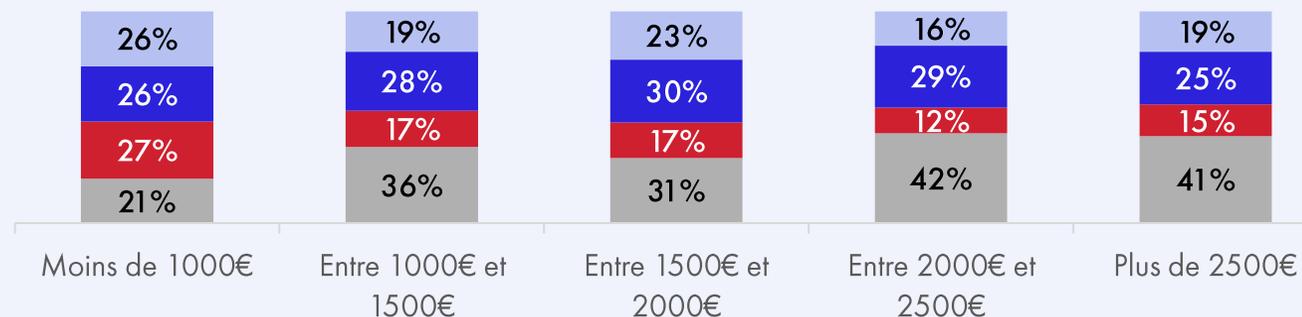
Une forte aspiration au « consommer mieux »

« Laquelle de ces affirmations correspond le mieux à ce que vous pensez ? »

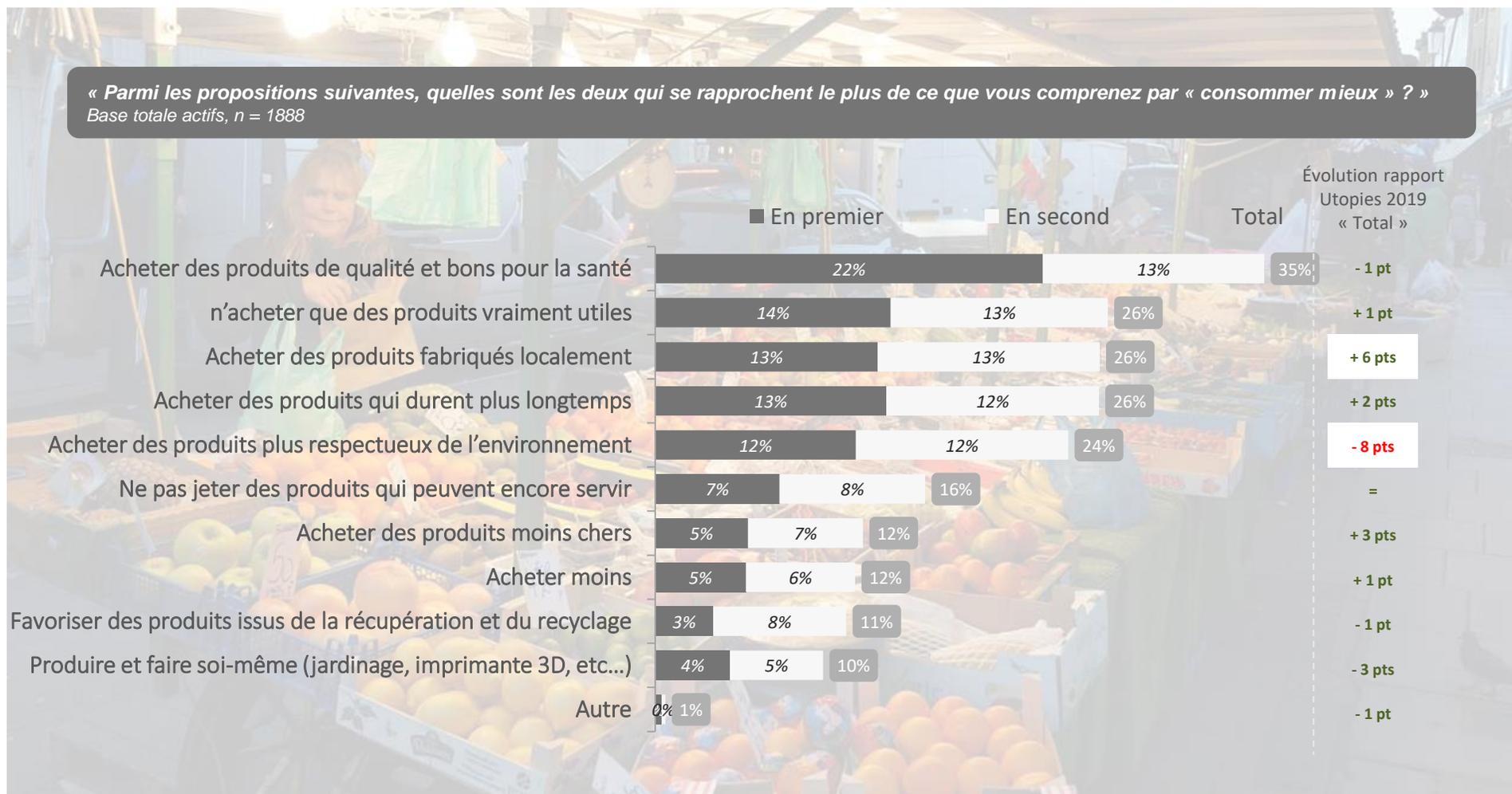
Base totale, n=1000



Aspirations en matière de consommation en fonction du niveau de vie du foyer (revenu par UC)



Consommer mieux : de plus en plus synonyme de « local »



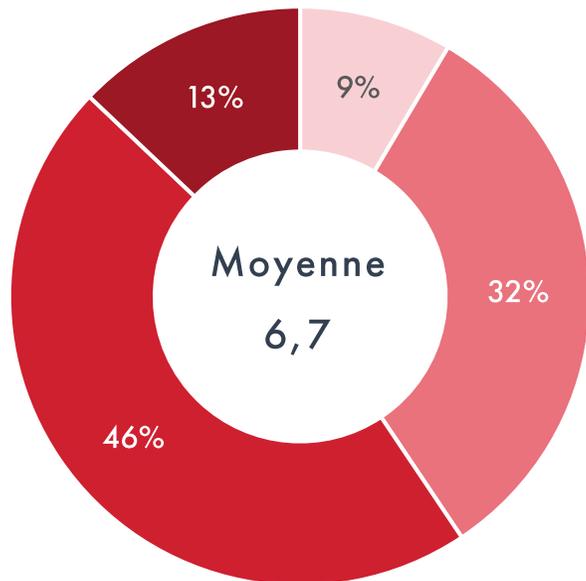
Les contraintes

Les Français face à la
consommation responsable

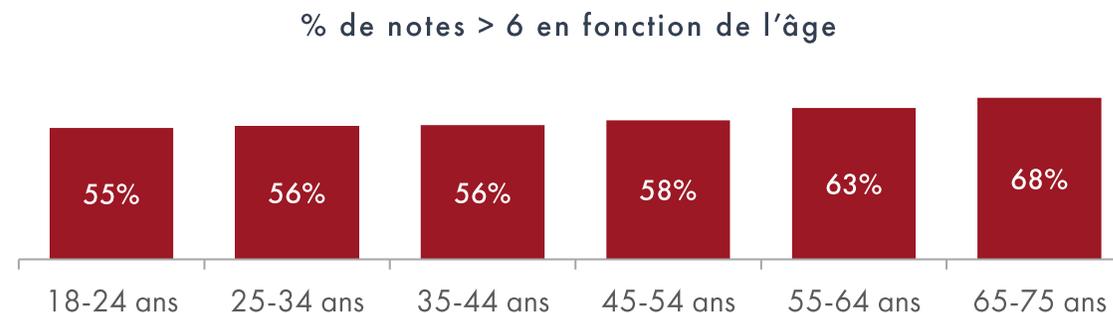


Une majorité de Français affirme avoir significativement intégré l'impact environnemental dans ses choix en matière de consommation

« Veuillez donner une note de 0 à 10 selon la mesure dans laquelle vous pensez avoir intégré la question de l'impact environnemental dans vos choix en matière de consommation » (Base totale, n=3851)



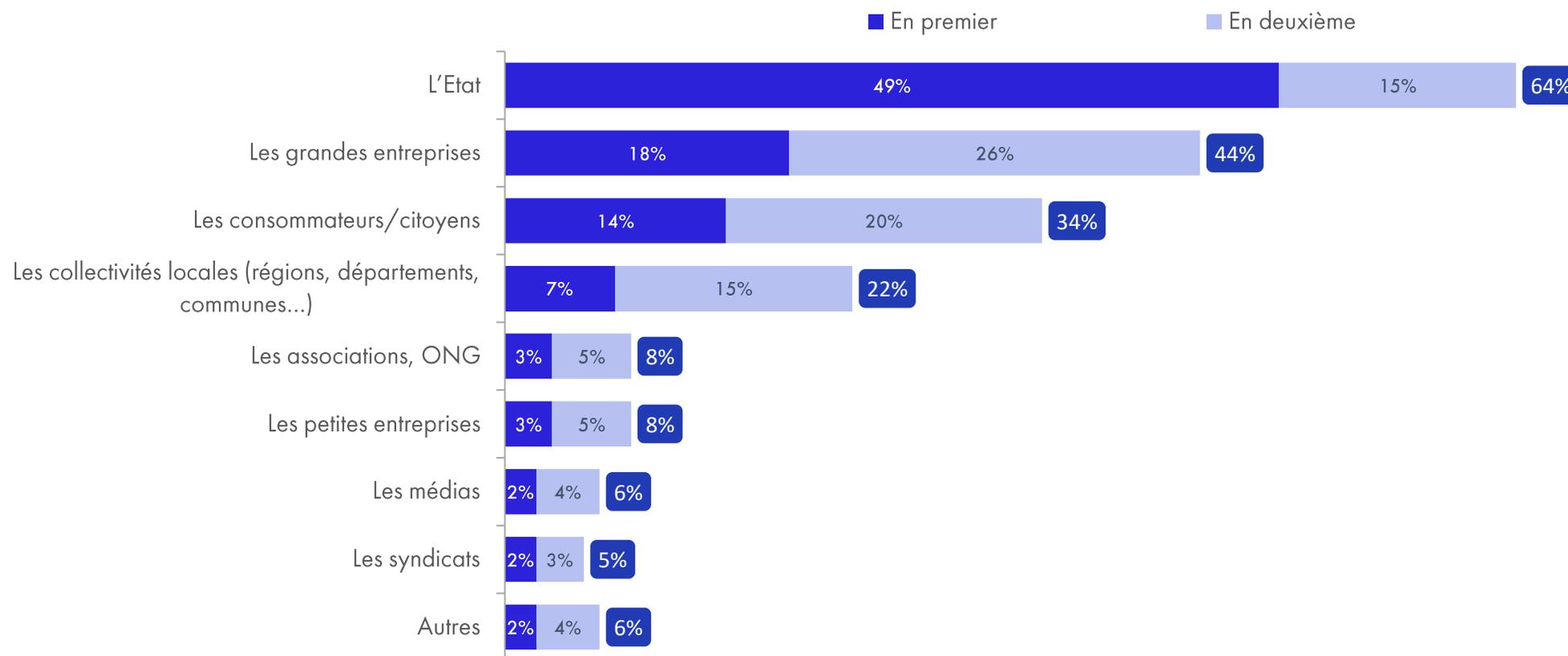
■ Note comprise entre 0 et 4 ■ Note de 5 ou 6 ■ Note de 7 ou 8 ■ Note de 9 ou 10



Une confiance dans la portée de l'action individuelle à côté de celle, en tête, de l'Etat et des grandes entreprises

« Selon vous, à qui incombe en priorité la responsabilité d'agir afin de résoudre les problèmes environnementaux, sociaux et sociétaux de notre époque ? »

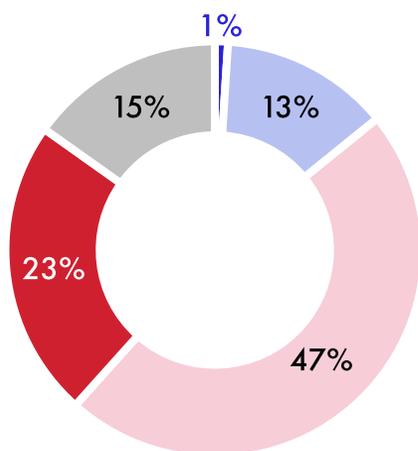
Base totale, n=2000



Une perception très négative de l'implication des entreprises

« De manière générale, estimez-vous que les entreprises sont suffisamment impliquées dans la réponse à la crise écologique ? »

% Estiment que les entreprises sont suffisamment impliquées dans la réponse à la crise écologique
14%

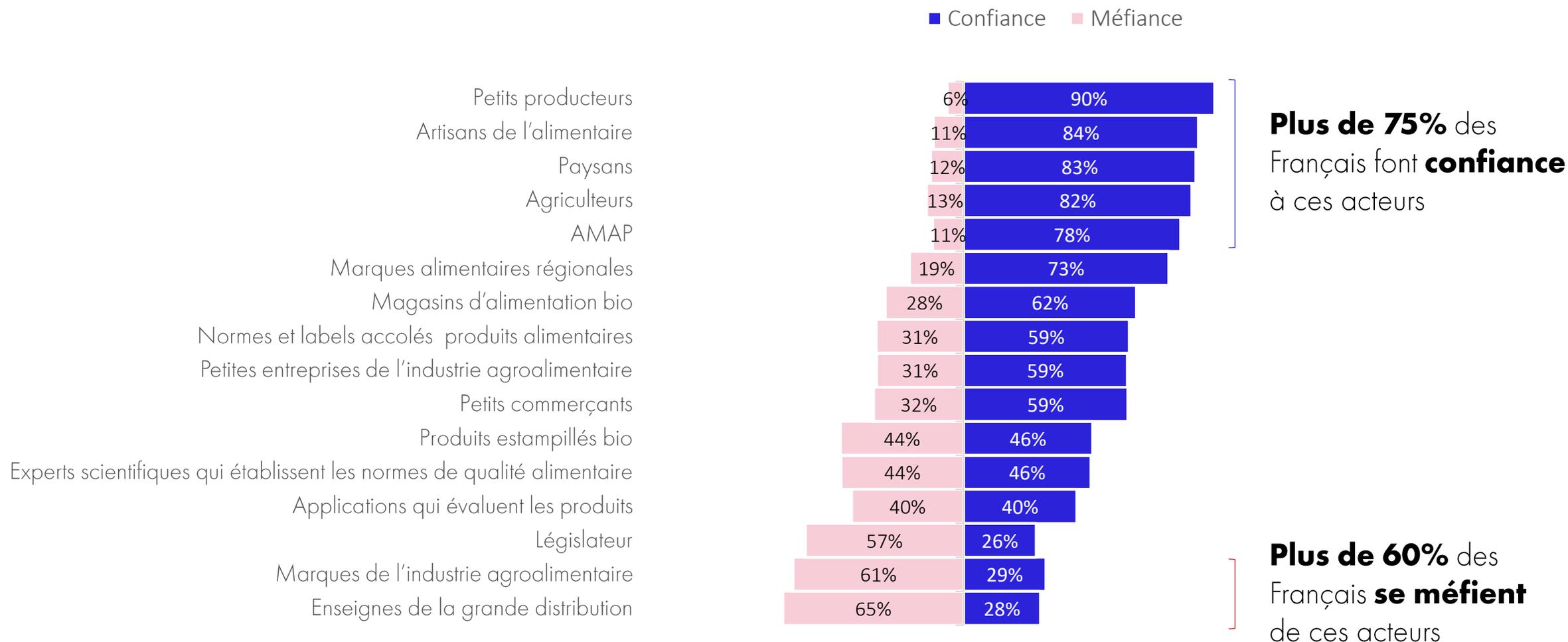


- Oui, tout fait
- Oui, plutôt
- Non, pas vraiment
- Non, pas du tout
- Sans opinion

81% des Français, estiment que la loi devrait contraindre les entreprises à limiter au maximum les impacts de leurs activités sous peine de sanctions.

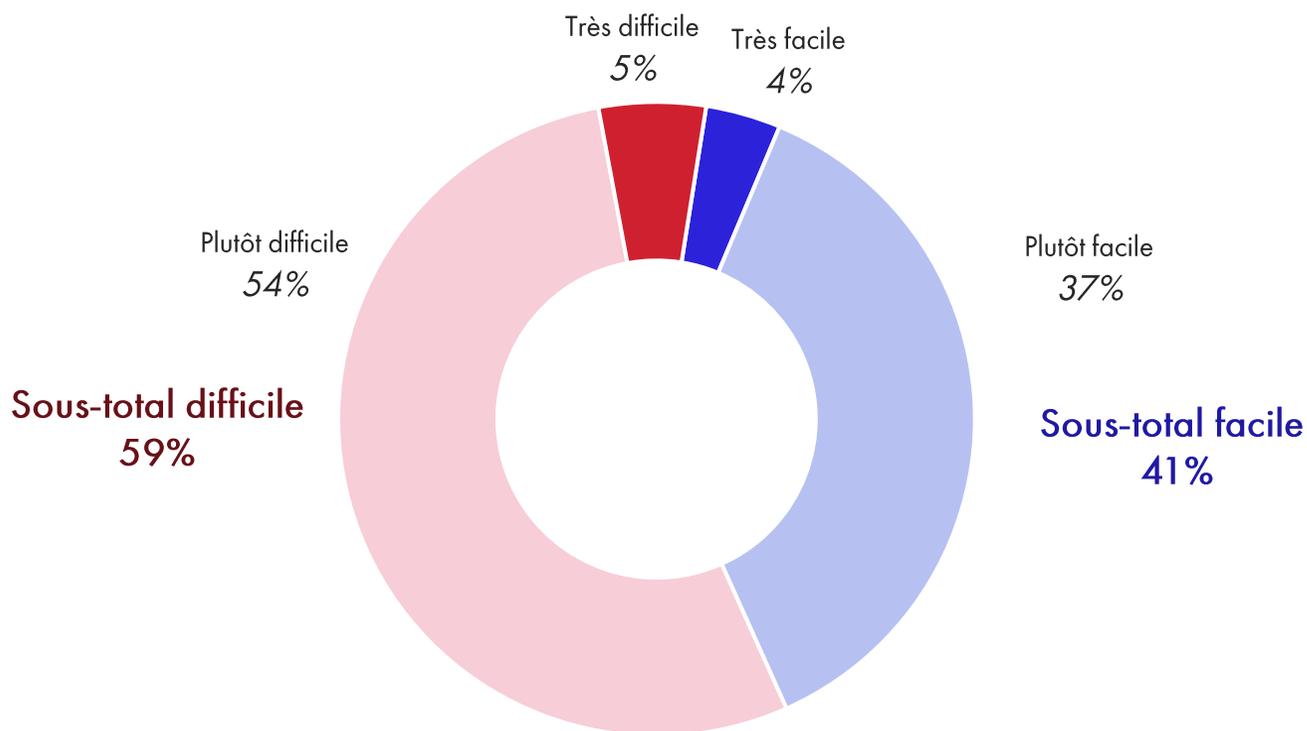


Une défiance à l'égard des « grands »

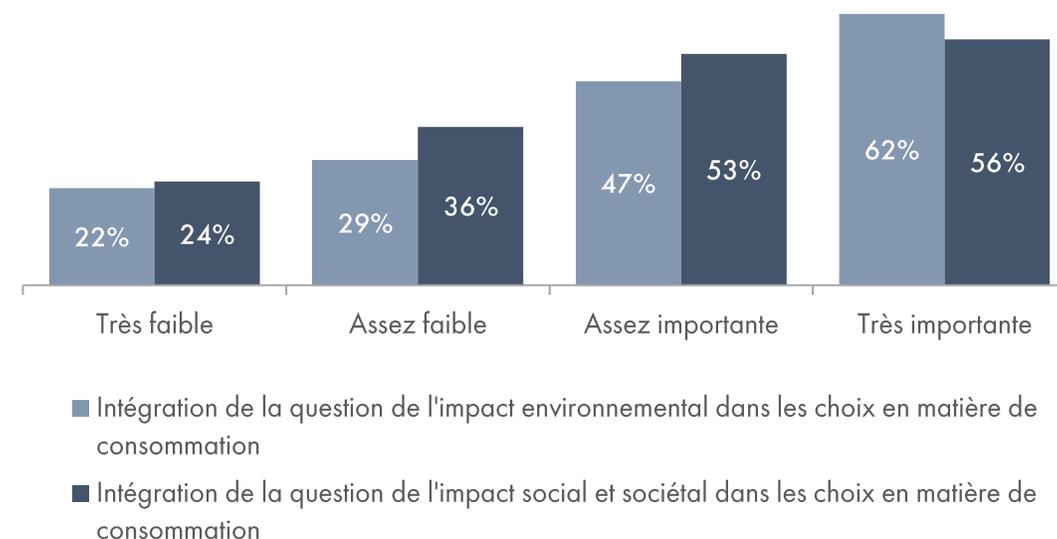


Une difficulté à consommer de façon responsable pour 60% des consommateurs

« Diriez-vous qu'au quotidien il est facile ou difficile de consommer de façon responsable ? »
 (Base totale, n=3851)

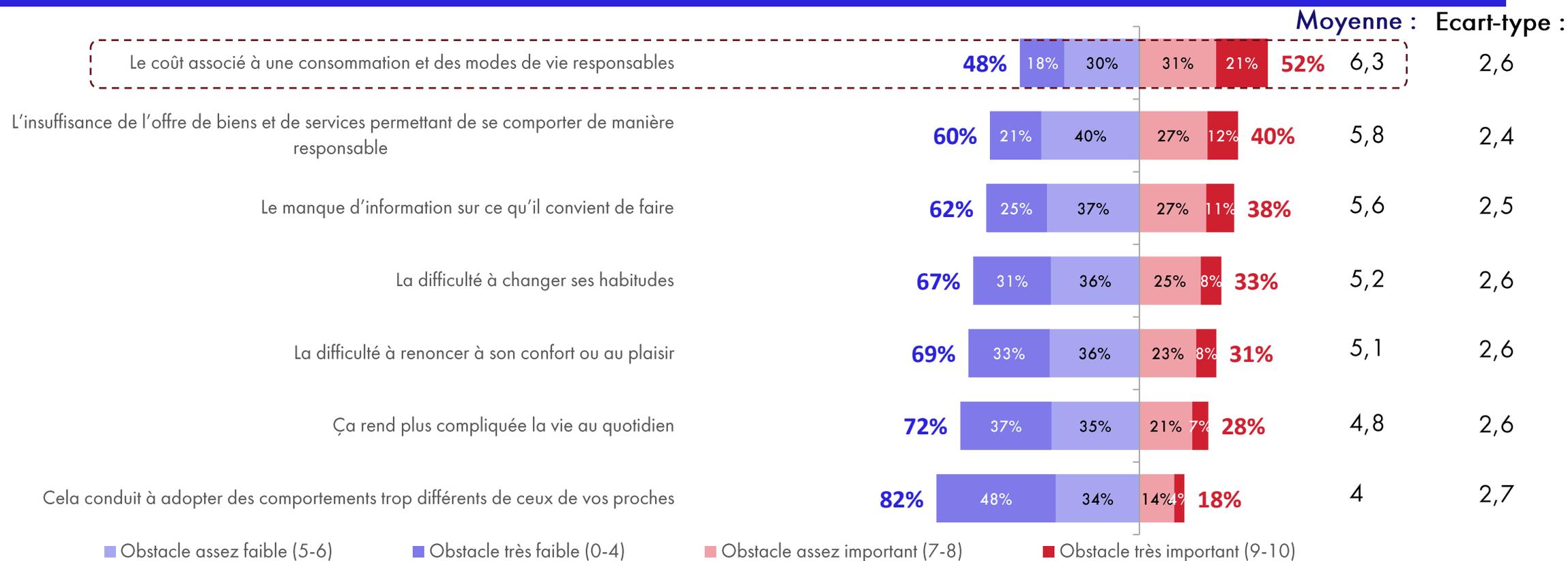


% sous-total « facile » en fonction du niveau autoévalué d'engagement dans les comportements responsables



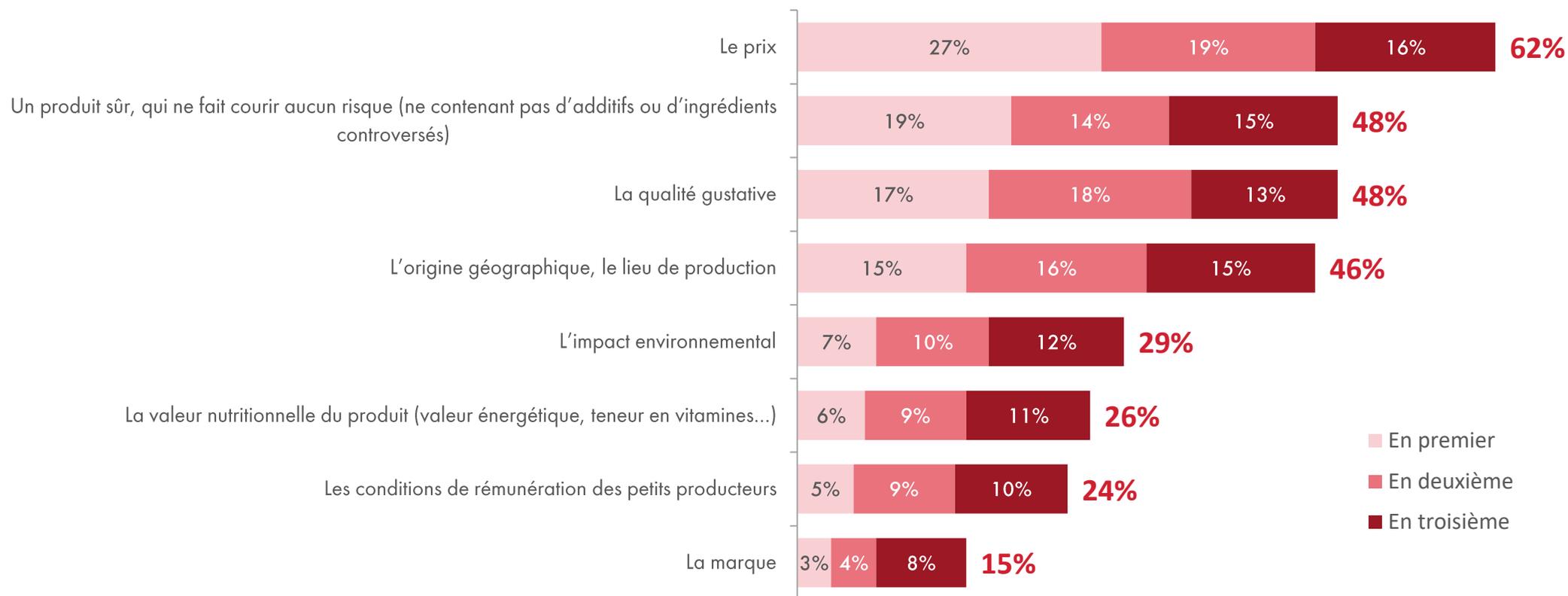
Le coût financier représente l'obstacle le plus important à l'adoption d'un mode de vie éco-responsable suivi par le manque d'offre et d'information

« Veuillez noter de 0 à 10 chacun des points suivants selon la mesure dans laquelle ils constituent pour vous un frein à l'adoption de comportements de consommation et de modes de vie responsables » (Base totale, n=3851)



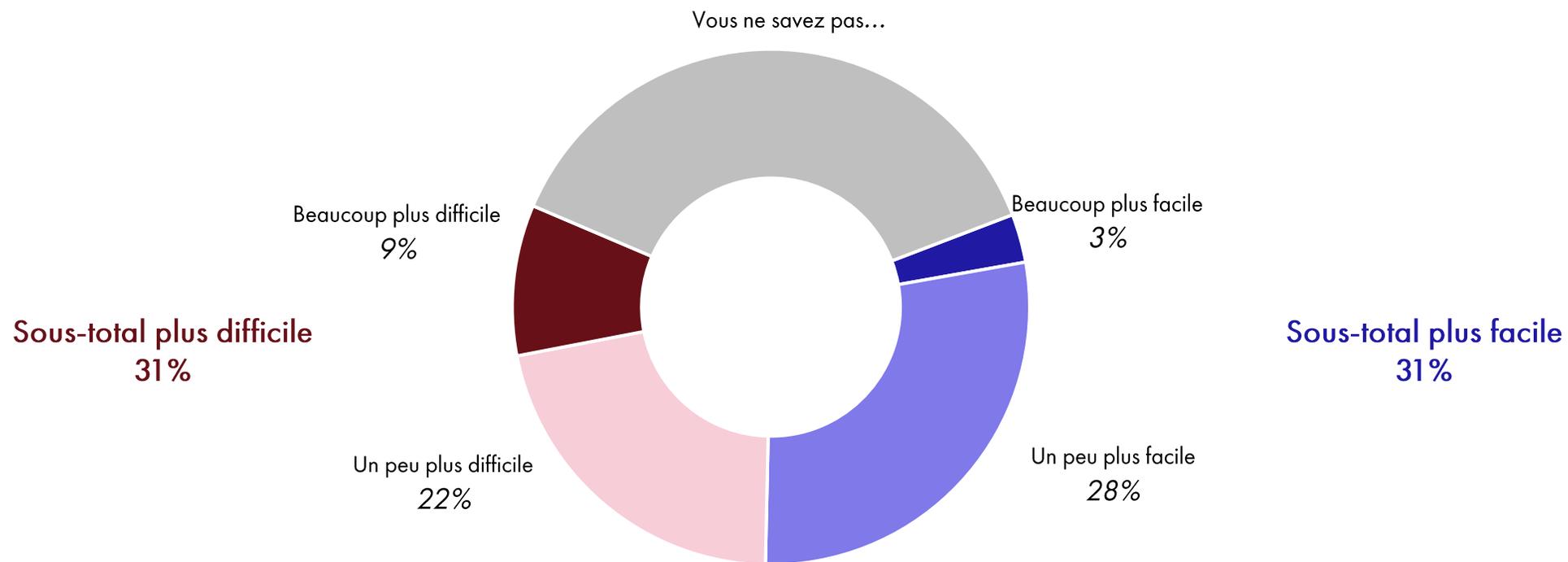
Le risque de conflit entre le citoyen et le consommateur

« De manière générale, pour vos achats de produits alimentaires, merci de classer les trois critères qui sont les plus importants dans vos choix des produits et des marques » (Base totale, n=3851)



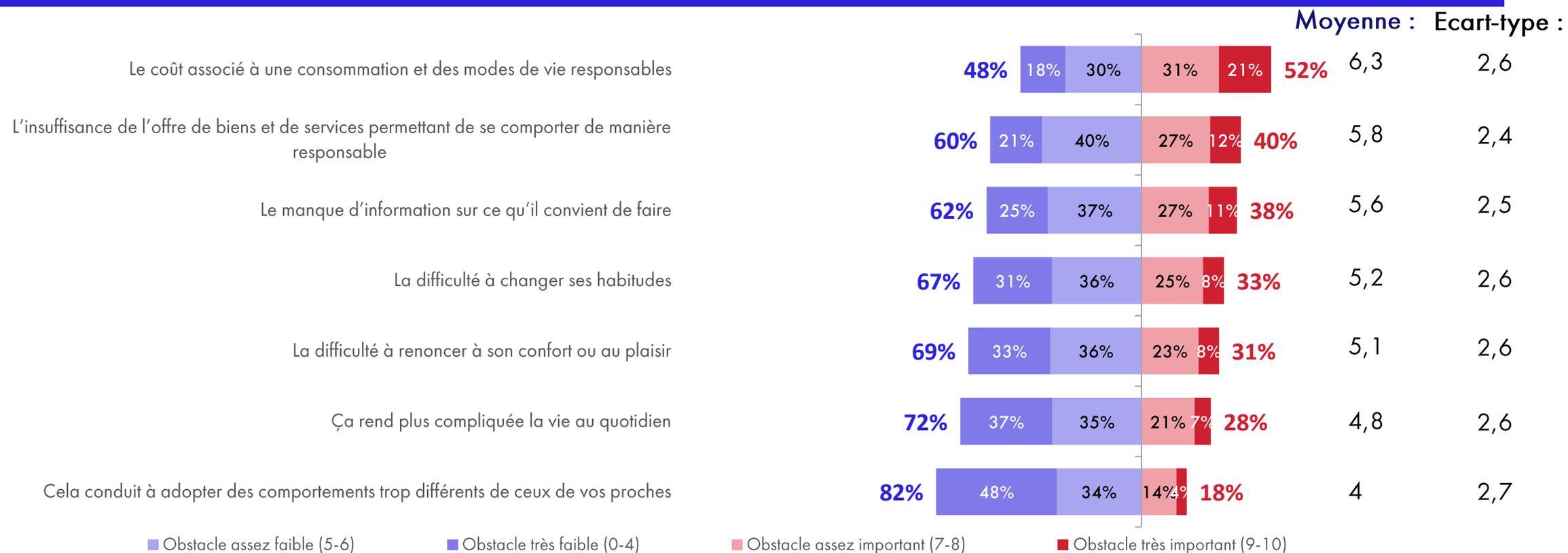
Des Français divisés sur la capacité des grandes marques à faciliter ou non l'adoption de comportements responsables

« Selon vous, les marques existantes rendent-elles plus facile ou plus difficile le fait d'adopter des comportements responsables sur le plan environnemental et sociétal ? » (Base totale, n=3851)



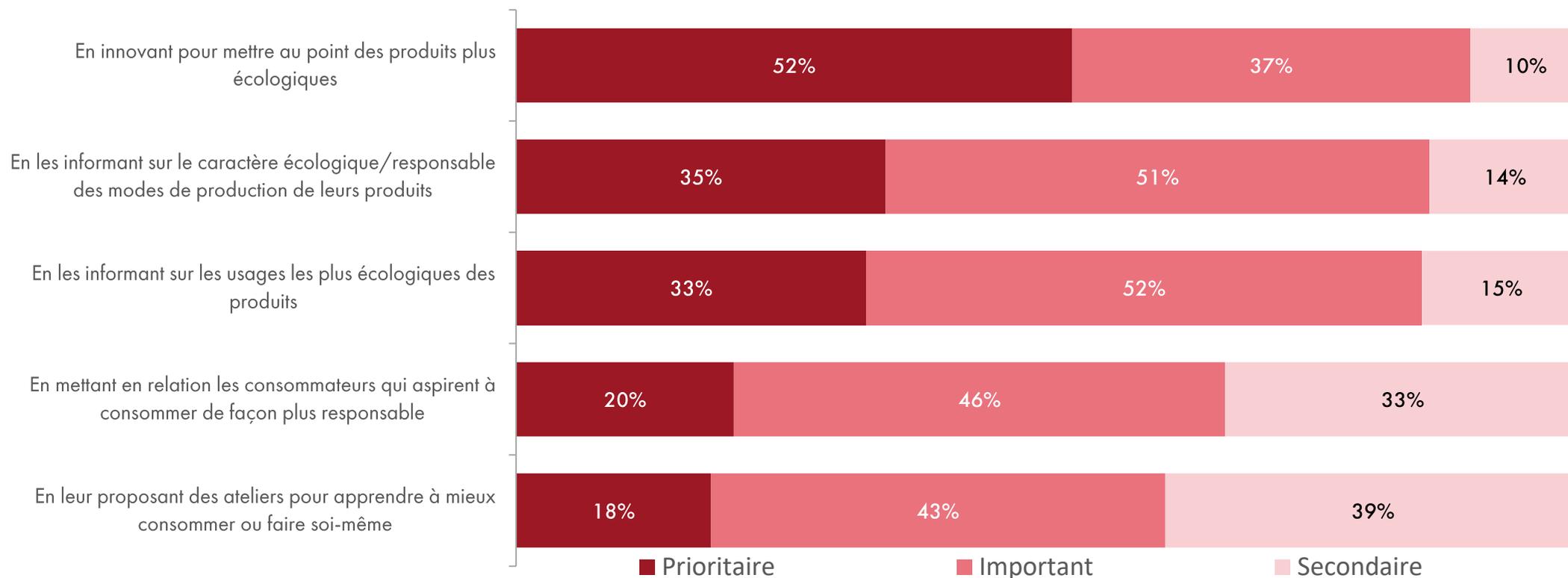
Des marges de progrès pour les entreprises (offres, information)

« Veuillez noter de 0 à 10 chacun des points suivants selon la mesure dans laquelle ils constituent pour vous un frein à l'adoption de comportements de consommation et de modes de vie responsables » (Base totale, n=3851)



L'innovation et l'information, attentes prioritaires des consommateurs à l'égard des marques

« Et pour chacune des propositions suivantes, diriez-vous qu'il est prioritaire, important ou secondaire que les marques aident les consommateurs... » (Base totale, n=3851)



A quelles conditions une utopie écologique peut-elle être désirable ?

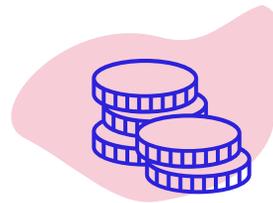
4
pistes



Imaginaires



Des imaginaires ancrés dans des modes de vie écologiques aspirationnels à développer et diffuser



Accessibilité



Démocratisation de l'accès à la transition écologique



Accompagnement



Solutions et information pour vivre et consommer autrement



Mobilisation collective



Alliance de bénéfices individuels et collectifs