

Les Français et les enjeux sociaux et environnementaux du 21^e siècle

Une enquête Doing Good Doing Well / Ipsos

EMBARGO JEUDI 6 DECEMBRE A 15 HEURES

Les Français ont-ils encore l'espoir de voir changer la situation face aux grands enjeux et problèmes sociaux et environnementaux de notre siècle ? Considèrent-ils qu'il est encore possible d'agir ou que les mesures que l'on pourra prendre ne serviront à rien ? Quels sont les acteurs dans lesquels ils ont le plus d'espoir ? Quelles attentes expriment-ils à l'égard des entreprises dans la lutte contre ces grands problèmes environnementaux et sociaux ? Sont-elles perçues comme légitimes pour le faire ? A quel point les salariés attendent-ils de leur propre entreprise ou structure qu'elle le fasse ? Et sur quels enjeux en particulier ?

Autant de questions auxquelles Doing Good Doing Well a souhaité apporter des réponses à l'occasion de la COP 24, en demandant à Ipsos d'interroger plus de 2000 personnes représentatives de la population française âgée de 16 ans et plus sur 11 enjeux sociaux et environnementaux du 21^e siècle¹.

Face aux grands enjeux environnementaux et sociaux du 21^{ème} siècle, une large majorité de Français espère et considère que l'on peut encore changer la situation. Un espoir qui transcende les différences socio-démographiques de la population.

- **C'est d'abord à l'égard des grands enjeux liés à la condition des femmes qu'ils éprouvent le plus d'espoir** : 86% estiment qu'il est possible d'agir et de changer la situation dans le domaine des violences faites aux femmes si nous nous en donnons vraiment les moyens. De même, 85% considèrent aussi que l'on peut changer les choses en ce qui concerne l'égalité femmes-hommes. Leur espoir est aussi très fort en ce qui concerne les grands problèmes de santé et de survie liés à l'alimentation (83%).
- **En pleine COP 24, alors même que les engagements actuels sont jugés insuffisants et trop tardifs, près de 7 Français sur 10 espèrent encore** et considèrent qu'il est encore possible de résoudre les problèmes de la détérioration des ressources naturelles de la terre et de réussir à préserver le climat (68%).
- **L'espoir est aujourd'hui majoritaire au sein de la population sur ces 11 grands enjeux du 21^{ème} siècle** : aucun des problèmes testés ne suscite un pessimisme majoritaire ou le sentiment qu'il n'y a plus vraiment d'espoir. Surtout, **on observe un faible écart entre les domaines pour lesquels ils éprouvent le plus d'optimisme** (la lutte contre les violences faites aux femmes, 86%) **et ceux pour lesquels ils en éprouvent le moins** (l'aide aux migrants, 63%).

Les Français placent d'abord leur espoir dans l'action des associations et des ONG, devant celle des pouvoirs publics : les chercheurs et les entreprises sont aussi plébiscités par beaucoup.

- **C'est dans les ONG et les associations qu'ils placent le plus d'espoir pour agir sur les problèmes sociaux et environnementaux (63%),** devant les pouvoirs publics, qu'ils agissent au niveau national (le Gouvernement, 49%), local (élus locaux, 39%) ou encore européen (l'Union Européenne, 32%).
- **Toutefois, bon nombre de Français placent aussi leurs espoirs dans d'autres acteurs** et notamment les chercheurs (38%) et les entreprises (32%). Leurs craintes à l'égard de l'évolution de ces problèmes les amènent probablement à considérer que désormais tout le monde doit s'y mettre.

Les Français considèrent que le rôle des entreprises est de s'engager face aux grands enjeux du 21^{ème} siècle et pour beaucoup, celles qui le font arrivent à avoir des résultats.

- Autre marqueur de leur inquiétude face à l'évolution de la situation, **une majorité des Français considère que les entreprises et leurs dirigeants sont légitimes pour lutter contre 9 de ces 11 grands problèmes environnementaux et sociétaux, et plus spécifiquement dans les domaines des inégalités femmes-hommes (74%) ainsi que la détérioration des ressources naturelles de la terre et la préservation du climat (71%).** Une grande majorité cite également la désertification des territoires (65%), mais aussi les grands problèmes de santé et de survie liés à l'alimentation (61%), l'isolement et la discrimination (61%) ou encore les violences faites aux femmes (60%). Seule la lutte contre le problème de l'aide aux sans-abris (48%) et aux migrants (44%) ne sont pas majoritairement perçus comme relevant de leur rôle.
- Les Français se montrent plus circonspects sur l'efficacité de leurs actions **mais beaucoup considèrent que les entreprises qui s'engagent, parviennent à avoir des résultats.** C'est le cas dans les domaines de la lutte contre inégalités femmes-hommes (56%), les cyberattaques (50%) mais aussi dans une moindre mesure quand elles mènent des actions contre les problèmes de la détérioration des ressources naturelles de la terre et la préservation du climat (42%), les violences faites aux femmes (42%), l'isolement et la discrimination (41%) ou encore les grands problèmes de santé et de survie liés à l'alimentation (40%) et la désertification de certains territoires (40%).

Les actifs et les salariés attendent désormais beaucoup de leur employeur en termes d'actions mises en place face à ces enjeux : un critère qui devient important au moment du recrutement.

- **Quels que soient les enjeux, les actifs français estiment très majoritairement qu'il est important que l'entreprise ou le secteur dans laquelle ils travaillent s'investisse face aux grands défis du 21^{ème} siècle.** Pour certains d'entre eux, ils considèrent qu'il est même « essentiel » qu'elles leur permettent de s'engager : c'est le cas pour la préservation des ressources naturelles de la terre (67%), la mise en place d'une véritable politique d'égalité femmes-hommes au sein de l'entreprise (64%) ou encore de l'amélioration de la qualité de vie de leurs clients (54%).
- Il s'agit pour les entreprises de **donner plus de sens à leur travail en s'engageant véritablement dans des actions qui comptent.** D'ailleurs, seuls 41% des interviewés estiment essentielles les initiatives

collectives mises en place en interne comme les clean up days ou les défis pour changer les comportements.

- En outre, les actifs et les salariés français déclarent que **si demain ils avaient le choix entre deux entreprises qui leur proposent un poste et un salaire équivalent, la mise en place de mesures permettant de lutter contre ces 11 problèmes environnementaux et sociaux entreraient en ligne de compte**. Ce serait encore plus le cas si ces actions concernaient **la détérioration des ressources naturelles (83%, dont 44% qui disent même que ce serait « tout à fait » le cas), les inégalités hommes-femmes (83%, dont 45% de « tout à fait ») ou encore les violences faites aux femmes (82% dont 40% de « tout à fait »)**.

Pourquoi cette enquête, pourquoi ces résultats ?

Cette enquête a été réalisée pour comprendre dans quel état d'esprit sont les Français face aux grands enjeux du siècle en pleine COP 24. Les résultats montrent qu'ils continuent d'espérer et attendent beaucoup, notamment des entreprises. Cette enquête doit encourager les entreprises qui doutent de leur légitimité à s'investir pour résoudre des problèmes de société qu'elles considèrent ne pas être leur mission première. Les Français et notamment les salariés attendent d'elles un engagement fort. Il est capital que les instances dirigeantes des entreprises s'ouvrent à des expertises présentes dans la société civile, pour que leur investissement dans des actions de responsabilité sociale ait un plus fort impact sur les entreprises elles-mêmes et sur la société.

Ce qui s'exprime, dans ces chiffres sur l'espoir, et sur les attentes des actifs concernant leur propre employeur, c'est une intuition collective que sur de nombreux sujets la société approche une limite, mais qu'il est encore temps.

Hélène Roques

A propos de Doing Good Doing Well :

Hélène Roques a fondé Doing Good Doing Well en 2009 pour se mettre au service de la responsabilité sociale des entreprises en France et en Europe.

En 2017, Doing Good Doing Well a recentré son activité sur la prise en compte des préoccupations de la société par les instances dirigeantes des entreprises. Un travail de recherche est en cours (Amsterdam Business Research Institute) sur la façon dont les membres des conseils d'administration prennent en compte dans leurs décisions l'intérêt des générations futures.

Méthodologie :

Enquête réalisée par internet du 23 au 27 novembre 2018 auprès d'un échantillon de 2144 personnes, représentatif de la population française âgée de 16 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas appliquée aux variables de sexe, d'âge, de profession de la personne interrogée, de catégorie d'agglomération et de région.

Les résultats sont disponibles à partir de jeudi 6 décembre sur www.dgdw.fr et sur www.ipsos.com

Contacts :

DGDW – Hélène Roques – Tél. : 06.17.61.14.34 – contact@dgdw.fr

Ipsos – Etienne Mercier – Tél. : 01 41 98 92 79 – etienne.mercier@ipsos.com

Laurène Boisson – Tél. : 01 41 98 99 28 – laurene.boisson@ipsos.com

ⁱ Liste des enjeux présentés de façon aléatoire aux répondants :

1. La détérioration des ressources naturelles de la terre
2. Les grands problèmes de santé et de survie liés à l'alimentation
3. Les violences faites aux femmes
4. Les inégalités femmes-hommes
5. Les difficultés dans certains quartiers péri-urbains
6. L'isolement et la discrimination
7. La désertification de certains territoires urbains et ruraux
8. Le problème de l'aide aux sans-abris
9. Le problème de l'aide aux migrants
10. Les difficultés rencontrées par les agriculteurs
11. Les cyberattaques