

Une étude



pour



Climat et Entreprises

Qu'attendent les Français des entreprises en matière de climat ?

Février 2021

Jean-Daniel Lévy, Directeur du Département Politique – Opinion

Gaspard Lancrey-Javal, Directeur d'études au Département Politique – Opinion

Mathieu Omhovere, Chargé d'études au Département Politique – Opinion



Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **26** au **28 janvier** 2021.



Échantillon de 1039 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe**, **âge**, **catégorie socioprofessionnelle** et **région** de l'interviewé(e).



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.

Intervalle de confiance

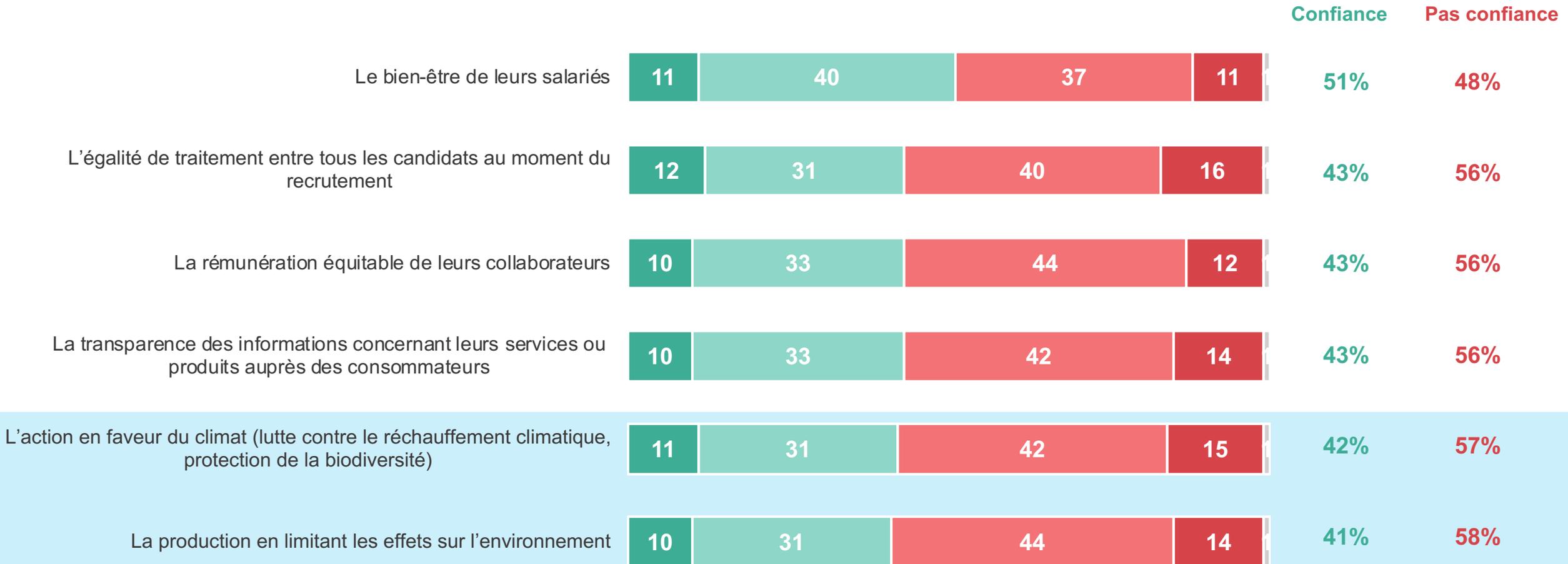
L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

Au premier abord, les Français expriment une confiance mitigée à l'égard des entreprises pour agir dans le bon sens sur différents enjeux sociétaux, notamment le climat

Diriez-vous que vous faites confiance ou pas confiance aux entreprises de façon générale pour agir dans le bon sens concernant... ?

- À tous, en % -



■ Tout à fait confiance ■ Plutôt confiance ■ Plutôt pas confiance ■ Pas du tout confiance ■ Ne se prononce pas

La confiance envers les entreprises en matière de climat est plus prononcée de la part des jeunes, des salariés du secteur privé et des sympathisants LREM

Diriez-vous que vous faites confiance ou pas confiance aux entreprises de façon générale pour agir dans le bon sens concernant... ?

- À tous, en % -

42% des Français font confiance aux entreprises pour agir dans le bon sens concernant le climat

Cette confiance est plus marquée que la moyenne parmi :

Les jeunes âgés de moins de 35 ans : 51%

Les salariés du secteur privé : 54%

Les sympathisants LREM : 58%

34% des Français ne font confiance aux entreprises dans aucun domaine

Cette défiance généralisée est plus marquée que la moyenne parmi :

Les femmes : 37%

Les seniors âgés de 50 ans et plus : 44%

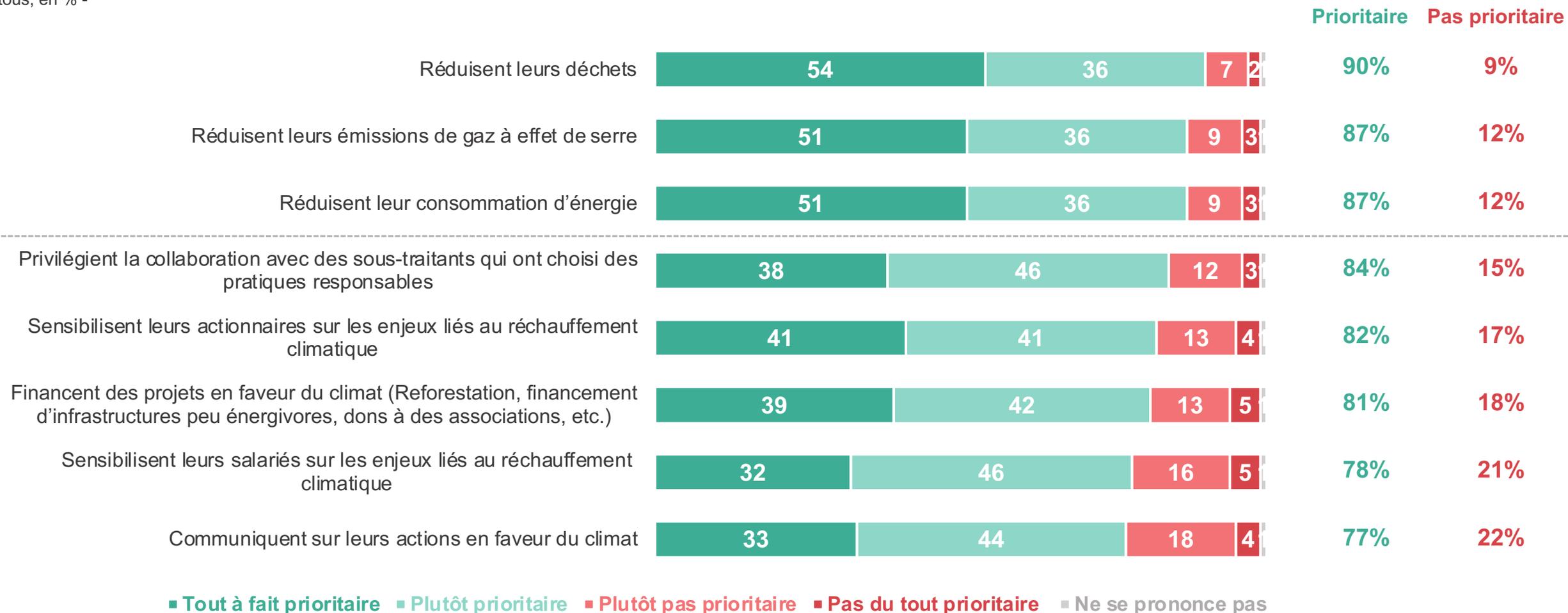
Les fonctionnaires : 41%

Les sympathisants de gauche : 43%

Les Français jugent prioritaire que les entreprises s'impliquent à de multiples niveaux en faveur du climat, en premier lieu pour réduire leurs déchets, leurs émissions de gaz à effet de serre et leur consommation énergétique

Selon vous, est-ce prioritaire ou pas prioritaire que les entreprises... ?

- À tous, en % -



Les trois quarts des Français déclarent savoir au moins vaguement ce que cela veut dire quand une entreprise se déclare « neutre en carbone », mais seulement 28% savent précisément ce que cela signifie

Le plus souvent, quand une entreprise déclare être « neutre en carbone », savez-vous ce que cela veut dire ?

- À tous, en % -

Oui : 76%

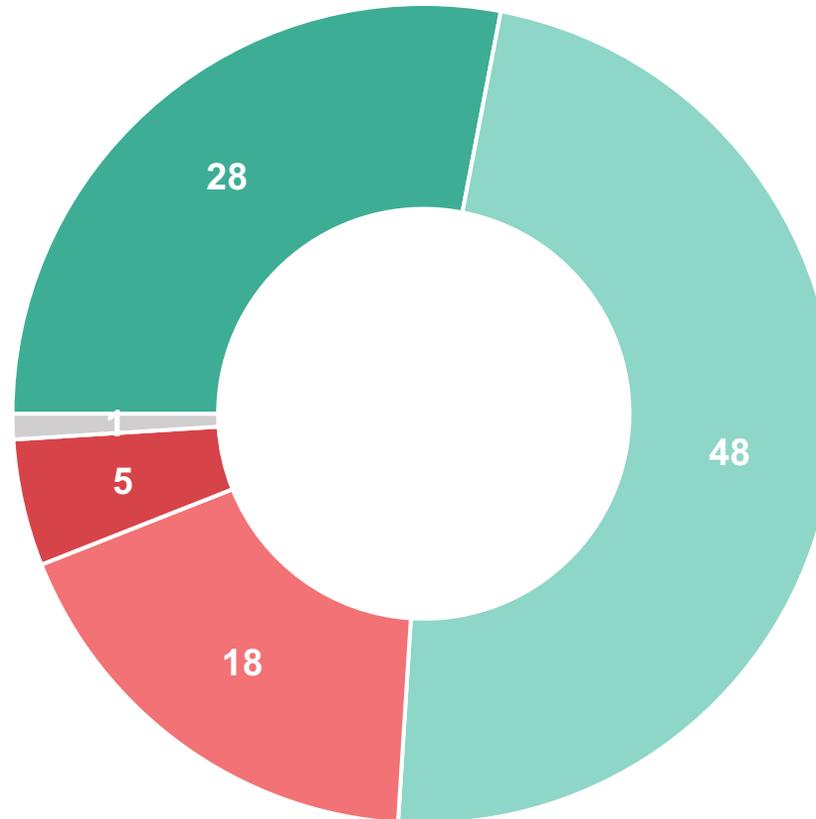
Hommes : 82%

Cadres et professions libérales : 84%

Non : 23%

Femmes : 27%

Catégories populaires : 27%



■ Oui, tout à fait

■ Oui, plutôt

■ Non, plutôt pas

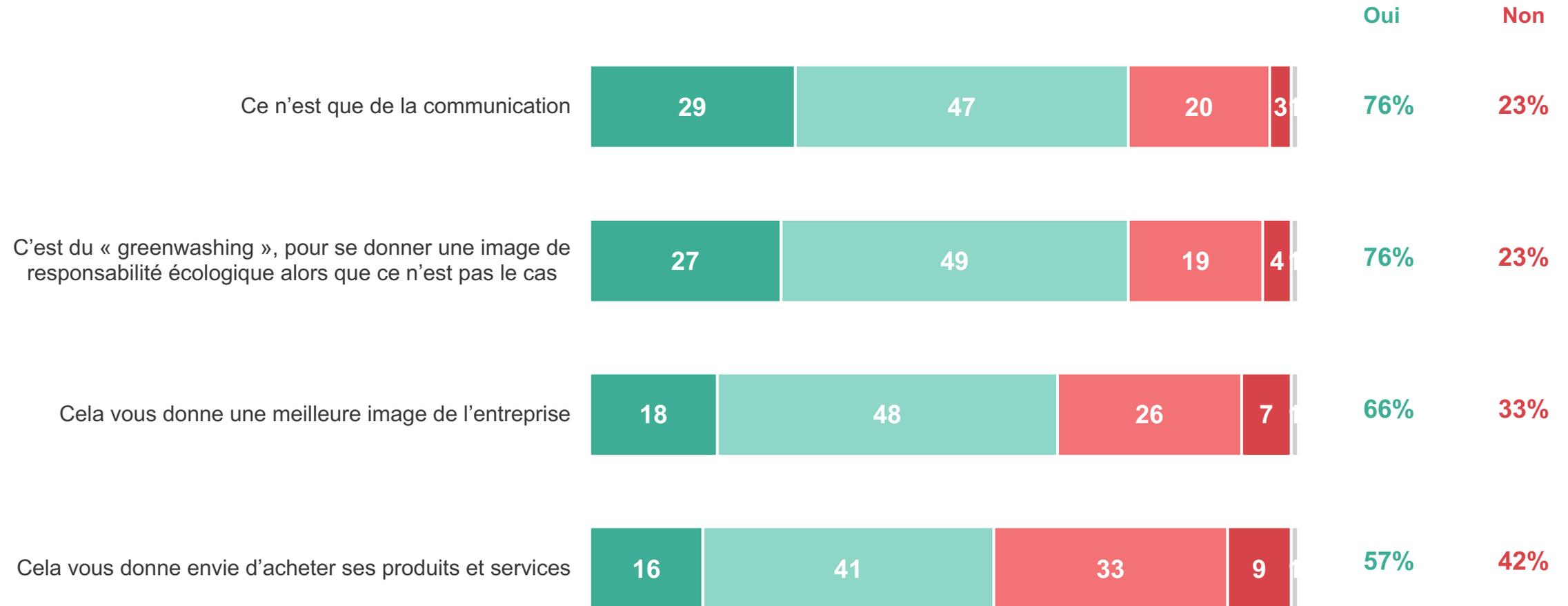
■ Non, pas du tout

■ Ne se prononce pas

Quand une entreprise se déclare « neutre en carbone », les trois quarts des Français sont tentés d’y voir une démarche superficielle, même si les deux tiers admettent que cela peut améliorer leur perception de l’entreprise

Le plus souvent, quand une entreprise déclare être « neutre en carbone » ... ?

- À tous, en % -



L'impact positif de la neutralité carbone des entreprises est plus prononcé auprès des jeunes, des salariés du privé, des catégories populaires et des sympathisants de gauche

Le plus souvent, quand une entreprise déclare être « neutre en carbone » ... ?

- À tous, en % -

Certaines catégories de population ont davantage tendance que d'autres à déclarer que la neutralité carbone d'une entreprise a un impact positif sur leur perception de l'entreprise, voire sur leurs intentions d'achats :

Les jeunes âgés de moins de 35 ans

Les salariés du secteur privé

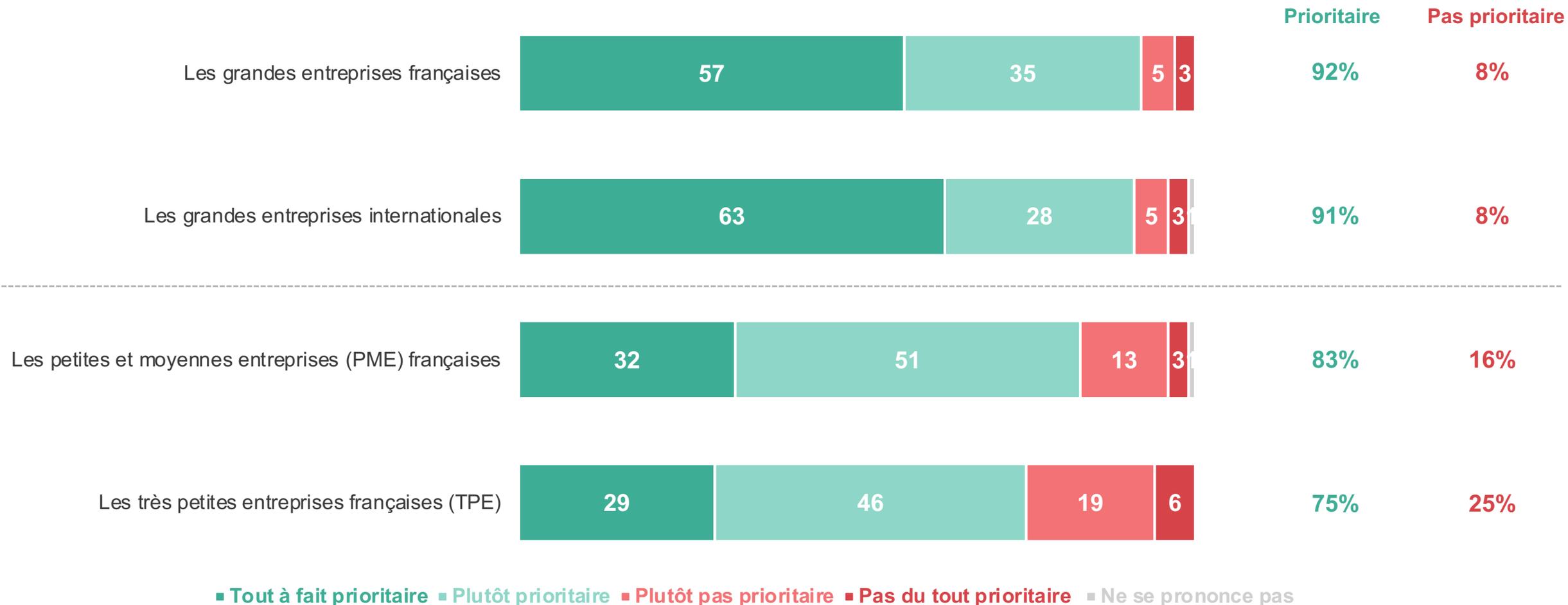
Les personnes issues des catégories populaires

Les sympathisants de gauche

Les grandes entreprises, davantage encore que les PME ou les TPE, sont unanimement attendues par les Français pour s'engager à devenir neutres sur le plan du climat

À vos yeux, est-ce prioritaire ou pas prioritaire que les entreprises suivantes s'engagent à devenir « neutres sur le plan du climat » (c'est-à-dire en n'émettant pas plus de gaz à effet de serre que ce que la planète peut absorber, en utilisant à 100% des énergies renouvelables, etc.) ?

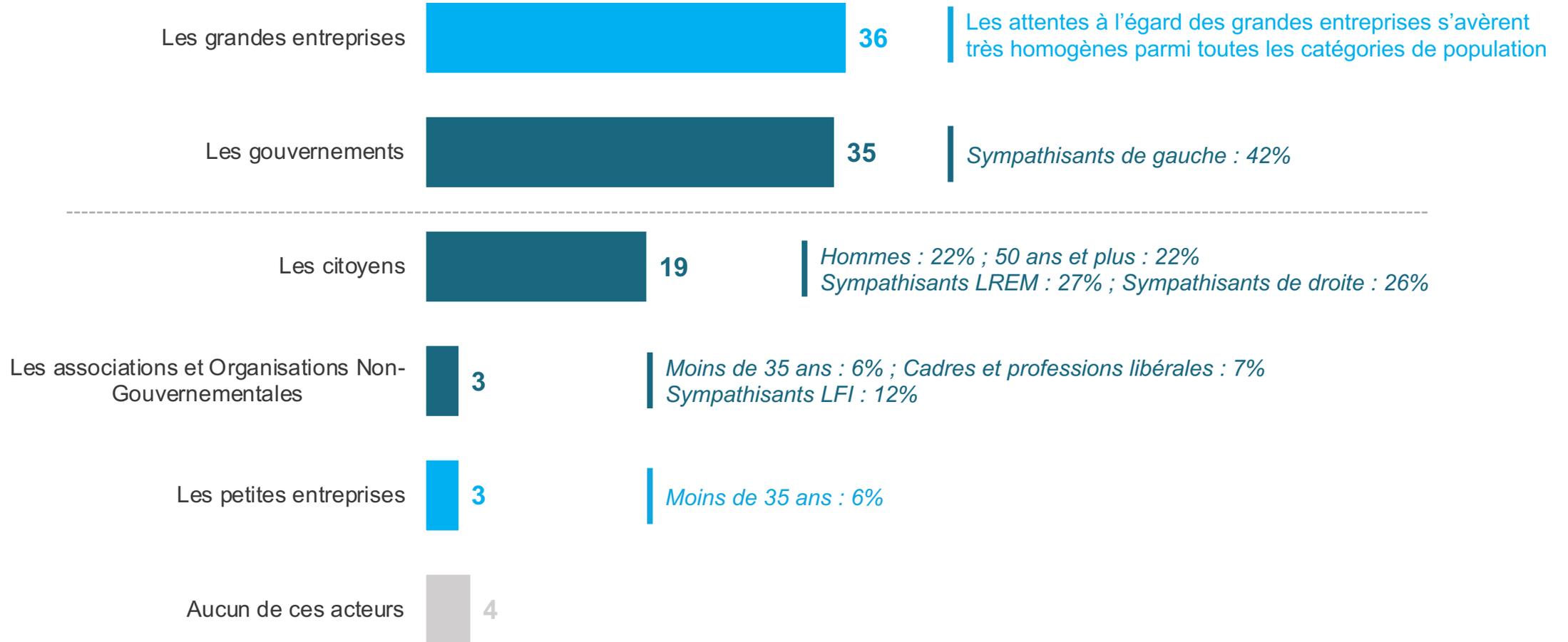
- À tous, en % -



Même par rapport à d'autres acteurs, les grandes entreprises sont au moins aussi attendues que les pouvoirs publics pour agir en matière de climat

Selon vous, parmi les acteurs suivants, qui doit agir en priorité pour le climat ?

- À tous, en % -



Contacts

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](https://www.facebook.com/harrisinteractive)



[Twitter](https://twitter.com/harrisinteractive)



[LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/harrisinteractive)

Contacts Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur du département Politique & Opinion – 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr
- Laurence Lavernhe – Directrice Marketing & Communication – 01 44 87 60 94 – llavernhe@harrisinteractive.fr