

**Un sondage de l'institut Harris Interactive pour RMC Info et Metro fait le point sur la perception des Français par rapport au réchauffement climatique**

Paris, le 23 Octobre 2007

\*\*\*\*\*

Les français considèrent que c'est majoritairement aux acteurs économiques de faire le plus d'effort, même s'ils restent relativement nombreux à s'approprier cet enjeu.

**Pour lutter contre le réchauffement climatique, qui doit faire le plus d'effort ?**

- **Les citoyens** 29,4%
- **Les pouvoirs publics** 23,9%
- **Les acteurs économiques** 41,2%

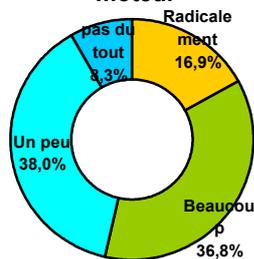
A noter que près de 40 % (39,6%) des 15-24 ans considèrent que c'est aux citoyens de faire le plus d'efforts.

\*\*\*\*\*

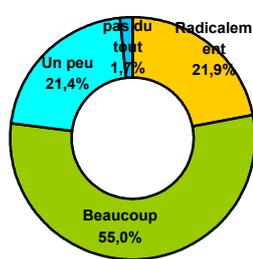
Les français sont prêts à changer leurs habitudes pour lutter contre le réchauffement climatique. En priorité, la gestion des déchets ménagers et la consommation d'énergie. Les efforts en matière d'utilisation de véhicules à moteur sont moins envisagés, même s'ils concernent plus de la moitié de la population.

**Dans les domaines suivants, pour lutter contre le réchauffement climatique, seriez-vous prêts à changer vos habitudes ?**

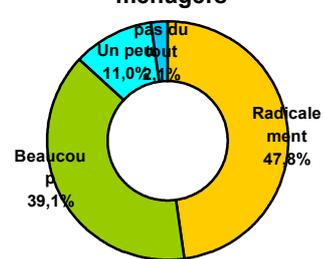
**53,7%**  
Utilisation d'un véhicule à  
moteur



**76,9%**  
Consommation d'énergie



**86,9%**  
Gestion des déchets  
ménagers



Les français, peu amateurs de taxes, sont cependant près de 44 % à être favorables à la création de taxes spécifiques pour les particuliers. Ils sont naturellement très nombreux à être favorables à ce type de taxes pour les entreprises, dans la logique « pollueur – payeur »

**Etes-vous favorable à la création de taxes spécifiques pour...**

	<b>Tout à fait ou Plutôt favorable</b>
▪ <b>Les particuliers dont les pratiques ont des effets sur le réchauffement climatique ?</b>	<b>43,9%</b>
▪ <b>Les industriels dont les pratiques ont des effets sur le réchauffement climatique ?</b>	<b>94,3%</b>

## Résultats détaillés :

Pour lutter contre le réchauffement climatique, qui doit faire le plus d'effort ?		
	Effectif	Pourcentage
Les citoyens	294	29,4%
Les pouvoirs publics	239	23,9%
Les acteurs économiques	412	41,2%
Un autre acteur	4	0,4%
Je ne sais pas	18	1,8%
Je ne pense pas que l'on puisse lutter contre le réchauffement climatique	34	3,4%
Total	1000	100%

Dans les domaines suivants, pour lutter contre le réchauffement climatique, seriez-vous prêts à changer vos habitudes ?						
	Radicalement	Beaucoup	Sous-total "prêts"	Un peu	Pas du tout	Sous-total "pas prêts"
Utilisation d'un véhicule à moteur	16,9%	36,8%	53,7%	38,0%	8,3%	46,3%
Consommation d'énergie (chauffage, éclairage, appareils électroménagers)	21,9%	55,0%	76,9%	21,4%	1,7%	23,1%
Gestion des déchets ménagers	47,8%	39,1%	86,90%	11,00%	2,10%	13,1%

Etes-vous favorable à la création de taxes spécifiques pour les particuliers dont les pratiques ont des effets sur le réchauffement climatique ?		
	Effectif	Pourcentage
Tout à fait favorable	139	13,9%
Plutôt favorable	300	30,0%
<b>Sous-total favorable</b>	<b>439</b>	<b>43,9%</b>
Plutôt pas favorable	294	29,4%
Pas du tout favorable	267	26,7%
<b>Sous-total pas favorable</b>	<b>561</b>	<b>56,1%</b>
Total	1000	100,0%

Etes-vous favorable à la création de taxes spécifiques pour les industriels dont les pratiques ont des effets sur le réchauffement climatique ?		
	Effectif	Pourcentage
Tout à fait favorable	728	72,8%
Plutôt favorable	215	21,5%
<b>Sous-total favorable</b>	<b>943</b>	<b>94,3%</b>
Plutôt pas favorable	36	3,6%
Pas du tout favorable	21	2,1%
<b>Sous-total pas favorable</b>	<b>57</b>	<b>5,7%</b>
Total	1000	100,0%

## Méthodologie

Ce sondage a été réalisé en ligne par Harris Interactive pour RMC Info du 18 au 22 Octobre 2007, auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 français de 15 ans et plus. Les répondants ont été sélectionnés au sein de l'access panel d'Harris Interactive et gérés par quotas et redressements sur les critères de sexe, d'âge, région, et de catégorie socioprofessionnelle.

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

## A propos d'Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (13ème rang mondial). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie.

Pour plus de renseignements sur Harris Interactive veuillez consulter [www.harrisinteractive.fr](http://www.harrisinteractive.fr)

## Contact presse :

Harris Interactive France: Laurence Lavernhe

5-7 rue du Sahel – 75012 Paris

Tel: 01 44 87 60 94 – Fax: 01 44 87 60 31 [llavernhe@harrisinteractive.fr](mailto:llavernhe@harrisinteractive.fr)