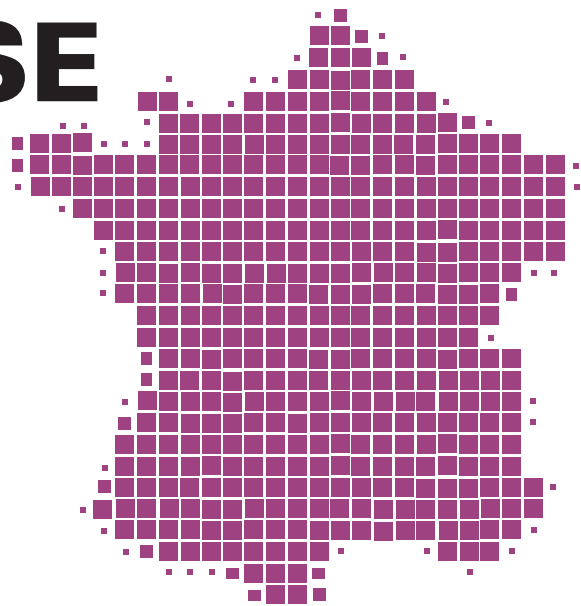


ENQUÊTES D'OPINION

LES ASPIRATIONS ET CLIVAGES DANS LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE

DOSSIER 5 / 6

VALEURS MORALES,
TECHNOLOGIE
& ENVIRONNEMENT



sous la direction de Cédric POLÈRE,
politologue, sociologue
Juin 2018

GRANDLYON
la métropole

PRÉAMBULE

L'analyse des transformations sociales est un des fondements de tout travail de prospective : comment évoluent les valeurs morales (famille, sexualité, fin de vie...), les croyances et les aspirations des Français ? Quels sont les clivages qui s'affirment et ceux qui régressent (droite et gauche, ville et campagne, nation et mondialisation...) ? Comment certaines pratiques sociales importantes se transforment-elles (consommation, santé, alimentation, rapports de genres...) ? Quelles conceptions les Français projettent-ils pour demain concernant le rapport à l'altérité, les formes de la solidarité, la place de l'action publique ?

La direction de la prospective et du dialogue public a souhaité faire le point sur toutes ces questions. Elle a compilé plusieurs centaines d'enquêtes réalisées au niveau national et international.

Les résultats commentés sont présentés au sein des six dossiers thématiques suivants :

1. Rapports aux institutions
2. Trajectoires sociales
3. Sécularisation et religion
4. Cohésion sociale et violence
5. Valeurs morales, technologie et environnement
6. Rapports à la ville

PRÉCAUTIONS MÉTHODOLOGIQUES

Les données présentées ici ne sont pas issues de statistiques (par exemple le nombre de délits enregistrés dans le pays par la police pendant une année) mais d'enquêtes et de sondages (par exemple la part de la population qui éprouve un sentiment d'insécurité dans les transports publics).

Nous sommes donc dans le registre du déclaratif qui permet de cerner des opinions et des représentations.

L'intérêt des enquêtes d'opinion est précisément de pouvoir appréhender la subjectivité des individus, de comprendre ce qui motive leurs comportements. Leur limite est le décalage qui existe bien souvent entre ce que les gens déclarent et ce qu'ils font réellement. Mais identifier ces décalages constitue aussi un enjeu pour tout responsable public souhaitant adapter l'offre de service aux attentes des habitants, ou inversement susciter des évolutions dans les comportements des habitants.

Les enquêtes et les sondages sont soumis par nature à de multiples biais, même quand l'échantillon est dit représentatif de la population. Par exemple, une même question formulée de deux façons différentes peut entraîner des résultats différents. Ou alors, des éléments forts dans l'actualité, mais conjoncturels, peuvent venir perturber les réponses des interviewés. Ajoutons aussi que, par définition les individus répondent aux questions qu'on leur pose. Or bien souvent aucune question ne leur permet d'exprimer ce qu'ils pensent vraiment... et ce que font alors ressortir les résultats du sondage, c'est autant les préoccupations du sondeur que les opinions des personnes sondées.

Toutefois, si tel ou tel résultat d'enquête peut toujours être critiqué, la masse des sondages et des enquêtes ne se trompe pas. C'est la raison pour laquelle la direction de la prospective et du dialogue public a souhaité compiler et recouper les résultats de nombreuses enquêtes.

Dans la restitution synthétique des résultats que nous livrons ici, aucun chiffre n'est cité seul (par exemple, x% des français pensent que...). En effet, malgré leur apparente précision ces chiffres ne sont que des ordres de grandeur. Par contre, ce qui est réellement significatif ce sont les comparaisons dans le temps et entre groupes. Toutes les données présentées exprimeront donc soit des évolutions d'opinions, soit des différences ou des proximités d'opinions entre des groupes.

6 dossiers thématiques, 114 fiches-enquêtes, comment s'y retrouver ?

Dossier 1 : **RAPPORTS AUX INSTITUTIONS**, piloté par Sebastian Roché

Avec les fiches rédigées par :

- Sebastian Roché (fiches 1, 2, 3, 6, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17),
- Cédric Polère (fiches 4, 5, 7),
- Aurélien Boutaud (fiches 8, 12)

Dossier 2 : **TRAJECTOIRES SOCIALES**, piloté par Cédric Polère

Avec les fiches rédigées par :

- Cédric Polère (fiches 18, 20, 23, 24, 31, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 42),
- Sebastian Roché (fiches 27, 28, 29, 30),
- Aurélien Boutaud (fiches 21, 22, 25, 32, 33, 36)
- Boris Chabanel (fiches 19, 26)

Dossier 3 : **SÉCULARISATION & RELIGION**, piloté et rédigé par Sebastian Roché (fiches 43 à 59)

Dossier 4 : **COHÉSION SOCIALE & VIOLENCES**, piloté et rédigé par Sebastian Roché (fiches 60 à 83)

Dossier 5 : **VALEURS MORALES, TECHNOLOGIE & ENVIRONNEMENT**, piloté par Cédric Polère

Avec les fiches rédigées par :

- Cédric Polère (fiches 85, 86, 88, 89, 91, 97, 98),
- Sebastian Roché (fiches 99, 100),
- Aurélien Boutaud (fiches 84, 90, 92, 93, 94, 95, 96, 101)
- Boris Chabanel (Fiche 87)

Dossier 6 : **RAPPORTS À LA VILLE**, piloté par Aurélien Boutaud

Avec les fiches rédigées par :

- Aurélien Boutaud (fiches 102, 105, 106, 108, 109, 111, 112),
- Cédric Polère (fiches 103, 107, 110, 113, 114),
- Sebastian Roché (Fiche 104)

LES ASPIRATIONS ET CLIVAGES DANS LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE

DOSSIER 5 VALEURS MORALES, TECHNOLOGIE & ENVIRONNEMENT

SOMMAIRE

SYNTHÈSE.....	p. 6
84. Mariage pour tous, PMA et GPA : une adhésion majoritaire des Français, mais des clivages encore marqués.....	p. 11
85. Légaliser le cannabis ?	p. 17
86. Perception du corps, sexualité et influence de la « culture porn ».....	p. 21
87. Consommation alimentaire et santé : des pratiques et des perceptions qui oscillent entre recherche de plaisir – santé et situation de risques alimentaires.....	p. 25
88. La perception du sport comme vecteur de santé	p. 31
89. Une adhésion croissante aux enjeux de protection de l’environnement et du changement climatique	p. 37
90. L’engouement (plus ou moins partagé) pour la consommation responsable : le cas de l’agriculture biologique.....	p. 41
91. Une sensibilité croissante à la condition animale	p. 47
92. La tentation transhumaniste : jusqu’où les Français sont-ils prêts à aller dans l’usage de la technoscience dans la médecine ?	p. 53
93. L’économie collaborative boostée par les jeunes et les CSP+	p. 59
94. L’adhésion des français aux circuits courts et au made in France	p. 63
95. Que pensent les entrepreneurs ?.....	p. 67
96. Les Français et le bien-être : ce qui rend les gens satisfaits (ou insatisfaits) de leur vie	p. 71
97. Les aspirations à l’habitat individuel, au calme, ... : les attentes des Français en matière d’habitat	p. 75
98. Une aspiration croissante à la protection des données personnelles.....	p. 81
99. Les nouvelles technologies et vulnérabilité : captations des identités.....	p. 87
100. Internet et les médias sociaux : les adolescents auteurs et victimes de délits.....	p. 91
101. <i>Fake news</i> et théorie du complot : une défiance marquée vis-à-vis du « système » des médias	p. 95

DOSSIER 5 : VALEURS MORALES, TECHNOLOGIE & ENVIRONNEMENT

SYNTHÈSE

Les enquêtes nous renseignent sur les aspirations des Français. Elles ne nous en donnent pas un panorama exhaustif mais nous permettent de cerner celles qui sont les plus fortes. Dans cette introduction nous pensons utile de les rapporter aux tendances qui les soutiennent.

Des Français de plus en plus tolérants sur les modes de vie : ouverture du champ des possibles et questionnements éthiques.

La famille s'est diversifiée parce que les couples tendent à se séparer de plus en plus (familles recomposées, familles monoparentales) et en raison de l'acceptation sociale de l'homosexualité (familles monoparentales). Une même famille peut prendre successivement différentes formes. Des modes de vie et des pratiques qui étaient déviantes ne le sont plus et se banalisent : hier c'était les divorces, les unions libres, la naissance hors mariage, aujourd'hui c'est l'homoparentalité et la procréation médicalement assistée (PMA). On touche là une tendance lourde qui explique pourquoi a été votée une loi rendant possible le mariage entre personnes de même sexe, pourquoi il devient envisageable de légaliser la gestation pour autrui (GPA), pourquoi l'euthanasie et le suicide assistés pourraient entrer dans les pratiques des hôpitaux : les Français sont de plus en plus permissifs, c'est-à-dire tolérants en matière de mœurs et de modes de vie, dès lors que cela n'empiète pas sur leur mode de vie, et, pourrait-on ajouter, que cela ne concerne pas l'islam. On le sait grâce aux vagues successives d'enquête de l'*European Values Study*. En l'espace de 30 ans on mesure des évolutions spectaculaires d'adhésion à des propositions qui font passer des pratiques du statut de déviantes au statut de normales, banales ou légales : 2 Français sur 3 considèrent aujourd'hui qu'un couple homosexuel vivant avec ses enfants « constitue une famille à part entière », alors qu'ils n'étaient qu'1 sur 4 à le penser 30 ans plus tôt ; les scores en faveur de la dépénalisation de la consommation de cannabis ont évolué de la même façon. Lorsque l'évolution des mentalités se conjugue avec des avancées médicales cela ouvre tout à la fois le champ des possibles et pousse à un questionnement éthique. Allons-nous vers une médecine prédictive basée sur la génétique, vers de nouvelles formes d'eugénisme qui ne disent pas leur nom ? Ces sujets sont clivants et vont opposer des composantes de la population qui jusque-là n'étaient pas en opposition frontale : ainsi, les Français ayant une pratique religieuse tendent à s'opposer à des mesures permissives ; le clivage est aussi idéologique mais se fait rarement selon une opposition « chimiquement pure » droite-gauche, puisque les seuls électeurs qui sont franchement opposés à ces évolutions sont surtout du côté de LR.

- ▶ Fiche 84 : Mariage pour tous, PMA et GPA : une adhésion majoritaire des Français, mais des clivages encore marqués
- ▶ Fiche 85 : Légaliser le cannabis ?
- ▶ Fiche 86 : Perception du corps, sexualité et influence de la « culture porn »

Souci pour sa santé, préoccupation pour l'environnement, des motivations qui tendent à s'entremêler

Nous renonçons parfois au bronzage pour ne pas risquer un cancer de la peau, et notre alimentation tend à se modifier au rythme des informations et des scandales sanitaires qui pointent les effets nocifs de telle ou telle substance. De fait la consommation alimentaire dépend de plus en plus de ses bienfaits supposés pour la santé. Le modèle de production agricole basée sur la production intensive, l'usage de la chimie et des biotechnologies dans les cycles de production, l'enfermement des animaux, tout cela

est l'objet d'une critique accrue. Les additifs, les conservateurs ainsi que la composition des produits transformés inquiètent de plus en plus de Français. Derrière les changements de pratique alimentaire, le souci de sa santé est souvent la première raison citée, devant des motivations dites altruistes (protéger l'environnement, soutenir l'économie nationale et locale, les producteurs, les savoir-faire traditionnels, etc.). Le sport n'échappe pas à cette logique, on le pratique d'abord pour être en bonne santé.

85 % des Français se disent sensibles à l'environnement dont 38 % très sensibles. Si cette sensibilité est élevée, elle n'augmente pas forcément et vient largement derrière les préoccupations socio-économiques tant que le chômage est élevé. Elle change aussi de contenu en fonction des thèmes médiatisés. La lutte contre le changement climatique, l'amélioration de la qualité de l'air, la lutte contre la baisse de la biodiversité sont devenues des enjeux environnementaux de premier plan pour l'opinion publique. Les moins de 35 ans y sont particulièrement sensibles. Les préoccupations pour la santé et l'environnement tendent à renforcer la pression pour transformer nos modèles de production de manière à les rendre soutenables. Mais la force d'inertie de ces modèles est importante : les acteurs en place et leurs lobbies peuvent souligner qu'une partie importante de la population n'est pas prête à changer ses habitudes de consommation en faveur de produits plus « responsables », durables et éthiques. Le clivage est alors clairement entre la « France du haut » et la « France du bas ».

- ▶ Fiche 87 : Consommation alimentaire et santé : des pratiques et des perceptions qui oscillent entre recherche de plaisir-santé et situations de risques alimentaires
- ▶ Fiche 88 : La perception du sport comme vecteur de santé
- ▶ Fiche 89 : Une adhésion croissante aux enjeux de protection de l'environnement et de changement climatique
- ▶ Fiche 90 : L'engouement (plus ou moins partagé) pour la consommation responsable : le cas de l'agriculture biologique

Le statut de l'animal change

Dans les motivations à consommer bio, l'argument qui porte sur le bien-être des animaux connaît le bond le plus important entre 2014 et 2016, puisque 28 % des consommateurs disent prendre en compte cet argument dans leur achat, contre 17 % deux ans plus tôt. Alors que selon Terra Nova (La viande au menu de la transition alimentaire, 2017), la préservation de la planète implique de diviser par deux la consommation des Français de chair animale, les Français sont de plus en plus nombreux à être convaincus que c'est une nécessité. Ce sont des indices parmi d'autres de la progression spectaculaire de la préoccupation pour le bien-être animal. L'idée devient majoritaire que toute souffrance animale inutile devrait être évitée. On est face à des aspirations de plus en plus partagées qui vont modifier tant les législations, les catégories philosophiques, que les pratiques dans de nombreux domaines (pratiques d'élevage, exploitation de l'animal à des fins de loisirs et médicales, etc.).

- ▶ Fiche 91 : Une sensibilité croissante à la condition animale

Des attentes suscitées par les avancées médicales

Une large majorité de Français pensent que les progrès de la médecine doivent aider à améliorer les capacités physiques et mentales des personnes en bonne santé. 7 Français sur 10 sont favorables au recours plus systématique aux données personnelles dans une visée médicale, ce qui ouvre un boulevard au traitement des données issus des multiples appareils connectés dont ils se dotent de plus en plus. Il est attendu que les technologies améliorent les capacités humaines, retardent le vieillissement, maintiennent en bonne santé plus longtemps. Ce qui frappe c'est l'adhésion non pas majoritaire mais assez large à des propositions disruptives et transgressives : alors que l'espérance de vie plafonne, 45 %

des Français pensent que « les progrès de la médecine doivent aider à repousser les limites de la mort » ; 23 % d'entre eux se disent aujourd'hui prêts à installer un capteur sous leur peau qui surveillerait en permanence leur état de santé et communiquerait les données à un centre médical, ce qui est une proportion là aussi considérable. En revanche ils rejettent l'idée de greffer des composants électroniques sur le cerveau d'un individu uniquement pour améliorer ses performances. Bref ce qui était impensable hier devient pensable et souhaitable parfois aux yeux d'une majorité de nos concitoyens, ce qui confronte l'acteur public à des choix qui imposent un questionnement éthique.

- Fiche 92 : La tentation transhumaniste : jusqu'où les Français sont-ils prêts à aller dans l'usage de la technoscience dans la médecine ?

Le collaboratif a le vent en poupe

Toutes pratiques confondues, 95% des Français ont déjà fait appel à la consommation collaborative qui progresse quelles que soit ses formes (achat groupé, covoiturage...). Prenons l'exemple du logement : la location d'appartements à un particulier via une plateforme de type Airbnb a déjà été pratiquée par 25 % de la population française. Presque un Français sur 4 se dit intéressé par la location de son domicile en court séjour, par l'échange de logement, et par la colocation. La consommation collaborative, plébiscitée par les jeunes, a toutes les chances de se renforcer au cours des années à venir. Un chiffre parlant : si 7 % des Français déclarent avoir déjà loué leur appartement via une plateforme de type Airbnb, ce sont 20 % des jeunes de 25 à 34 ans l'ont déjà fait, soit presque trois fois plus que la moyenne. La proportion est la même dans l'utilisation d'interfaces de type Uber. Les pratiques collaboratives s'imposent avant tout parce que les Français, et plus particulièrement les jeunes générations y trouvent un intérêt direct, pour économiser de l'argent quand elles achètent, pour gagner de l'argent quand elles offrent leurs services. Les motivations plus altruistes existent mais viennent largement derrière.

- Fiche 93 : L'économie collaborative boostée par les jeunes et les CSP+

Circuits courts, local, made in France... Une aspiration à la relocalisation de l'économie et de la consommation

Recyclé, produit et échangé via des circuits courts, localement..., tout cela attire de plus en plus : 80 % des Français se disent intéressés par ce mode de consommation. Utiliser et transformer plutôt que jeter, l'*antigaspi* fait partie de cette tendance de fond qui donne lieu à d'innombrables projets autour du recyclage de produits divers. Lorsqu'ils en ont la possibilité, 9 Français sur 10 déclarent donner la priorité à l'achat de produits fabriqués en France et de produits régionaux. L'achat directement aux producteurs suit la même tendance... Dans le domaine alimentaire, le développement des circuits courts profite d'un contexte de défiance généralisée : un Français sur deux déclare qu'il lui arrive souvent de ne pas savoir de quoi sont composés ses aliments. La proximité géographique et le contact direct avec le producteur apparaissent comme ce qui rassure le plus les consommateurs. La réassurance joue à plusieurs niveaux : elle permet de savoir ce que l'on mange et donc d'être rassuré sur les effets de l'alimentation sur sa santé. C'est aussi une manière de donner du sens à ses achats, qui se font au bénéfice de l'environnement, de l'emploi local ou national, de métiers attachés à des savoir-faire. En conjuguant un acte citoyen et un acte bénéfique pour soi, ces pratiques trouvent là un moteur puissant. Ce qui n'empêche pas des freins tout aussi puissants d'exister, qui tiennent au prix et à la difficulté d'y accéder.

Mais pour pouvoir acheter français, encore faut-il pouvoir produire en France. Les entrepreneurs se plaignent des rigidités qui entravent la liberté d'entreprendre dans notre pays.

- Fiche 94 : L'adhésion des Français aux circuits courts et au made in France
- Fiche 95 : Que pensent les entrepreneurs ?

Le bien-être, une alchimie

Les facteurs qui influent le plus le sentiment de bien-être sont de bon indices des difficultés et des aspirations des Français : en tête viennent les bonnes conditions de vie matérielles que permettent l'obtention de revenus suffisants, puis la santé qui comprend l'absence de stress, et le travail, en particulier le fait d'avoir un emploi. D'autres facteurs jouent un rôle important, comme l'importance des liens sociaux. Dans le choix de leur logement, qu'ils préfèrent individuel, les Français sont très attentifs au calme, cri-

tère qui est devenu le premier en importance. Cela traduit la fonction du logement comme espace bulle ou cocon, où l'on préserve avant tout l'entre-soi familial.

- ▶ Fiche 96 : Les Français et le bien-être : ce qui rend les gens satisfaits (ou insatisfaits) de leur vie
- ▶ Fiche 97 : Les attentes des Français en matière d'habitat

Numérique et réseaux sociaux : face aux nouvelles vulnérabilités apportées par le numérique, des attentes de protection

Les outils numériques impactent les relations sociales, la manière de travailler, la manière d'accéder à des services et à des droits (dématérialisation des services publics et e-exclusion), la manière de soigner (télémédecine, utilisation des données produites par le corps humain), la manière de rencontrer l'âme sœur, la manière de mener des guerres (cyberattaques), la manière de gérer les services urbains (smart cities)... Un flot grandissant de données est déjà utilisé par des entreprises pour mieux cibler leur offre. Internet et les réseaux sociaux modifient le rapport à l'autorité, mais aussi à la solidarité, à la religion, à la politique, à la violence. Sans internet et les réseaux sociaux aurait-on tant de cas de radicalisation en France ? Le numérique apporte des opportunités, mais aussi des vulnérabilités nouvelles. Ainsi du rapport à la croyance : plus on utilise internet et les réseaux sociaux pour s'informer, plus on croit à de fausses informations. Les *fake news* et les théories du complot prolifèrent sur le web. Sur un autre plan, les jeunes disent l'importance des humiliations en ligne, subies deux fois plus par les filles que par les garçons. Internet a aussi favorisé l'influence de la pornographie sur la perception de la sexualité des jeunes en particulier, ce qui est perçu aujourd'hui comme un enjeu préoccupant. Autre sujet d'inquiétude, 85 % des Français se disent préoccupés par la protection de leurs données personnelles et par la captation massive qui en est faite par les géants d'internet et via les réseaux sociaux. Cette inquiétude est justifiée, puisqu'on a assisté ces dernières années à une augmentation spectaculaire des escroqueries bancaires basées sur l'utilisation de données personnelles et à de nouvelles formes d'e-délinquance. On comprend alors pourquoi les enjeux d'éducation au numérique et de protection deviennent cruciaux.

- ▶ Fiche 98 : Une aspiration croissante à la protection des données personnelles
- ▶ Fiche 99 : Les nouvelles technologies et vulnérabilité : captations des identités
- ▶ Fiche 100 : Internet et les médias sociaux : les adolescents auteurs et victimes de délits
- ▶ Fiche 101 : *Fake news* et théorie du complot : une défiance marquée vis-à-vis du « système » et des médias

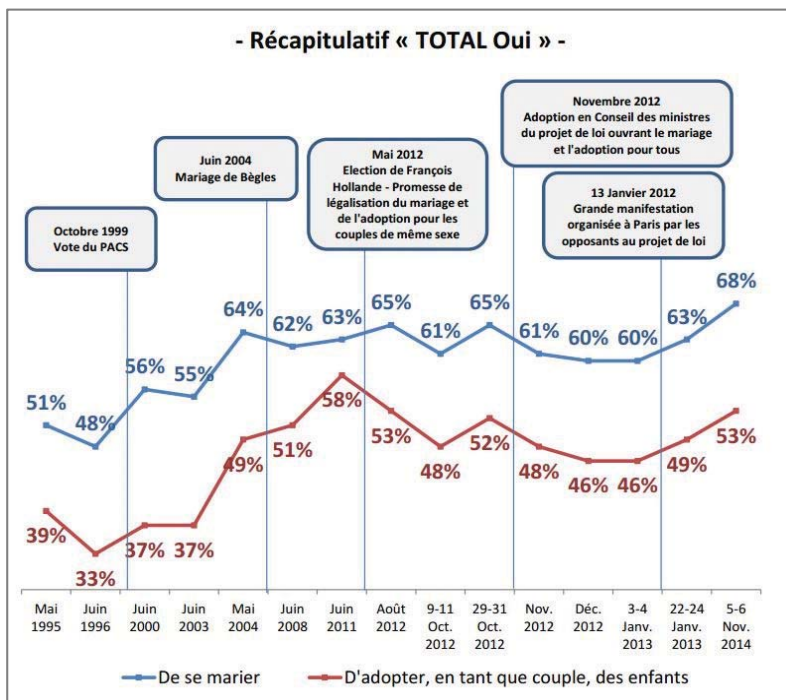
MARIAGE POUR TOUS, PMA ET GPA : UNE ADHÉSION MAJORITAIRE DES FRANÇAIS, MAIS DES CLIVAGES ENCORE MARQUÉS

Mariage pour tous, procréation médicalement assistée (PMA), gestation pour autrui (GPA) : ces questions d'ordre morale et/ou bioéthique ont défrayé la chronique au cours de la décennie passée. Ces débats agités ont abouti dans chaque cas à un retournement de l'opinion publique, qui soutient aujourd'hui majoritairement ces dispositions. Il n'empêche que la question reste très clivante. Certains facteurs sociodémographiques ont un effet très net sur l'adhésion à ces innovations : c'est le cas de l'appartenance politique (clivage droite-gauche), de la pratique religieuse, mais aussi de la proximité ou non d'homosexuels parmi ses proches.

Le mariage et l'adoption chez les couples homosexuels : une adhésion majoritaire avec de forts clivages

L'ouverture du droit au mariage et à l'adoption pour les couples homosexuels a déchaîné l'opinion à plusieurs reprises au cours des deux dernières décennies, donnant l'impression d'une société très divisée sur le sujet. De nombreuses enquêtes ont été menées depuis le milieu des années 1990 afin de mesurer l'adhésion des Français à cette idée. D'un côté, l'ouverture du mariage aux couples homosexuels était déjà légèrement majoritaire dans l'opinion il y a plus de vingt ans de cela, puisque 51% des Français se déclaraient favorables à ce principe en 1995. Malgré les nombreuses manifestations qui ont accompagné le vote du PACS en 1999 et le vote de la Loi Taubira en 2013, ce pourcentage s'est encore accru depuis pour dépasser la barre des deux tiers (68%) des Français favorables au mariage pour tous au lendemain du vote de la loi (2014). Le droit à l'adoption pour ces mêmes couples obtient un taux d'adhésion plus faible, mais il a connu la même évolution : ainsi, si seuls 33% des Français étaient favorables à cette idée en 1996, ils étaient en revanche majoritaires (53%) à la suite du vote de la Loi.

Question : « Vous personnellement, pensez-vous que les couples homosexuels hommes ou femmes devraient avoir le droit en France ... »

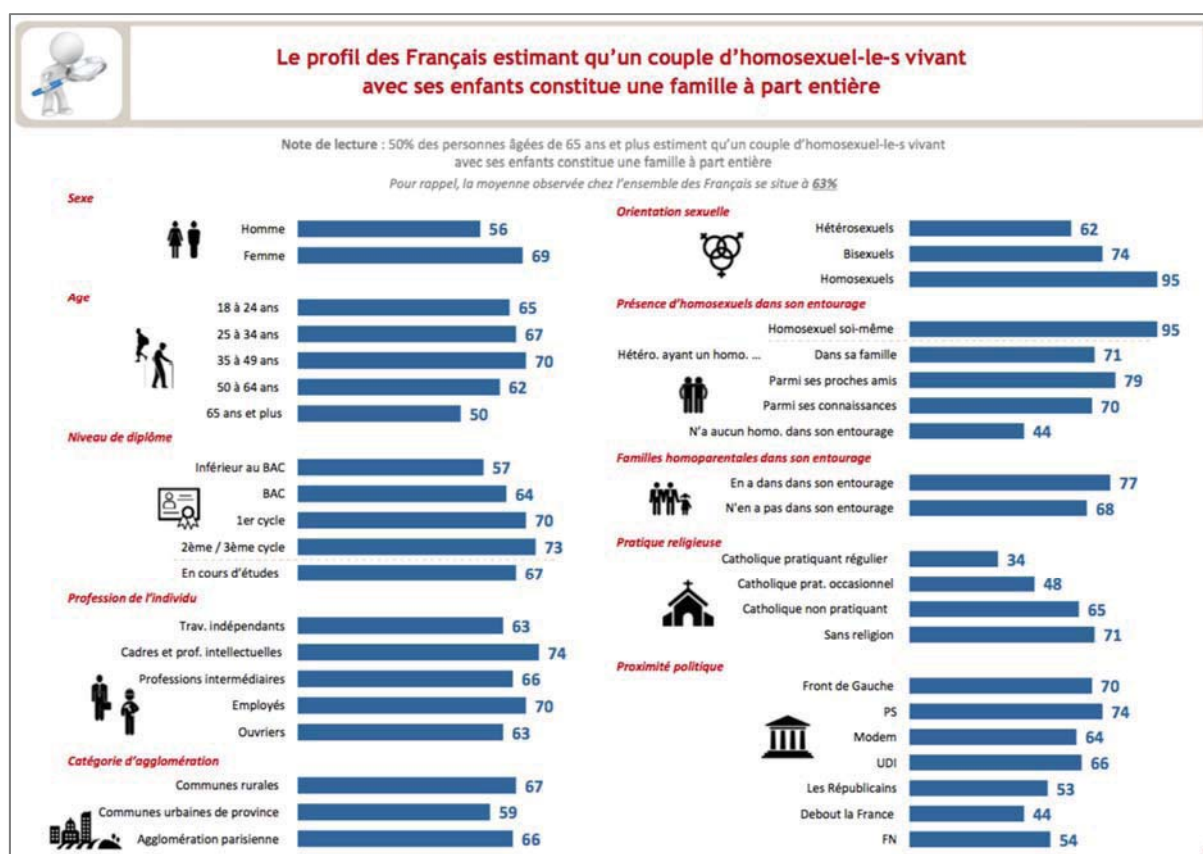


Lecture : en 2014, 68% des Français pensaient que les couples homosexuels devraient avoir le droit de se marier, et 53% que les couples homosexuels devraient avoir le droit d'adopter un enfant (IFOP, 2014.)

Durant les années qui ont suivi le vote de la loi Taubira, la situation semble s'être normalisée aux yeux de la majorité des Français puisqu'une enquête de l'IFOP montrait en 2016, peu avant la campagne présidentielle, que 62% des Français étaient opposés à l'abrogation de la loi Taubira. Au même moment, 63% d'entre eux considéraient qu'un couple homosexuel avec des enfants constituait à leurs yeux une famille à part entière

(+2 points par rapport à 2014). Si la majorité peut paraître large, la question est toutefois très clivante au sein de la société française. L'âge n'est un facteur déterminant dans la formation de cette opinion que pour les personnes de plus de 65 ans, qui sont seulement 50% à penser qu'un couple homosexuel avec enfants est une famille à part entière. Le genre est un facteur plus déterminant, puisque seuls 56% des hommes, contre 69% des femmes, partagent cette opinion. Le niveau de diplôme a également une influence, puisque 57% des peu diplômés contre 73% des diplômés des deuxième et troisième cycles partagent l'idée qu'un couple homosexuel avec enfants est une famille à part entière. Mais les principaux facteurs influençant l'opinion des Français sur cette question sont :

- l'appartenance politique : le clivage droite gauche est marqué puisque 74% des sympathisants du PS partagent cette opinion contre 53% des sympathisants LR, 54% des sympathisants FN et 44% seulement des sympathisants Debout la France ;
- Le degré de pratique religieuse : 71% des personnes sans religion partagent cette opinion, contre 65% des catholiques non pratiquants, 48% des catholiques pratiquants occasionnels et 34% des catholiques pratiquants réguliers (il n'y a pas de données pour les religions minoritaires dans cette enquête).
- le fait d'avoir ou non dans son entourage des personnes homosexuelles : 79% des personnes ayant des amis homosexuels pensent que les couples homosexuels avec enfants sont des familles à part entière, contre 44% de ceux qui n'ont pas d'homosexuels dans leur entourage. (IFOP, 2016)



IFOP, 2016

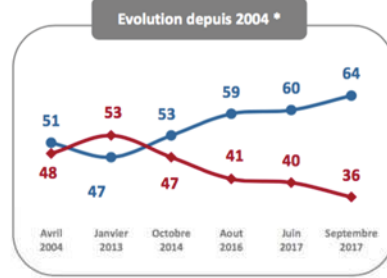
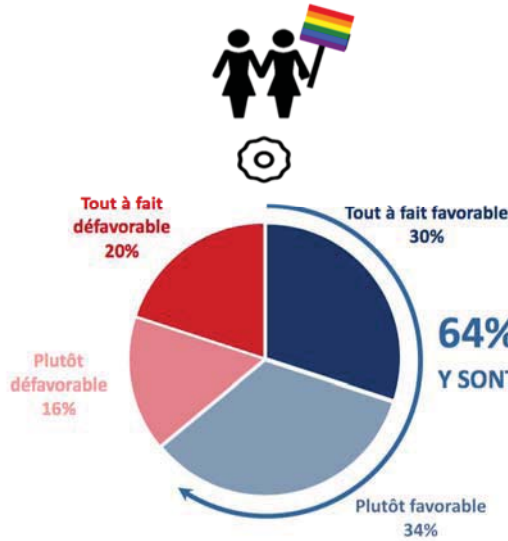
La PMA et la GPA : une progression nette, mais là encore des clivages d'ordre politique et religieux

Qu'en est-il à présent des enjeux de bioéthique liés à la reproduction ? Là encore, l'évolution de l'opinion est très nette au cours des dernières années, comme en témoigne en particulier l'avis des Français concernant la procréation médicalement assistée (PMA). En 1990, seule une petite minorité (24%) des Français étaient favorables à l'ouverture de la PMA aux couples de femmes homosexuelles. Mais l'opinion s'est complètement inversée au cours des dernières années puisque près de deux tiers (64%) des français y sont aujourd'hui favorables.

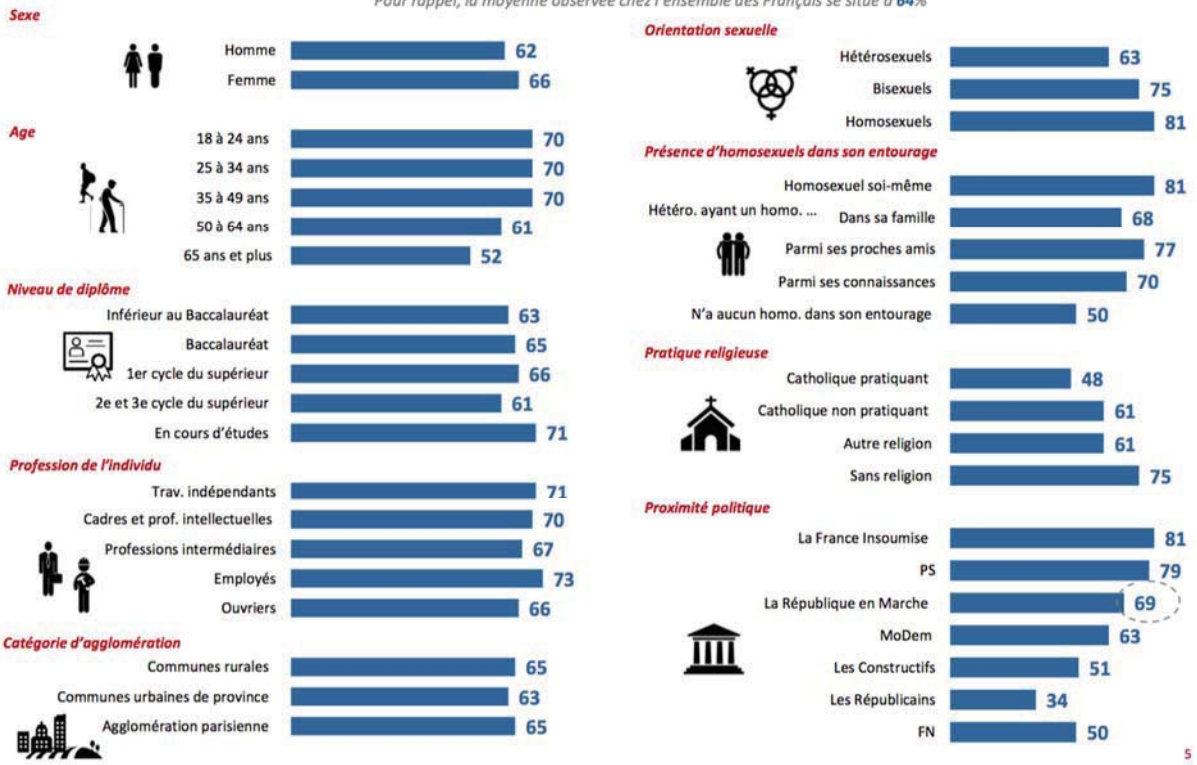
QUESTION : La procréation médicalement assistée (PMA) est une technique de procréation artificielle autorisée en France aux seuls couples hétérosexuels souffrant d'un problème de stérilité ou susceptibles de transmettre une maladie grave à leur enfant. Personnellement, seriez-vous favorable ou défavorable à ce que les couples de femmes homosexuelles désirant un enfant puissent avoir recours à l'insémination artificielle (ce qu'on appelle aussi la PMA) pour avoir un enfant ?

Base : à tous

En hausse depuis juin 2017



Note de lecture : 69% des sympathisants LREM sont favorables à l'élargissement de la PMA aux couples de femmes homosexuelles. Pour rappel, la moyenne observée chez l'ensemble des Français se situe à 64%

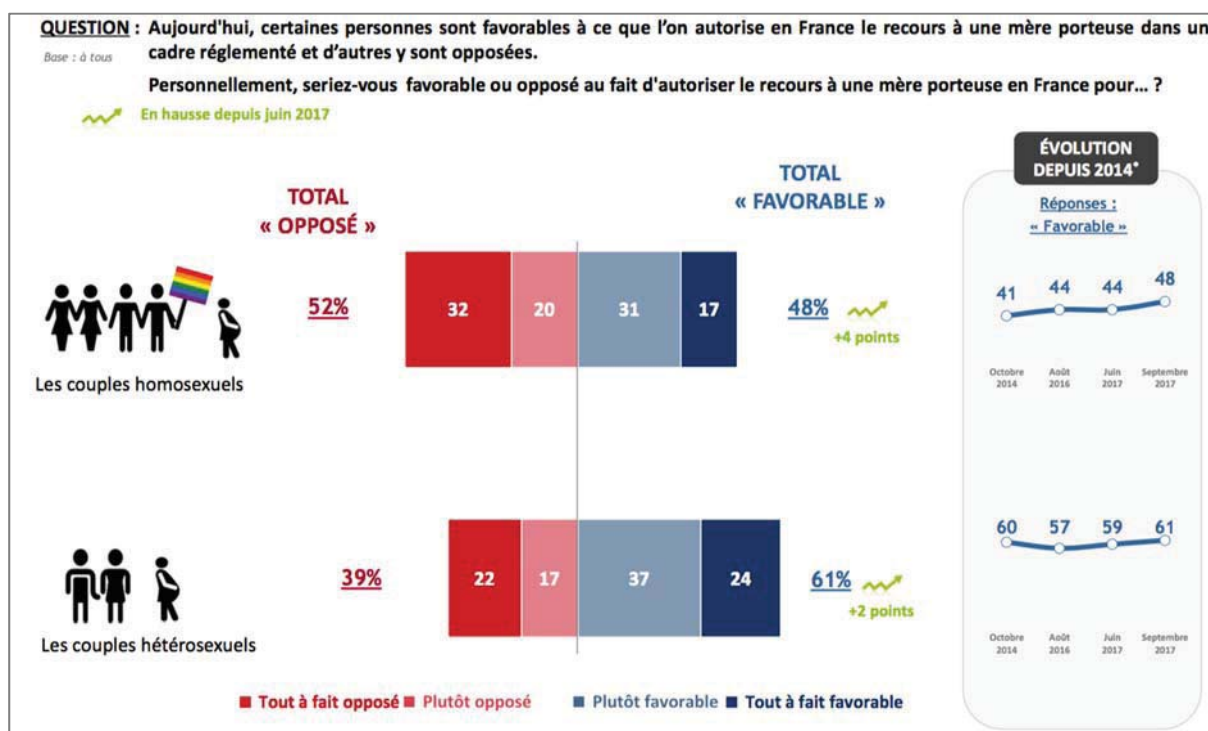


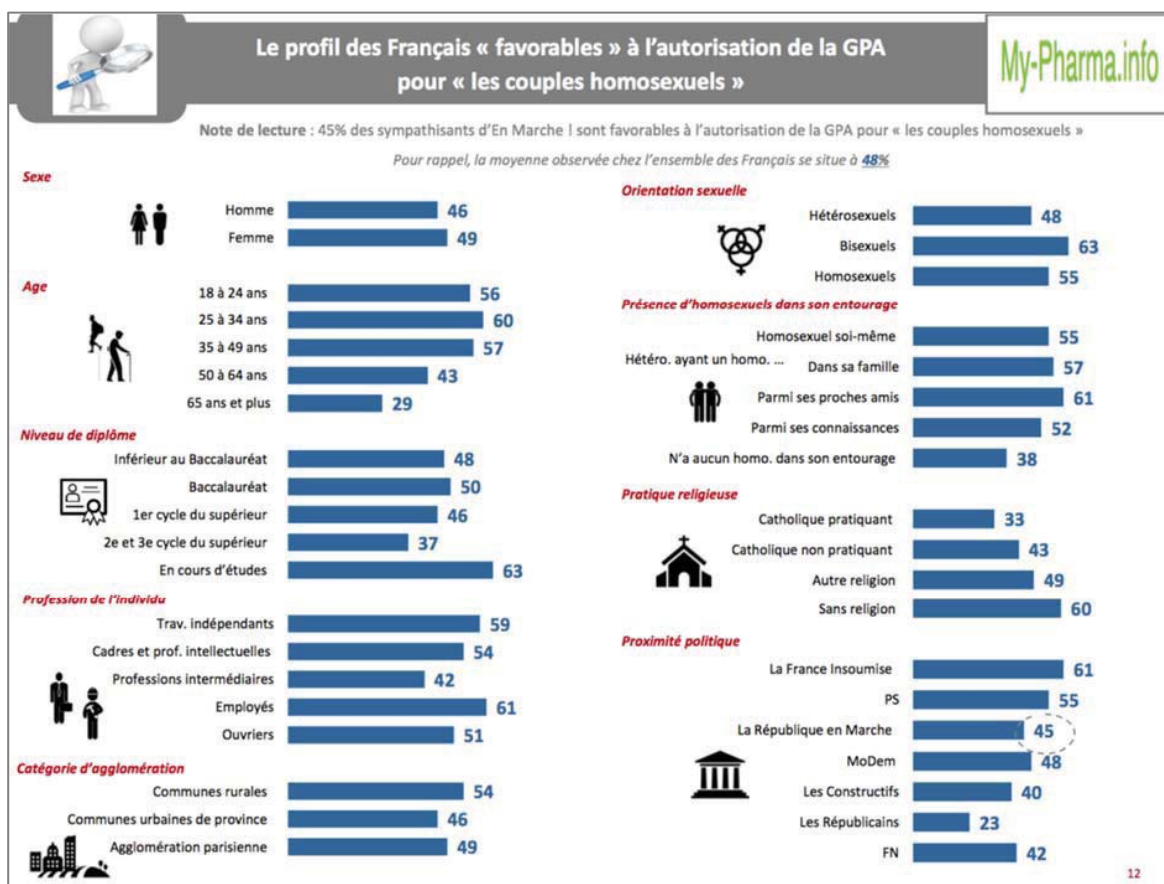
IFOP, 2017

Sur cette question comme sur celle de la reconnaissance des couples homosexuels en tant que familles à part entière, la large adhésion des Français est toutefois caractérisée par des clivages assez nets au sein de la population. Ce sont d'ailleurs à peu de chose près les mêmes facteurs qui semblent influencer les opinions. L'âge joue assez peu (sauf pour les personnes de plus de 65 ans, plus réticentes), pas plus que la profession ou le lieu de résidence. Le clivage politique joue en revanche à plein, avec un gradient droite gauche très marqué puisque 81% des sympathisants de la France insoumise sont favorables à la PMA et 34% seulement des sympathisants LR (on notera là encore que les sympathisants du FN sont plus partagés

que ceux de LR, avec 50% de personnes se déclarant favorables à la PMA). Le degré de religiosité joue également un rôle important : 75% des personnes sans religion se déclarent favorables à la PMA pour les couples homosexuels, contre 61% des catholiques non pratiquants et 48% des pratiquants (avec cette fois-ci un amalgame « pratiquants occasionnels » et « pratiquants réguliers » qui lisse sans doute les écarts par rapport à l'enquête précédemment citée). Enfin, le fait d'avoir des homosexuels dans son entourage semble là encore fortement influencer l'opinion, puisque 77% de ceux qui déclarent avoir des homosexuels parmi leurs amis sont favorables à la PMA, contre 50% de ceux qui n'ont pas d'homosexuels parmi leurs proches. (IFOP, 2017)

On notera que l'avis sur la gestation pour autrui (GPA) connaît une évolution assez semblable au sein de la population Française, avec toutefois cette distinction notable que les Français sont encore légèrement minoritaires (48%) à se dire favorables à la GPA pour les couples homosexuels, alors qu'ils sont assez largement majoritaires (61%) à se déclarer favorables à cette pratique pour les couples hétérosexuels. Le droit à la GPA pour les couples homosexuels fait apparaître les mêmes clivages que ceux cités précédemment (notamment : droite-gauche et degré de religiosité) mais le fait d'avoir des proches homosexuels semble avoir un peu moins d'impact sur la formation de l'opinion. Curieusement, les homosexuels sont seulement 55% à se déclarer favorables à la GPA pour les couples homosexuels, soit à peine plus que la moyenne Française (48%).





IFOP, 2017

On retiendra au final que l'opinion des Français quant à ces différentes questions relatives au droit des couples homosexuels et à certains usages de la bioéthique telles la GPA et la PMA a fortement évolué au cours des dernières décennies, au point que les Français les soutiennent aujourd'hui majoritairement. Les livrages sont toutefois forts et quelques facteurs influencent fortement les opinions, en particulier : l'appartenance politique, le degré de religiosité et le fait d'avoir des personnes homosexuelles dans son entourage.

Note bibliographique et méthodologique

IFOP, 2014. *Les Français et les droits des couples homosexuels deux ans après la 1^{ère} manifestation de la manif pour Tous*. IFOP pour Atlantico, novembre 2014 (sondage auprès d'un échantillon de 1009 personnes représentatif de la population française de 18 ans et plus, méthode des quotas basée sur sexe, âge et profession après stratification par région et catégorie d'agglomération. Questionnaire en ligne du 5 au 6 novembre 2014).

URL : http://www.ifop.com/media/poll/2839-1-study_file.pdf

IFOP, 2016. *Les Français, l'homoparentalité et la question des droits des homosexuels dans la campagne présidentielle*. IFOP pour l'association des familles homoparentales, septembre 2016 (sondage auprès d'un échantillon de 2274 personnes représentatif de la population française de 18 ans et plus, méthode des quotas basée sur sexe, âge et profession après stratification par région et catégorie d'agglomération. Questionnaire en ligne du 23 au 30 août 2016).

URL : http://www.ifop.com/?option=com_publication&type=poll&id=3486

IFOP, 2017. *La position des Français sur la PMA et la GPA suite aux déclarations de Marlène Schiappa*. IFOP pour My-Pharma.info, septembre 2016 (sondage auprès d'un échantillon de 1009 personnes représentatif de la population française de 18 ans et plus, méthode des quotas basée sur sexe, âge et profession après stratification par région et catégorie d'agglomération. Questionnaire en ligne du 20 au 21 septembre 2017).

URL : http://www.ifop.com/?option=com_publication&type=poll&id=3853

LÉGALISER LE CANNABIS

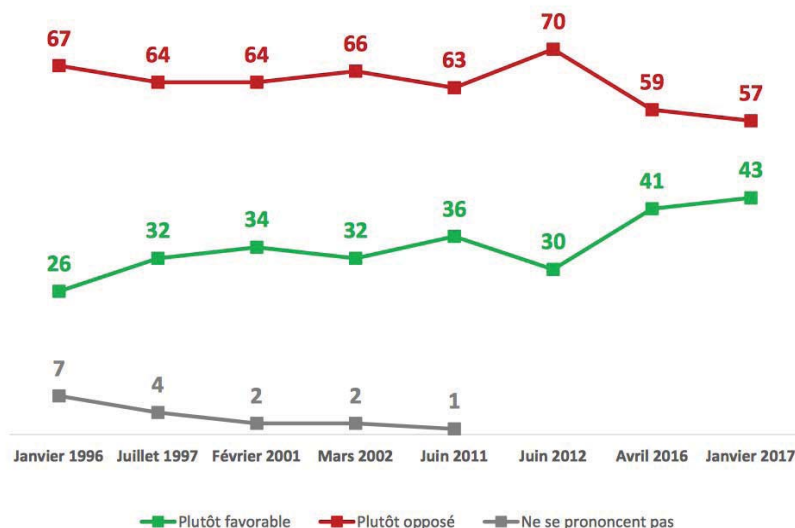
La Commission nationale consultative des droits de l'homme (CNCDH) s'est prononcée le 8 novembre 2016 en faveur d'une dépénalisation du cannabis (rapport « Usages de drogues et droits de l'homme ») qui semble être en marche. Le 25 mai 2017, le ministre de l'Intérieur Gérard Collomb a annoncé l'instauration à venir de contraventions pour réprimer la consommation et la détention de cannabis, ce qui fait sortir ces pratiques de la sphère pénale.

En leur immense majorité (à plus de 80%) les Français s'accordent pour considérer que la législation actuelle est inefficace, étant donné le nombre de consommateurs de cannabis¹, l'impossibilité d'enrayer le trafic dans les cités, les jeunes tués dans des règlements de compte, le nombre de policiers qu'il faut déployer pour des résultats dérisoires... Mais ils restent très clivés sur la question de la dépénalisation du cannabis. Selon les sondages et les questions posées (introduction ou non du mot drogue par exemple), l'hostilité ou l'adhésion l'emportent.

Selon un sondage Ifop pour Atlantico (« Les Français et la dépénalisation du cannabis », janvier 2017), 57% des Français y sont plutôt opposés, et 43% plutôt favorables. La question posée était « Vous personnellement, êtes-vous plutôt favorable ou plutôt opposé à la dépénalisation des drogues « douces » comme le cannabis ? ». Cette proposition n'est majoritaire (à 51%) que chez les moins de 35 ans, alors qu'elle est minoritaire dans les autres tranches (30% chez les 34-49 ans, 32% chez les 50-64 ans, 28% chez les 65 ans et plus).

L'évolution de l'opinion est spectaculaire (**figure 1**). En 1996, première année de cette étude, menée régulièrement depuis lors, ils n'étaient que 26%. Entre juin 2011 et janvier 2017, l'évolution chez les plus jeunes et les plus âgés a été très faible, mais forte dans les tranches d'âge intermédiaires en faveur de la dépénalisation (+ 13 points pour les 35-49 ans et + 14 points pour 50-64 ans). D'autres enquêtes ont corroboré la tendance à une hausse de l'adhésion à la dépénalisation du cannabis.

Figure 1, L'adhésion à la dépénalisation du cannabis entre 1996 et 2017, France, IFOP, 2017 (question posée : « Vous personnellement, êtes-vous plutôt favorable ou plutôt opposé à la dépénalisation des drogues « douces » comme le cannabis ? »)



Comment interpréter cette évolution dans le temps ? Un premier élément de réponse est dans le fait que les Français sont de plus en plus libéraux, tolérants et permissifs en matière de mœurs. On sait grâce aux vagues successive de l'European Values Study (1981, 1990, 1999, 2008) que l'idée s'est diffusée que chacun peut choisir sa manière de vivre, dans le domaine privé. Le score de permissivité des mœurs construit à partir des réponses à plusieurs questions (« Pour chacune des choses que je vais vous citer, voulez-vous me dire en vous plaçant sur une échelle de 1 à 10 si vous pensez que cela peut toujours se justifier, que cela ne peut jamais se justifier ou que c'est entre les deux ? » ...) concernant l'homosexualité, le divorce, l'avortement, l'euthanasie, etc., indique qu'on est allé dans le sens d'un « libéralisme des mœurs » entre 1981 et 2008 (on attend les résultats de l'enquête 2017). Indépendamment de l'effet âge (en France comme dans la plupart des pays, plus on est âgé, moins on est libéral), il y a là un effet de génération, puisqu'on a assisté à une adhésion plus marquée, avec le renouvellement des

¹ 17 millions de personnes l'ont déjà essayée. Près de 1,5 million de personnes en France en consomment au moins dix fois par mois, selon les chiffres de l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies.

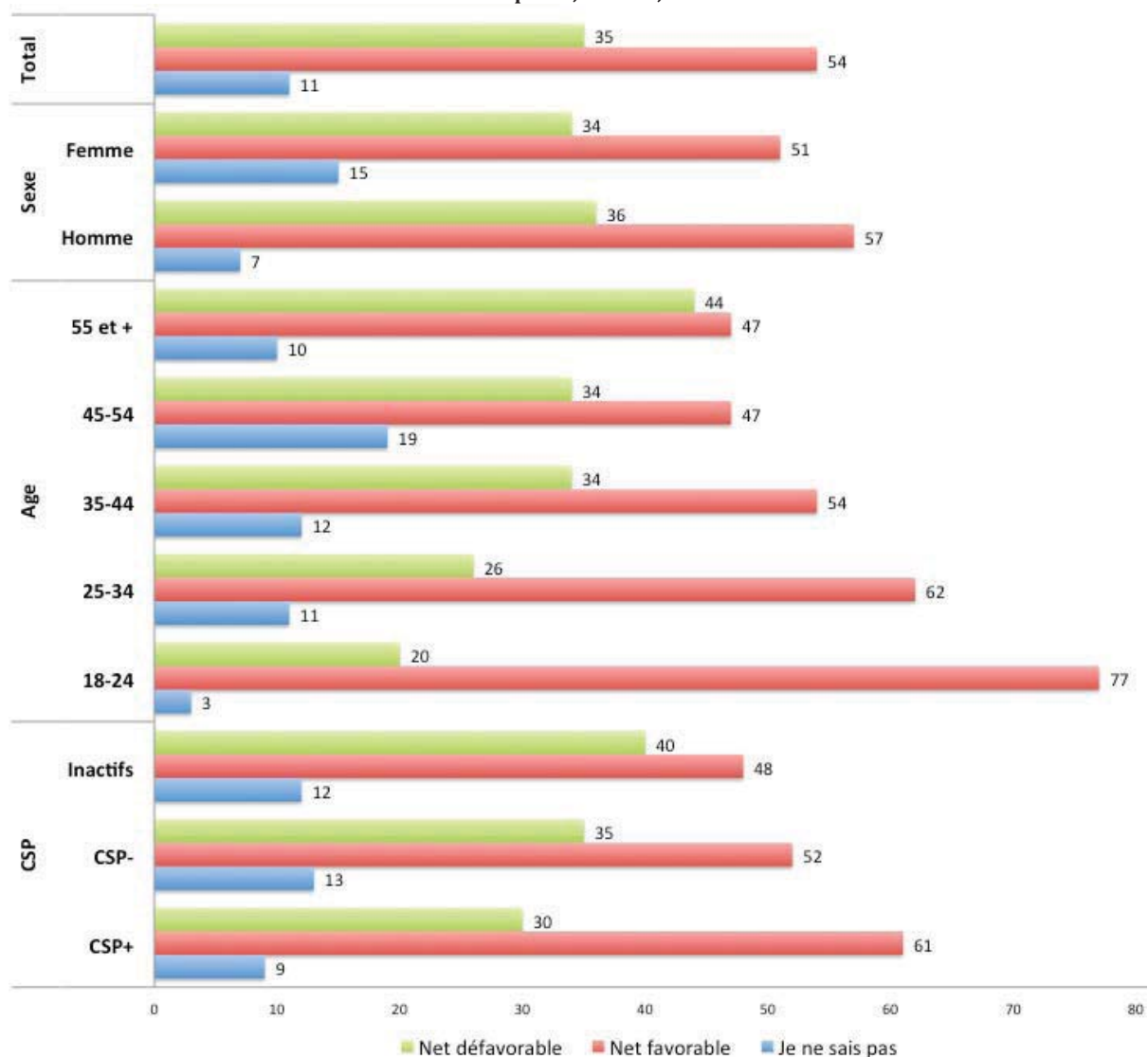
génération, aux valeurs d'autonomie, d'individualisme, etc. En 1981, la coupure était assez nette entre les moins et les plus de 40 ans, alors qu'aujourd'hui cette coupure se situe aux alentours de 60 ans.

Second élément de réponse : l'idée s'est installée dans les têtes qu'il y avait moyen de maîtriser ce phénomène. Les données de l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies indiquent que la part d'opinions favorables à la proposition d'autoriser la vente de cannabis sous certaines conditions (en maintenant l'interdiction pour les mineurs et avant de conduire) a doublé sur la période 2008-2013, passant de 31 % à 60 % (on ne dispose pas des données 2018 de l'OFDT). Lors du sondage Ipsos mené du 27 au 29 septembre 2016², la question posée suggérait que des garde fous pouvaient être mis en place : « Personnellement, êtes-vous d'accord pour que l'on autorise la consommation de cannabis sous certaines conditions, en maintenant l'interdiction dans certains cas, par exemple avant de conduire, ou pour les mineurs ? ». Un Français sur deux (50%) s'est dit d'accord (total des « tout à fait d'accord » et des « plutôt d'accord »), 49% pas d'accord (total des « pas du tout d'accord » et « plutôt pas d'accord ») et 1% ne s'est pas prononcé. Quand dans le même sondage a été introduite la notion de contrôle de l'État, l'opinion favorable à la légalisation a augmenté légèrement : en effet, 52% des sondés jugent que la vente de cannabis sous le contrôle de l'État serait efficace (47% jugeant le contraire).

Selon un autre sondage qui a mis au centre l'idée d'un contrôle par l'État : « Seriez-vous favorable ou non à ce que la production et la distribution de cannabis soient contrôlées par l'État en France ? » (Étude YouGov réalisée entre le 3 et 4 octobre 2016 pour La Start-up du Chanvre), 54 % des enquêtés ont répondu qu'ils y étaient favorables, 35% ont déclaré l'inverse et 11% ne se sont pas prononcé. Cette enquête permet de voir où se situent les lignes de clivage (**figure 2**). L'orientation politique et religieuse conditionne le plus l'opinion : 69% des personnes proches du Front de gauche et des écologistes adhèrent à la dépénalisation du cannabis ; à l'inverse, les personnes proches de la droite et du centre sont majoritairement contre (75% des enquêtés qui se sentent proches de Les Républicains sont contre). Les électors du FN et du PS sont entre les deux. Si l'on regarde la religion, 78% des catholiques pratiquants et 67% des « autres religions » sont contre, alors que les sans religion sont favorables à la dépénalisation à 55%. Le taux d'approbation est sans surprise plus élevé chez les jeunes, mais l'adhésion à cette idée reste majoritaire quelle que soit la catégorie d'âge (il est néanmoins probable que si l'enquête était allée vers plus de finesse dans la catégorie 55 ans et plus, les plus âgés auraient été majoritairement contre). Le sexe, les catégories socioprofessionnelles, les niveaux de diplôme sont des variables qui interviennent dans une moindre mesure.

² Enquête « Les Français et le cannabis » (2016) réalisée à la demande de SOS Addictions, du Laboratoire interdisciplinaire d'évaluation des politiques publiques (LIEPP) de Sciences Po et du Cnam, à l'occasion d'un colloque sur la légalisation du cannabis tenu au Sénat.

Figure 2, « Seriez-vous favorable ou non à ce que la production et la distribution de cannabis soient contrôlées par l'État en France ? » Veuillez sélectionner une seule réponse, YouGov, 2016



CONCLUSION

Il ressort clairement une évolution de l'opinion en faveur de la dépénalisation, à la fois en raison d'une tendance de long terme de libéralisation des mœurs, et en raison du sentiment croissant que l'on peut dépénaliser la consommation de cannabis tout en posant des garde-fous. Dans le même temps, la perception de la dangerosité de la consommation de cannabis et de son caractère addictif s'est accrue dans l'opinion. Les études scientifiques sur l'impact du cannabis sur le cerveau commencent à se diffuser. Interrogés, les Français dans leur ensemble de la même façon que les fumeurs de cannabis sont 9 sur 10 à considérer que cela affecte l'humeur et les émotions, la mémoire et les apprentissages, la prise de décision, et que les assertions suivantes sont vraies : « La consommation de cannabis à l'adolescence peut précipiter la survenue de troubles schizophréniques » ; « La consommation de cannabis présente des risques pour la santé dès la première consommation »³.

Légaliser ou non la consommation et la distribution de cannabis clive la population française en fonction des orientations idéologiques et religieuses, avec en arrière-plan l'adhésion ou l'hostilité à la permissivité des mœurs. Il la clive aussi selon le critère de l'âge mais peut être de moins en moins, d'autant que les attitudes des jeunes n'évoluent plus beaucoup dans le sens d'une permissivité croissante, voire même pourraient prendre la direction inverse⁴.

³ IFOP, « La consommation de cannabis et les risques qui y sont liés - Enquête miroir auprès des jeunes de 15 à 18 ans et de l'ensemble de la population », 2016 http://www.ifop.com/media/poll/3299-1-study_file.pdf

⁴ Olivier Galland (dir.), Sociologie de la jeunesse, 6^{ème} édition, Armand Colin, 2017.

Liste et méthodologie des sondages

IFOP pour Atlantico : Le sondage a été réalisé selon la méthode des quotas sur un échantillon de 1004 personnes âgées de 18 ans et plus. Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne du 3 au 5 janvier 2017.

YouGov : L'enquête a été réalisée sur 1021 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus. Le sondage a été effectué en ligne sur le panel propriétaire YouGov France (100 000 personnes en France ayant accepté de répondre à des sondages pour YouGov), les 3 et 4 octobre 2016, selon la méthode des quotas.

Ipsos : 1097 personnes constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 16 ans et plus. Enquête réalisée du 27 au 29 septembre 2016, échantillon représentatif de la population française interrogé par Internet via le panel Ipsos.

PERCEPTION DU CORPS, SEXUALITÉ ET INFLUENCE DE LA « CULTURE PORN »

Depuis une vingtaine d'années, des mots nouveaux ont surgi : « sexualisation de la société » pour dire que l'univers des images dans lequel nous baignons, via les médias les plus divers — séries, publicités, sites internet... — est saturé de références à la sexualité ; « pornographisation du social », processus de diffusion qui donne à l'iconographie pornographique un caractère ordinaire. Notre époque est la première à rendre si accessible et à une telle échelle des contenus sexuellement explicites. La consommation de pornographie en ligne est devenue un phénomène de masse qui impacte la sexualité, en France comme dans de nombreux pays. Alors que les *porn studies* (courant de recherche) soulignent la pluralité des expressions pornographiques et des usages, que certains psychologues voient dans la pornographie une boîte à idées source de diversification des pratiques, des fantasmes et des formes de plaisir, d'autres voix pointent ses effets sur les publics adolescents, parce que cela transforme les représentations qu'ils se font de l'apparence physique, des codes de la séduction, des pratiques sexuelles, et véhicule une image dégradée de la femme (humiliation, soumission...). A ce titre la lutte contre l'exposition des enfants au porno est l'un des axes majeurs du plan de lutte contre les violences faites aux femmes présenté en novembre 2017. D'autres enjeux sont aussi pointés, qui concernent tant le public (addiction, cyber-harcèlement : *revenge porn*,...) que les « actrices » d'une production pornographique dont on souligne les dérives (trafic humain, violence subie). Nous nous penchons ici sur les résultats des trois enquêtes pour savoir où nous en sommes des perceptions du corps et de la sexualité, à la fois dans l'ensemble de la population et chez les jeunes. On remarquera que deux d'entre elles ont été commandées par des sites pornographiques.

La première tendance qui ressort de l'enquête « **Topless, naturisme... Un retour de la pudeur ? Observatoire mondial de la nudité féminine** » menée par l'Ifop pour le site pornographique *plaisx* (2017), en Europe et en Amérique du Nord, sur la base d'un sondage auprès de 8 000 femmes est plutôt celle d'un retour de la pudeur. En 30 ans, la pratique du « topless » a été divisée par deux. Si l'on se centre sur les Françaises âgées de 18 à 49 ans, la proportion d'entre elles s'étant au cours de leur vie mises seins nus à la plage était de 43% en 1984, de 28% en 2009, elle est de 22% en 2017 (question : « Vous personnellement, vous arrive-t-il de vous mettre seins nus à la plage »). L'effet génération est indéniable : le total des réponses « oui » (souvent, de temps en temps, rarement) est de 39% chez les 60 ans et plus, de 37% chez les 50-59 ans, contre 13% chez les 18-24 ans, et 18% chez les 25-34 ans. Le naturisme a aussi moins la côte (seules 9% des Françaises reconnaissent s'y adonner, contre 13% en 2009). En Espagne, Allemagne et aux Pays-Bas ces pratiques restent importantes.

Plusieurs phénomènes sont susceptibles de se combiner : la prégnance des normes du corps parfait qui peut pousser des femmes à ne pas trop exposer leurs corps en public ; le souci de se protéger du soleil et de ses effets nocifs qui a remis en cause la vogue du bronzage ; le changement de portée symbolique du dévoilement féminin, qui ne semble plus être pour les jeunes femmes le moyen de rappeler aux hommes que leur corps et leur sexualité leur appartiennent. L'idée que la nudité participe à l'émancipation féminine semble donc bien moins répandue ; quatrième facteur, le nombre important de personnes qui se revendiquent de religions qui mettent en avant la pudeur, la décence et le respect des femmes. Ainsi, la mode dite modeste ou pudique, où l'on retrouve des vêtements longs et couvrants a rencontré son public du côté de jeunes pratiquantes musulmanes, juives et évangélistes, d'abord au Brésil ou aux États-Unis et aujourd'hui en France. Cette mode touche aussi un public non religieux à la recherche d'un style qui rompt avec l'image de la femme sexy. L'enquête montre aussi que si les jeunes Françaises sont plus réservées sur les plages, et plus largement qu'une certaine pudeur semble être de mise dans les espaces soumis aux yeux du public, elles restent libérées dans l'intimité (par exemple stabilité dans le temps de se présenter « assez régulièrement » nues devant leur conjoint ou leur petit ami : 72% en 2017).

Les résultats de l'« **Enquête sur l'influence des films X sur le rapport au corps et la vie sexuelle des Français** » menée également par l'Ifop souligne de son côté que la consommation de pornographie en ligne est devenue un phénomène de masse et que ce qui est appelé la « culture porn » influence directement la vie sexuelle des Français à travers ses codes et ses scénographies. Si l'on additionne toutes les formes d'épilation impliquant un rasage des poils autour des lèvres (maillot intégral, ticket de métro, maillot brésilien avec épilation des poils sur les lèvres), la proportion de femmes ainsi épilées atteint 56% chez les jeunes de moins de 25 ans (contre 22% chez l'ensemble des Françaises). 63% des hommes de moins de 25 ans préfèrent que leur partenaire opte pour une forme d'épilation où les poils des lèvres sont rasés, c'est-à-dire pour le maillot intégral, le ticket de métro ou le maillot brésilien avec épilation des poils sur les lèvres.

Un zoom porte sur les femmes pratiquant l'épilation intégrale : elles sont 45% à le faire chez les 18-24 ans, contre 11% chez les 35-49 ans. Cette pratique est corrélée à la consultation de sites X :

consultation de ces sites. L'enquête établit donc un lien entre cette pratique et l'omniprésence de l'épilation intégrale dans l'univers du X, dont les codes sont également de plus en plus connus des jeunes générations. Tous âges confondus, cette pratique est plus répandue chez les bisexuels et homosexuels (37%) que chez les hétérosexuels (12%).

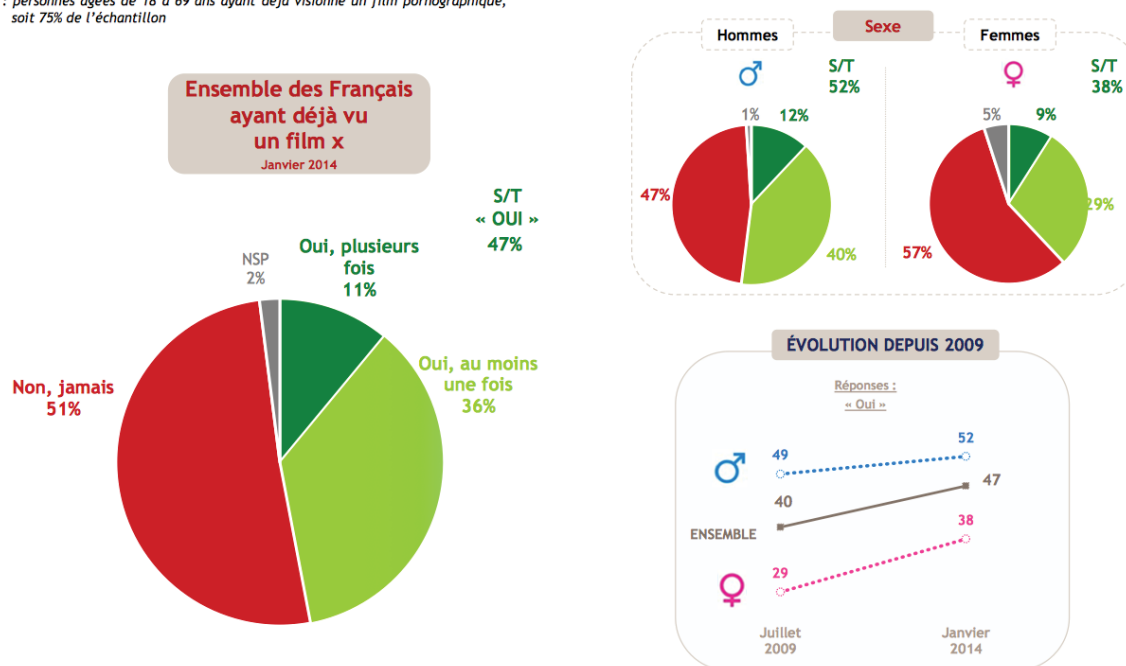
Autre impact : la vue d'organes masculins surdimensionnés peut s'avérer anxiogène chez les hommes les plus jeunes. En effet, plus d'un tiers (34%) des jeunes de moins de 25 ans admet avoir déjà été complexé sur la taille de son pénis en regardant un film porno.

L'enquête souligne enfin l'intégration des pratiques issues de l'univers du X dans le répertoire sexuel des Français. Près d'un Français sur deux (47%) ayant déjà visionné un film pour adulte a tenté de reproduire des positions ou des scènes (figure 1). L'évolution est importante depuis 2009 (+ 7 points) surtout chez les femmes dont la réponse « oui » est passée de 29% à 38%. Cette pratique est la plus forte chez les moins de 25 ans (60% ont déjà reproduit une position vue dans un film X), et ceci aussi bien chez les filles (53%) que chez les garçons (64%). Précisément, à la question « Avez-vous déjà essayé de reproduire des scènes ou des positions que vous aviez vues dans des films pornographiques », 51% des Français répondent « non jamais », 47% répondent « oui », dont 11% « oui plusieurs fois » (et 2% NSP). Les hommes répondent davantage « oui » que les femmes (52%/38%).

Figure 1, La reproduction de scènes ou de positions vues dans les films X, résultats en fonction du sexe et de l'âge, Ifop 2014

Question : Avez-vous déjà essayé de reproduire des scènes ou des positions que vous aviez vues dans des films pornographiques ?

Base : personnes âgées de 18 à 69 ans ayant déjà visionné un film pornographique, soit 75% de l'échantillon



Note de lecture : 47% des Français ayant déjà vu un film X ont reproduit des positions vues dans des films pornographiques (dont 52% des hommes)

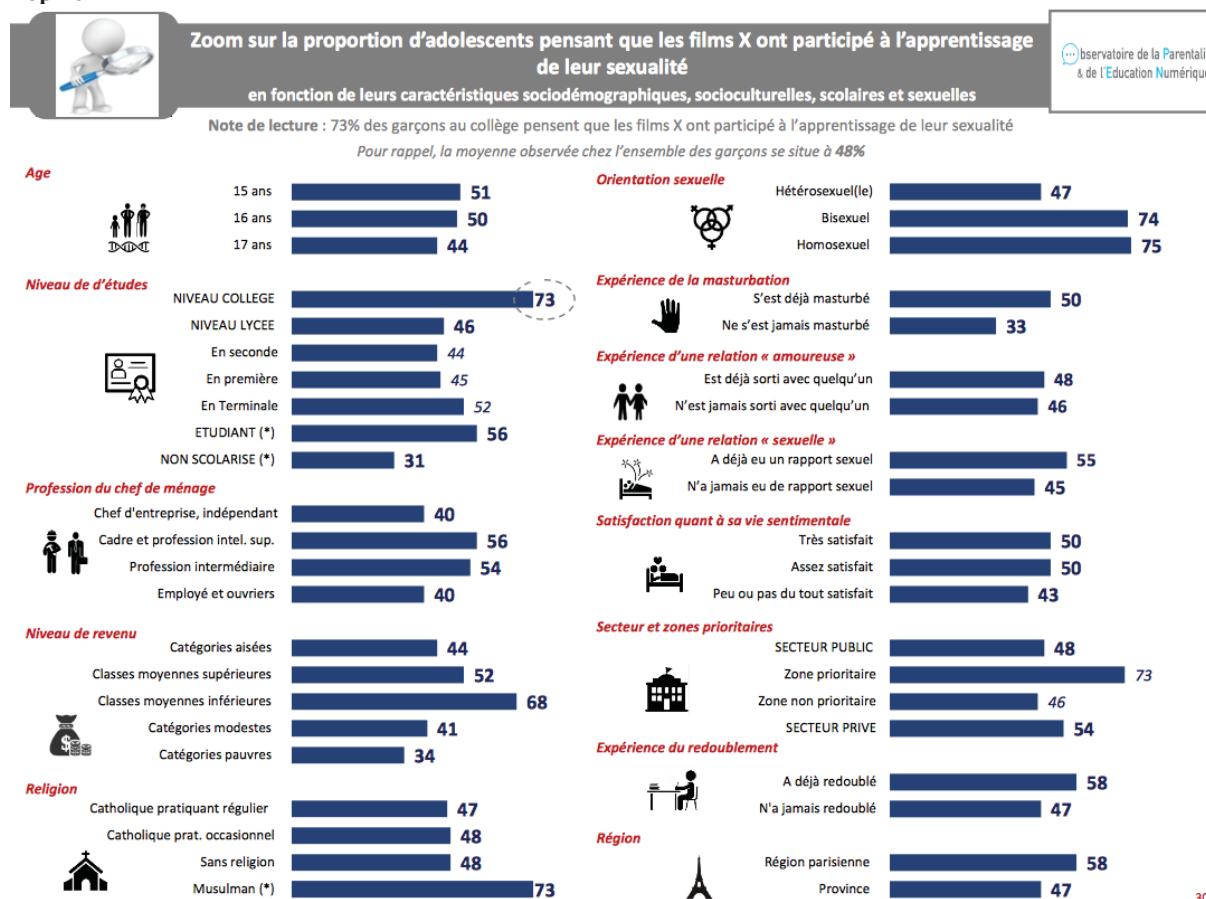
La disposition à réaliser ou à diffuser une « sextape » avec son partenaire est un autre indice de la diffusion de la culture porn. A la question « Au cours de votre vie, avez-vous déjà via un ordinateur, une caméra ou un téléphone mobile publié ou diffusé des photos ou des vidéos de vos ébats avec votre partenaire », l'ensemble des réponses qui indiquent que c'est une expérience réalisable (« non mais vous pourriez le faire » et « Oui, vous l'avez déjà fait ») atteint 28% chez les hommes de 18-24 ans et 15% chez les femmes du même âge.

La troisième enquête sur laquelle nous nous appuyons porte sur l'évolution de la consommation de pornographie chez les adolescents (15-17 ans) et son influence sur leurs comportements sexuels. Selon le sondage réalisé là encore par l'Ifop, 52 % des 15-17 ans (63 % des garçons et 37 % des filles) ont déjà vu une vidéo pornographique, dont 18% au moins une fois au cours des trois derniers mois. Cette consultation se ferait principalement sur téléphones mobiles.

L'enquête se concentre ensuite sur les 52% de l'échantillon qui déclarent avoir déjà visionné des images pornographiques. Les résultats sont frappants en ce qui concerne les 15-17 ans qui ont déjà eu un rapport sexuel : 45% d'entre eux ont tenté de reproduire des scènes vues dans des films pornographiques, soit une proportion assez proche des adultes (47%). 55% des garçons et 44% des filles considèrent que la pornographie a influencé leur apprentissage de la sexualité (total des réponses « beaucoup » et « un peu » à la question « Diriez-vous des films ou vidéos pornographiques que vous avez vus qu'ils ont participé à votre apprentissage de la sexualité ? »).

L'enquête indique le profil des adolescents qui déclarent que les films X ont participé à l'apprentissage de leur sexualité. Les variables les plus significatives sont le niveau d'études : alors que la moyenne observée chez l'ensemble des garçons est de 48%, elle atteint 73% chez les collégiens ; la confession : les adolescents qui se définissent comme musulmans (73%) sont plus enclins à estimer être socialisés par la pornographie que les adolescents qui se définissent comme catholiques et sans religion (47% et 48%) ; l'orientation sexuelle intervient aussi : c'est le cas de 74% et 75% des jeunes qui se disent bisexuels et homosexuels, contre 47% de ceux qui se disent hétérosexuels ; le territoire où l'on habite joue enfin un rôle important, puisque les proportions sont plus élevées dans les zones prioritaires (73%) et en région parisienne (58%). Les professions et les niveaux de revenu sont aussi des variables à prendre en compte mais elles se contredisent en partie.

Figure 3, Zoom sur les adolescents qui pensent que les films x ont participé à l'apprentissage de leur sexualité, Ifop 2017



CONCLUSION

Ces enquêtes ne laissent aucun doute sur l'influence qu'exerce la pornographie sur les représentations du corps, sur les pratiques sexuelles et en matière d'apprentissage de la sexualité chez les jeunes, et au-delà sur l'ensemble de la population française. Elles montrent aussi une déconnexion entre les pratiques intimes qui évoluent sous l'influence de la « culture porn » et ces espaces publics singuliers que sont les plages, où la tendance à la pudeur dans l'exposition des corps est une tendance claire (parmi une multiplicité de tendances). L'éducation sexuelle à travers la consommation de la pornographie questionne et provoque un débat, où les uns s'alarment de l'impact de représentations biaisées de la sexualité et des rapports hommes-femmes (mise en scène par le porno d'hommes dominateurs, « performers » toujours capables de donner du plaisir, et de corps et de comportements qui n'existent pas dans la réalité, qu'il s'agisse de la taille du pénis, de la durée et des pratiques extrêmes, etc.) alors que leurs détracteurs mettent en avant la nécessité de ne pas caricaturer des productions pornographiques et des usages et appropriations en réalité bien plus diversifiés.

Liste et méthodologie des sondages

Ifop pour plaisx, « **Topless, naturisme... Un retour de la pudeur ? Observatoire mondial de la nudité féminine, Enquête de l'Ifop en Europe et en Amérique du Nord** », 7 août 2017, http://www.ifop.com/?option=com_publication&type=poll&id=3827

L'enquête a été menée auprès d'un échantillon représentatif de la population féminine âgée de 18 ans en Italie, Espagne, France, Allemagne, Pays-Bas, Royaume-Uni, États-Unis, Canada, chaque fois auprès de 1000 femmes environ. Pour la France, les interviews ont eu lieu du 6 au 9 juin 2017.

Ifop, pour TUKIF.com, « **Épilation intégrale, complexes sur la taille du pénis,... Enquête sur l'influence des films X sur le rapport au corps et la vie sexuelle des Français** », 2014, http://www.ifop.com/media/poll/2609-1-study_file.pdf

Échantillon de 1003 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Les interviews ont eu lieu du 25 au 31 janvier 2014. L'échantillon a fait l'objet d'un redressement sur la base des critères retenus en quotas et de la fréquence d'utilisation d'internet.

Ifop pour l'Observatoire de la parentalité et de l'éducation numérique, « **Les adolescents et le porno : vers une « Génération Youporn » ? Étude sur la consommation de pornographie chez les adolescents et son influence sur leurs comportements sexuels** », mars 2017, http://www.ifop.fr/media/poll/3698-1-study_file.pdf

Ces trois enquêtes utilisent la méthode des déclarations librement administrées en ligne. L'Ifop le justifie en raison du caractère intime du sujet abordé, dans la mesure où le caractère moins intrusif de ce mode de recueil offre aux répondants la possibilité de parler de soi sans risquer de se sentir jugé par un enquêteur. Il est considéré que l'absence d'enquêteur libère la parole, réduit la tendance que peuvent avoir les individus à vouloir se montrer sous leur meilleur jour et notamment à sous-déclarer certains comportements perçus comme transgressifs.

CONSOMMATION ALIMENTAIRE ET SANTÉ : DES PRATIQUES ET DES PERCEPTIONS QUI OSCILLENENT ENTRE RECHERCHE DE PLAISIR-SANTÉ ET SITUATION DE RISQUES ALIMENTAIRES

L'alimentation joue un rôle essentiel sur notre santé. Les liens entre l'alimentation et la prévention ou l'apparition de certaines maladies, comme les maladies cardiovasculaires ou le cancer, sont aujourd'hui scientifiquement établis. Pour mieux prévenir certaines maladies, améliorer la qualité nutritionnelle des aliments et garantir leur sécurité sanitaire et celle des consommateurs, un certain nombre d'enquêtes (réalisées généralement par différents organismes en charge des questions de santé publique) visent à bien connaître les habitudes de consommation (modes de consommation et quantités consommées par groupe d'aliments, rythme et lieux de ces consommations, etc.) ainsi que les représentations de l'alimentation de la population.

Étude individuelle nationale des consommations alimentaires (INCA 3) : critères de choix des produits, insécurité alimentaire, pratiques porteuses de risques sanitaires

L'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) a publié en 2017 les résultats de sa dernière Étude individuelle nationale des consommations alimentaires (INCA 3), après celles de 1998-99 (étude INCA1) et de 2006-2007 (étude INCA2). Exceptionnelles par leur ampleur (5 800 personnes interrogées sur 150 questions pour INCA 3), les études INCA visent à fournir les arguments scientifiques permettant d'orienter la politique nutritionnelle et alimentaire de la France.

Le prix, l'habitude, le goût et l'origine, premiers critères d'achat des produits alimentaires¹

L'enquête INCA 3 montre que le prix est le premier critère de choix cité par les ménages (48%), suivi par l'habitude de consommation (43%), le goût (38%) et l'origine du produit (36%). Ces quatre critères étaient également les plus cités dans l'étude INCA2 (2006-2007). A contrario, les ménages déclarent être moins influencés, dans leurs achats, par la publicité et le caractère nouveau du produit (respectivement 1,4% et 0,9%). Plus le niveau d'étude de la personne de référence est élevé et plus les ménages mettent en avant l'origine du produit, son mode de production, la liste des ingrédients et les signes de qualité comme critères guidant leurs achats alimentaires. A l'inverse, les ménages sont plus nombreux à déclarer être influencés par le prix et la marque lorsque le niveau d'étude de la personne de référence diminue.

Citation des principaux critères de choix des produits alimentaires, selon le niveau d'étude de la personne de référence du ménage (% des ménages)	Ensemble de l'échantillon	Primaire/ Collège	Bac +4 et plus
Prix	48,4	57,9	38,1
Habitude	43,5	46	37,1
Goût	38	37,3	41,4
Origine ou provenance	36,1	30,2	43,3
Offres promotionnelles ponctuelles	20,7	22,7	11,9
Marque	20,3	22,2	13,3
Mode de production (agriculture biologique, artisanal, etc.)	19,7	14,7	29,3
Signes de qualité (labels, AOC, IGP, etc.)	16,8	12,2	25,3
Liste des ingrédients	12,7	10	18,1
Composition nutritionnelle	9	6,8	10,3
Facilité de préparation	6,2	6,8	5,7
Apparence et présentation	4,6	4,6	4,3
Raison de santé (allergies alimentaires)	3	3,1	3,7
Informations marquées sur l'emballage ou l'étiquette	1,8	2,1	1,9
Publicité	1,4	1,9	0,7
Fait que le produit soit nouveau	0,9	1,2	0,4

Des comportements alimentaires potentiellement néfastes pour la santé

Présentant souvent des apports excessifs en sel, sucre, graisses, **les produits issus d'une fabrication industrielle** représentent une part importante des aliments transformés consommés à domicile ou en extérieur (dans les transports, dans la rue, dans un parc, à la plage, etc.).

- **Pour les enfants (0 à 17 ans)**, plus des deux tiers des aliments transformés consommés sont issus d'une fabrication industrielle, tandis que les aliments fait maison correspondent à environ un cinquième des aliments. La part des aliments issus d'une fabrication industrielle domine largement pour les entremets et crèmes desserts, les glaces et sorbets, les compotes et fruits au sirop et les jus de fruits, les viennoiseries, gâteaux et biscuits sucrés, ainsi que les plats à base de poisson.
- **Pour les adultes**, la part des aliments transformés issus d'une fabrication industrielle est moins élevée (49,7%), et inversement pour la part des aliments faits maison (33,4%). La fabrication maison est majoritaire pour les soupes (80%) et les plats à base de légumes (69%) ou d'œufs (30%), les plats à base de viandes (52%) ou de féculents (53%).

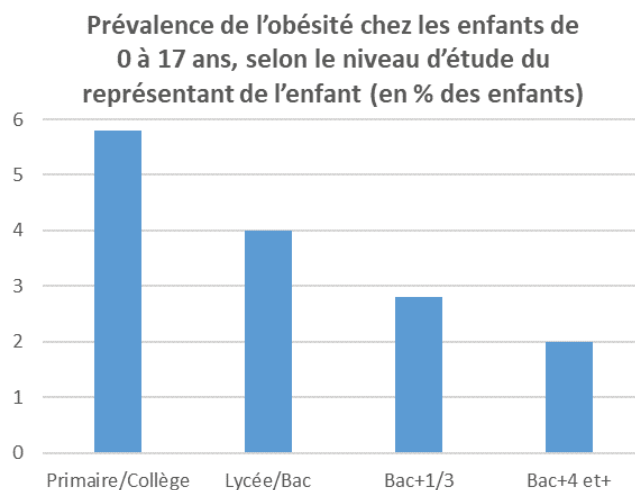
Répartition des aliments transformés consommés par les enfants de 0 à 17 ans selon leur type de fabrication, par groupe d'aliment (en %)

Lecture : 93,1% des Compotes et fruits au sirop consommés par les enfants de 0 à 17 ans sont issus de l'industrie

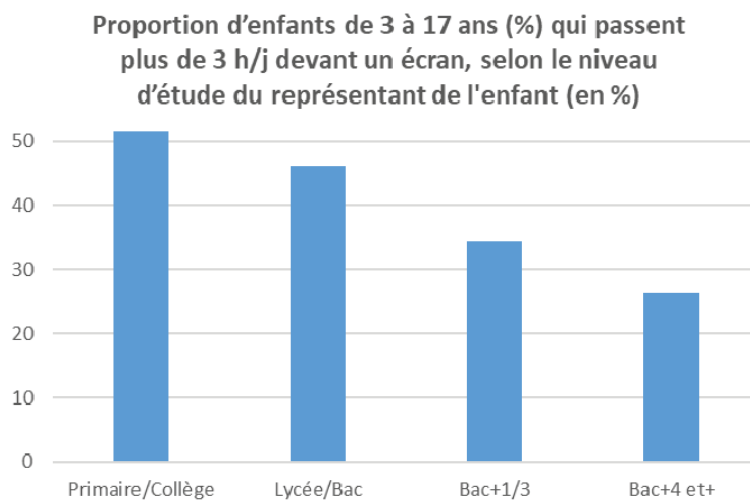
	fait maison	industriel	artisanal	autre
Compotes et fruits au sirop	6,2	93,1	0	0,7
Entremets et crèmes desserts	6,5	92,4	0,2	0,9
Jus de fruits et de légumes	7,3	87,8	1,4	3,5
Glaces, desserts glacés et sorbets	3,4	86,8	3,8	6
Viennoiseries, gâteaux, pâtisseries et biscuits sucrés	14,4	73,4	8,8	3,4
Plats à base de poissons	30,9	54,3	3,5	11,3
Plats à base de pommes de terre, céréales ou légumineuses	46,8	48,8	1,7	2,7
Plats à base de viandes	36,5	46,5	2,4	14,6
Sandwich, pizzas, tartes, pâtisseries et biscuits salés	35,8	45,3	3,7	15,2
Soupes et bouillons	73,2	25,6	0	1,2
Plats à base de légumes	78,4	18,8	1,8	1
OEufs et plats à base d'œufs	42,8	0,5	0	56,7
TOTAL	21,5	68,3	4,1	6,1

Par ailleurs, l'enquête INCA 3 met en évidence **une situation toujours préoccupante sur le statut pondéral et la sédentarité des français.**

- 13% des enfants et adolescents de 0 à 17 ans et 34% des adultes de 18 à 79 ans sont en **surpoids** et respectivement 4% et 17% sont **obèses**. Depuis l'étude INCA2 (2006-2007), la situation est globalement stable chez les enfants de 3 à 14 ans. En revanche, pour les adolescents de 15 à 17 ans, la prévalence du surpoids passe de 9% à 15%, avec une tendance similaire observée pour l'obésité (2,9% vs 5,5%). Chez les adultes, la prévalence du surpoids est relativement stable, tandis que la prévalence de l'obésité passe de 12% dans l'étude à 17%. Dans l'ensemble de la population, la prévalence du surpoids, et plus encore celle de l'obésité, diminuent à mesure que le niveau d'étude augmente.



- Le pourcentage d'individus présentant un **comportement sédentaire**² est alarmant puisqu'un quart des enfants de 3 à 10 ans, la moitié des adolescents de 11 à 14 ans, deux tiers des adolescents de 15 à 17 ans et plus de 80% des adultes de 18 à 79 ans passent plus de 3 h par jour dans une activité sédentaire. La proportion d'enfants de 3 à 17 ans ayant un comportement sédentaire est plus faible lorsque le niveau d'étude du représentant est plus élevé : 26% pour un niveau d'étude bac+4 ou plus contre 52% pour un niveau d'étude primaire ou collège. A l'inverse, chez les adultes, plus les individus ont un niveau d'étude élevé, plus ils sont nombreux à avoir un comportement sédentaire plus de 7 h par jour : 52% pour un niveau d'étude bac+4 ou plus contre 30% pour un niveau d'étude primaire ou collège.



Baromètre santé nutrition 2008 : perception et déterminants de l'acte culinaire, équilibre alimentaire

Le Baromètre santé nutrition 2008 réalisé par l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé³ (INPES) est la troisième vague d'une vaste enquête nutritionnelle initiée en 1996. Il a pour objectif d'évaluer et de suivre dans le temps les comportements, les attitudes, les connaissances et les perceptions des Français en matière d'alimentation et d'activité physique.

La composition des menus est d'abord guidée par des considérations de la santé et les habitudes alimentaires du foyer

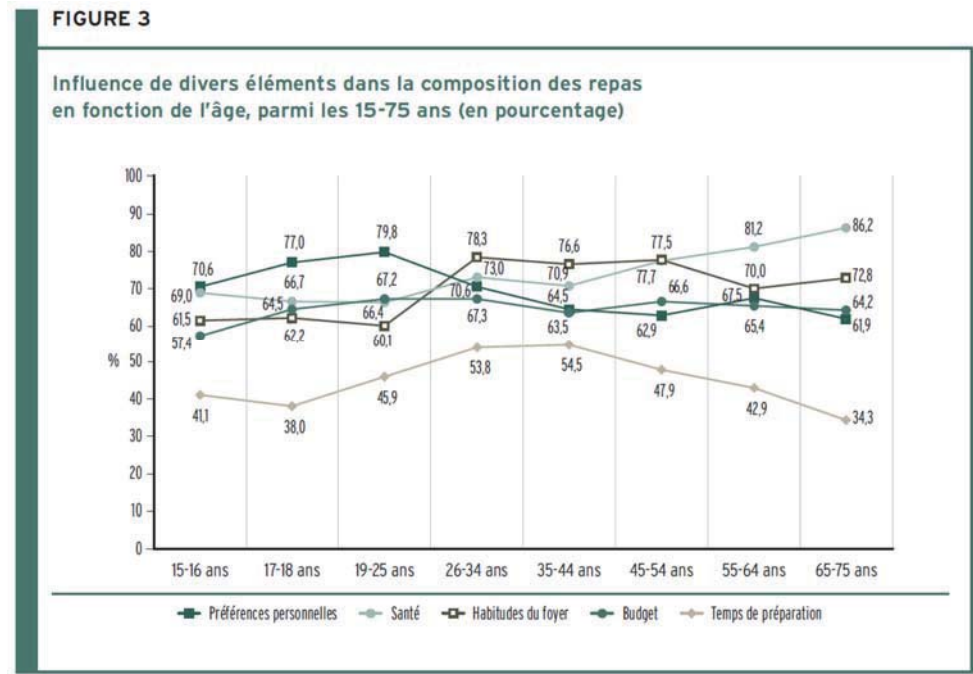
Les personnes ont été interrogées sur les facteurs qui ont le plus d'influence sur la composition de leurs menus. Plusieurs réponses à cette question étaient possibles. Les facteurs arrivant en tête sont la « *santé* » (75,0 %), suivie de très près par les « *habitudes du foyer* » (72,6 %), puis par les « *préférences personnelles* » (67,9 %) et le « *budget* » (65,4 %) ; le facteur d'influence qui a été le moins choisi est le « *temps de préparation du repas* » (47,1 %).

L'influence de la « *santé* » sur la composition des menus augmente avec l'avancée en âge, le niveau de revenu et le niveau de diplôme. Comme on peut s'y attendre, le « *budget* » est la variable qui influence le plus la composition des menus des personnes disposant des plus faibles revenus.

² Temps de sédentarité devant l'écran (temps passé devant la télévision, l'ordinateur ou les jeux vidéo), dans les transports, pendant les loisirs et sur le lieu de travail.

³ Depuis le 1er mai 2016, l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (Inpes), l'Institut de veille sanitaire (InVS) et l'Établissement de préparation et de réponse aux urgences sanitaires (Eprus) sont devenus Santé publique France.

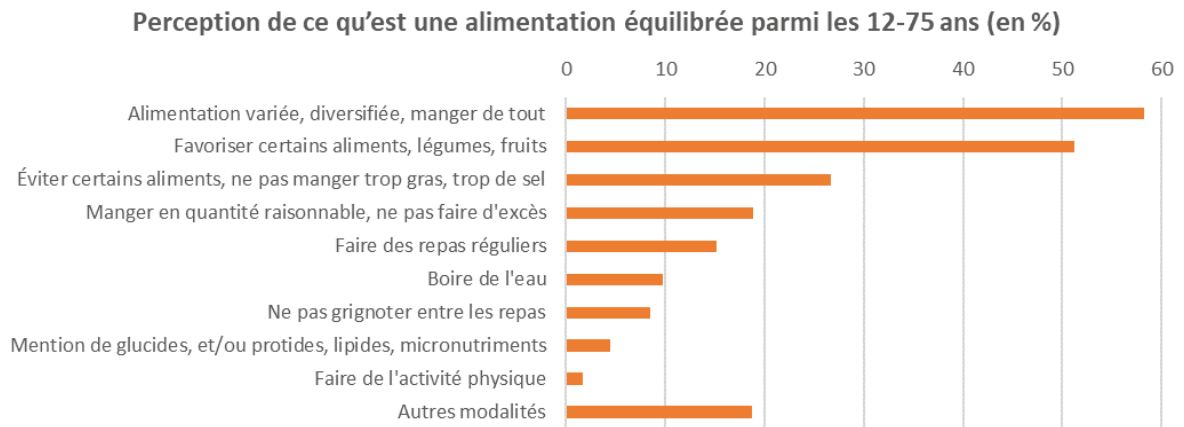
Depuis 1996, chez les adultes, la « *santé* » est le facteur d'influence sur la composition des repas qui a connu la plus forte progression, passant de 69,3 % des réponses à 77,3 % en 2008. En revanche, le facteur « *temps de préparation* » est moins cité en 2008 qu'en 1996. Quant au « *budget* », si ce facteur avait connu une diminution des citations entre 1996 et 2002, il subit une forte augmentation depuis 2002 (65,9 % vs 56,4%).



Une majorité de français estiment manger de façon équilibrée

Les enquêtés ont été invités à donner leur définition d'une alimentation équilibrée. Les deux définitions les plus citées (par plus d'une personne sur deux) sont « une alimentation variée » (58,2 %) et « favoriser certains aliments » (51,2 %) (en particulier, les fruits et légumes).

Lorsque l'on demande aux enquêtés de juger de l'équilibre de leur alimentation, 7,4 % estiment qu'elle est « *très équilibrée* » et 68,5 % « *plutôt équilibrée* ». Cette perception varie en fonction de l'âge : les 19-25 ans sont proportionnellement les moins nombreux à estimer manger équilibré. Par ailleurs, si plus de huit cadres sur dix pensent manger équilibré (83,9 %), seulement un peu plus des deux tiers des ouvriers considèrent être dans ce cas (68,8 %).



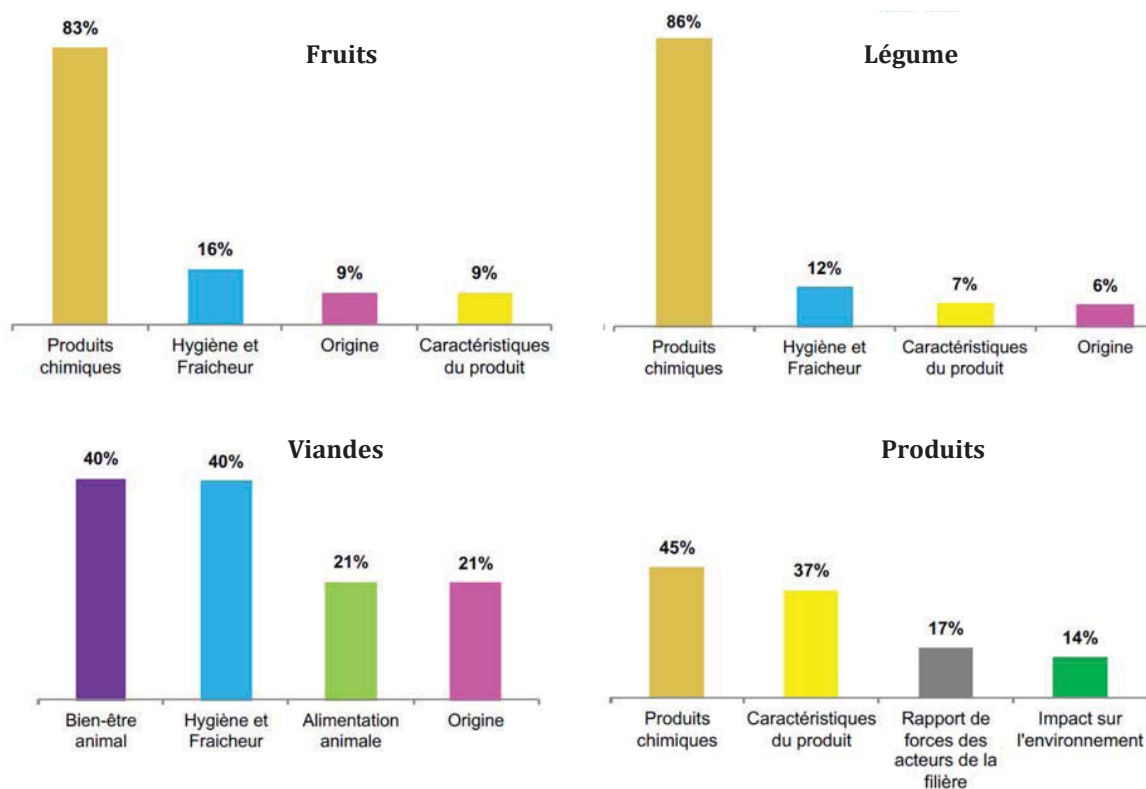
Des inquiétudes alimentaires en hausse, qui se focalisent sur l'industrialisation des pratiques agricoles et agroalimentaires

L'Ocha (observatoire des habitudes alimentaires de l'interprofession laitière), le laboratoire CERTOP (Université de Toulouse) et le Crédoc ont réalisé en 2016 une enquête sur les inquiétudes des français en matière de consommation de produits alimentaires. S'inscrivant dans la continuité d'une précédente enquête réalisée en 2009, cette étude montre que les inquiétudes sont en hausse. Entre 2009 et 2016, la part des français exprimant une inquiétude à l'égard des produits alimentaires qu'ils consomment est passée de :

- 40% à 80% pour les fruits ;
- 42% à 78% pour les légumes ;
- 49% à 83% pour les viandes ;
- 53% à 83% pour les produits industriels.

Cette enquête permet également de mieux cerner la nature des inquiétudes alimentaires. D'une manière générale, le **modèle de production agricole** utilisant régulièrement la chimie et les biotechnologies dans les cycles de production est l'objet d'une critique qui s'intensifie. Par ailleurs, **l'industrialisation** est perçue de plus en plus négativement : la question des additifs et conservateurs inquiète 36% des Français, la composition des produits transformés en inquiète 30%.

4 premiers facteurs d'inquiétudes en 2016



Note bibliographique et méthodologique

ANSES – **Étude individuelle nationale des consommations alimentaires 3 (INCA 3)** – Avis de l'Anses, Rapport d'expertise collective, Juin 2017

L'étude INCA3 a été menée, entre février 2014 et septembre 2015, sur le territoire français métropolitain auprès de 5 855 individus (2 698 enfants de la naissance à 17 ans et 3 157 adultes âgés de 18 à 79 ans). 150 questions ont été posées aux participants sur leurs habitudes et modes de vie, 13 600 journées de consommations ont été recueillies, générant des données sur 320 000 aliments consommés.

URL : <https://www.anses.fr/fr/content/inca-3-evolution-des-habitudes-et-modes-de-consommation-de-nouveaux-enjeux-en-mati%C3%A8re-de>

Institut national de prévention et d'éducation pour la santé – **Baromètre santé nutrition 2008** – 2009

Le Baromètre santé nutrition 2008 est une enquête menée par téléphone, auprès d'un échantillon aléatoire de la population francophone résidant en France métropolitaine. La vague 2008 a été réalisée auprès de 4 714 personnes âgées de 12 à 75 ans.

URL : <http://inpes.santepubliquefrance.fr/nouveautes-editoriales/2010/barometre-sante-nutrition-2008.asp>

OCHA - CERTOP – CREDOC – Principaux résultats de l'étude inquiétudes – 2016

L'enquête a été réalisée en 2015-2016 auprès d'un échantillon national représentatif de 1 500 ménages français, avec interrogation de tous les individus du ménage de 3 ans et plus, et remplissage par leur soin d'un carnet de consommation. Trois questionnaires sont posés en face-à face aux 1 500 ménagères (20'), 2 150 adultes de 15 ans et plus (20') et 1 300 enfants (3' à 10' selon l'âge).

URL : <http://www.lemangeur-ocha.com/resultats-de-letude-inquietudes-certop-credoc/>

LA PERCEPTION DU SPORT COMME UN VECTEUR DE SANTÉ

Est-ce lié aux messages de prévention diffusés par les pouvoirs publics, toujours est-il que les Français perçoivent de plus en plus leur alimentation sous l'angle de ses effets sur leur santé. Est-ce aussi le cas du sport ? Quelles sont les perceptions et les attentes des Français vis-à-vis de la pratique sportive ?

L'enquête « **Prospective : enjeux et perspectives des industries du sport en France et à l'international** » (2016) renseigne sur les motivations des Français à pratiquer un sport. Au total l'enquête a sélectionné un échantillon national représentatif de la population française âgée de 16 à 80 ans de 3 845 personnes. Dans cet ensemble, les 1 717 personnes qui pratiquent actuellement du sport et sont des acheteurs d'articles de sport forment un premier échantillon ; les 307 personnes ayant déclaré vouloir débiter une activité sportive dans les prochains mois forment un second échantillon. Ces « intentionnistes » sont souvent des femmes. L'enquête a ceci d'intéressant qu'elle a comparé les réponses des pratiquants à celle des « intentionnistes du sport ».

L'enquête apporte déjà des repères sur les pratiques sportives des Français, en se basant sur ce que nous apprend l'échantillon des pratiquants : près d'un Français (âgé de 16 à 80 ans) sur deux (45 %) déclare pratiquer régulièrement une ou plusieurs activités sportives (plus d'une fois par mois), dont plus de 7 sur 10 (72 %) au moins une fois par semaine. Le profil des pratiquants de sport est assez proche de celui de la population française, au bémol près que la proportion des 65 à 80 ans est moins élevée qu'au sein de la population française en général (ils représentent 10 % de la communauté des sportifs en France), que les catégories socioprofessionnelles aisées comptent davantage de sportifs, et que les parents d'enfants au foyer sont proportionnellement moins nombreux à faire du sport.

Cinq activités arrivent en tête des pratiques sportives des Français, aussi bien durant la vie quotidienne qu'en vacances : le running vient largement en tête (il est pratiqué par près d'un sportif sur deux) ; viennent ensuite à égalité, le cyclisme, la danse/fitness et les sports de nage (pratiqués par un Français sur quatre), et enfin, les pratiques de force et les sports de ballon et de raquette. Au près des intentionnalistes (« sports qu'ils aimeraient pratiquer ») la danse/fitness arrive au niveau du *running* comme sport qu'on aimerait pratiquer tous les jours.

Figure 1, Types d'activité physique et/ou sportive pratiquées par les Français, Nomadéis TNS Sofres, octobre 2015 (base : échantillon représentatif de 1717 pratiquants)

Types d'activité physique et/ou sportive pratiqués : détail pratiquants actuels



Q1A1 Quel(s) type(s) d'activité(s) physique(s) et / ou sportive(s) pratiquez-vous, dans la vie de tous les jours ?
 Q1A2 Quel(s) type(s) d'activité(s) physique(s) et / ou sportive(s) pratiquez-vous, durant vos vacances ?



Base : Pratiquants actuels - n = 1717

Quand on interroge les uns et les autres sur les raisons qui les poussent ou pourraient les pousser à pratiquer une activité sportive (**figure 2**), quatre raisons viennent en tête : « pour être en bonne santé » (27%), « pour entretenir votre physique, votre apparence » (26%), « pour le plaisir, par passion » (18%), et « pour se détendre, évacuer le stress » (15%). Si l'on totalise ce qui est cité en première, en deuxième et en troisième raisons, « pour être en bonne santé » (67%) se détache devant l'entretien du physique (61%) qui obtient quasiment le même score que « pour se détendre, évacuer le stress » (60%).

Les motivations « pour être en contact avec la nature » et « pour la convivialité, pour la rencontre avec les autres » sont citées seulement par 3% et 5% des répondants en première raison. Les raisons qui portent sur le dépassement de soi (« pour vous dépasser, repousser vos limites ») et sur l'esprit de compétition (« par esprit de compétition ») sont les moins citées (2% en première raison). L'esprit de compétition est même un repoussoir pour les intentionnistes et pour une partie des pratiquants, pour lesquels l'absence d'esprit de compétition est une condition de leur pratique sportive.

Figure 2, Raisons de pratique d'une activité sportive, et comparaison de la réponse des pratiquants à celle des intentionnistes, Nomadéis TNS Sofres, octobre 2015

Q15 Quelles sont les 3 raisons principales qui vous poussent / pourraient vous pousser à faire une ou des activités physiques et/ou sportives ?
En 1er ? En 2ème ? En 3ème ?



Base : Ensemble des pratiquants actuels et potentiels - n = 2024

Lecture : La colonne surmontée par le personnage sur fond vert indique les réponses données par les pratiquants, alors que la colonne surmontée par le personnage barré sur fond rose donne les réponses des intentionnistes du sport. Ainsi, 66% des pratiquants et 73% des intentionnistes citent la raison « Pour être en bonne santé » parmi les trois raisons qui les poussent à faire du sport.

L'Eurobaromètre sur le sport et l'activité physique « Sport and physical activity » (*Special Eurobarometer 472*) publié en décembre 2017 met en perspective la perception des Français au regard de celle des autres habitants des pays membres de l'Union européenne. L'enquête réalisée tous les quatre ans révèle que deux Européens sur cinq (40%) font de l'exercice ou du sport au moins une fois par semaine, dont 7% le font régulièrement (au moins cinq fois par semaine). Cependant, presque la moitié des répondants (46%) ne font jamais de sport.

Les niveaux de pratiques n'ont pas beaucoup changé depuis l'Eurobaromètre de 2013. Cependant, la proportion des personnes qui n'ont jamais exercé un sport a augmenté de 42% à 46%. Cette augmentation est une tendance progressive depuis 2009. À noter qu'en France, le résultat de 46% de non pratiquant est dans la moyenne européenne. Les pays en tête de la pratique sportive (avec deux-tiers des personnes qui font du sport régulièrement ou avec une certaine régularité) sont ceux du Nord de l'Europe (Finlande, Suède, Danemark) alors que les pays affichant le moins de pratiquants sont ceux du Sud et des Balkans (Bulgarie, Grèce, Portugal), où 68% des personnes ne pratiquent jamais d'activités physiques ou sportives. En France le taux de pratiquants réguliers est de 42%, soit presque autant que celui mesuré par l'étude française.

L'Eurobaromètre comporte une question sur les motivations à pratiquer un sport ou une activité physique. Les répondants qui sont aussi des pratiquants d'au moins un sport peuvent choisir plusieurs réponses. « Améliorer votre santé » vient en tête. Cette réponse est citée par 54% des répondants des 28 pays de l'UE. Elle vient même en tête dans 24 pays sur 28 ! Suivent « améliorer sa condition physique » (47%), « se détendre » (38%), « pour le plaisir » (30%) et « améliorer sa performance physique » (28%). En comparaison les Français mettent davantage en avant l'amélioration de leur condition physique (raison placée en tête, avec 57%), se détendre (54%), et nettement moins que dans les autres pays les notions de plaisir et de performance. Si l'on totalise les réponses qui traduisent de près ou de loin un intérêt pour la santé (« améliorer sa santé », « améliorer sa condition physique », « se détendre », « contrôler son poids »

citée par 23% des répondants) il est clair que cette motivation est centrale. En comparaison avec l'enquête 2013, les répondants tous pays confondus ont moins tendance à dire qu'ils font du sport ou une activité physique afin d'améliorer leur santé (- 8 points, dont - 5 points pour la France, ce qu'indique la figure 3), et qu'ils mentionnent davantage l'amélioration de leur forme physique (+ 7 points). Pour les Français la principale évolution depuis le dernier Eurobaromètre est la hausse spectaculaire (+12 points) de la proportion de ceux qui disent faire du sport pour se détendre.

Figure 3, Eurobaromètre « Sport and physical activity », 2017, comparaison France / 28 pays de l'UE des réponses à la question « Pourquoi faites-vous un sport ou une activité physique ? » (plusieurs réponses possibles)

QB8 Why do you engage in sport or physical activity? (MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE)
(%)

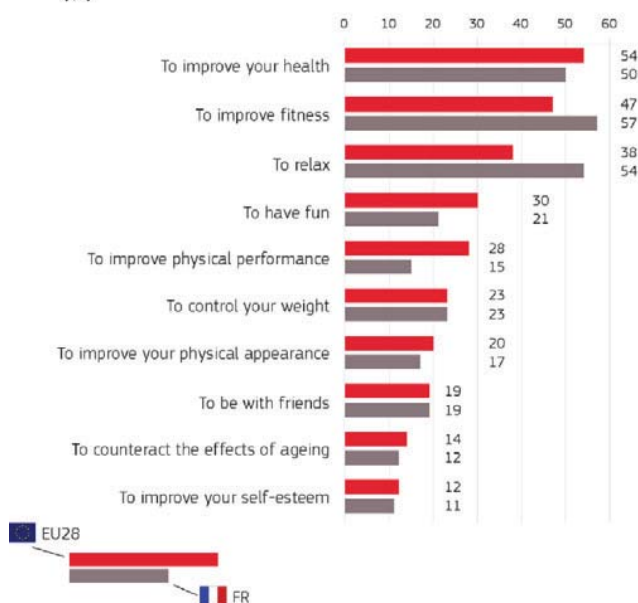
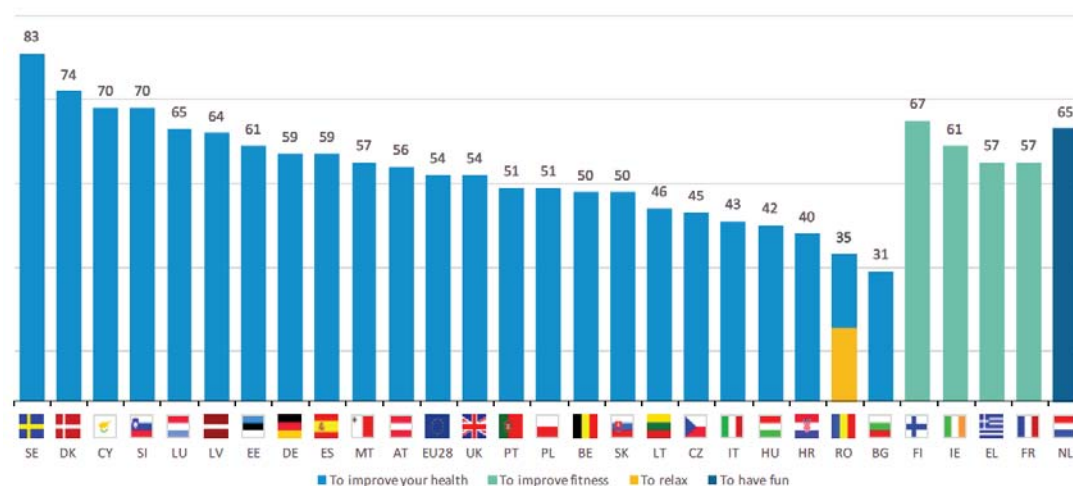


Figure 4, Eurobaromètre « Sport and physical activity », 2017, Comparaison des réponses selon les 28 pays de l'UE

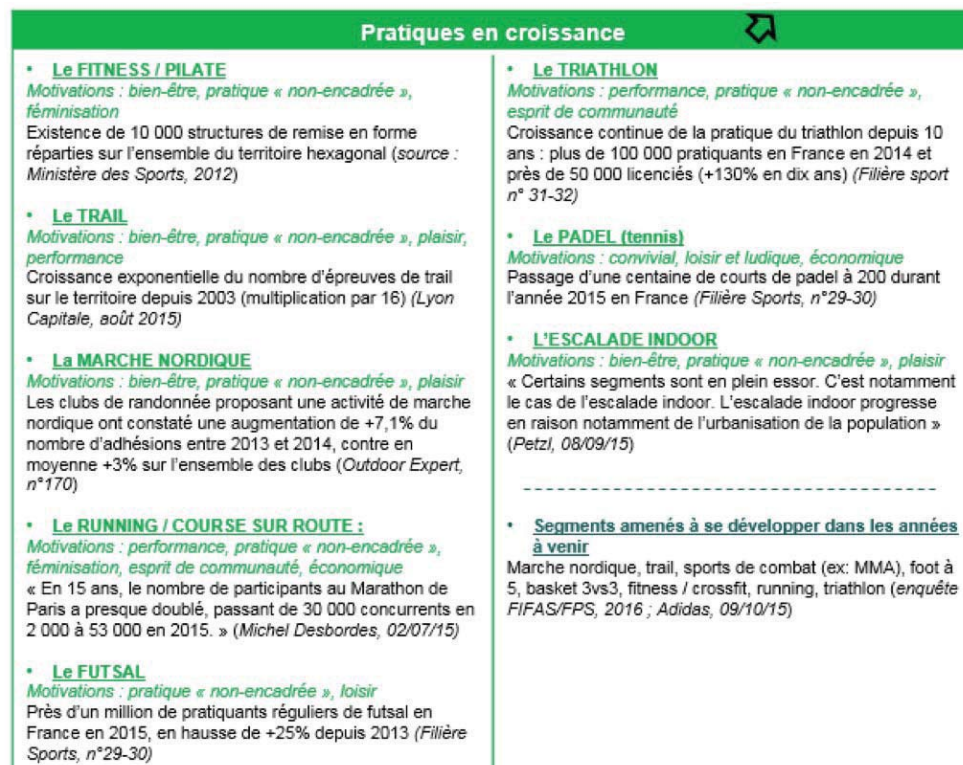
QB8 Why do you engage in sport or physical activity? (MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE)
(% - THE MOST MENTIONED ANSWER BY COUNTRY)



Des critères plus pratiques président aussi au choix d'une activité sportive. Ainsi selon l'enquête « Prospective : enjeux et perspectives des industries du sport en France et à l'international », plus de la moitié des sportifs choisissent leur activité en fonction de la flexibilité de pratique (horaires, cadre) et de la compatibilité avec leur mode de vie. Les étudiants et les actifs tendent ainsi à pratiquer une activité sportive sur leur lieu d'études ou de travail ou en complément, par exemple sur le trajet domicile/travail, ou lors de la pause déjeuner. Les jeunes pratiquants sont également de plus en plus nombreux à privilégier l'expérimentation de plusieurs disciplines sportives et à changer fréquemment, ce qui traduit selon l'enquête une attitude consumériste du sport, au détriment d'un apprentissage long et intensif, ce qui pénalise les sports comme le tennis demandant un fort investissement initial dans l'apprentissage.

Une majorité de sportifs (52 %) choisit également une activité permettant d'être en plein air, au contact de la nature. Si ce motif n'est pas cité spontanément par les répondants comme prioritaire dans le fait de pratiquer ou non un sport, il devient un élément différenciant lors du choix de la pratique, de même qu'un second critère, celui de pouvoir pratiquer en groupe (41 % des répondants).

Figure 5, Les pratiques en croissance, « Enjeux et perspectives des industries du sport en France et à l'international », Nomadéis TNS Sofres, octobre 2015



Le sondage Odoxa « E-santé : objets connectés & Dossier Médical Partagé » (2016) apporte un autre éclairage sur la tendance à la pratique du sport-santé, cette fois à partir des usages que font les Français de technologies récemment apparues. Il porte sur les usages que font les Français des objets connectés. 43% d'entre eux déclarent utiliser ces objets (applis pour smartphones, podomètres, balances connectées...) pour suivre leur état de santé ou leur activité physique (figure 6).

Figure 6, « Vous-mêmes, utilisez-vous des objets connectés (applications sur smartphones, podomètres, balance connectée...) pour suivre votre état de santé ou votre activité physique ? », Odoxa, 2016



Le plus intéressant est que 67% des 18-24 ans utilisent ces objets. L'usage est ensuite décroissant à mesure que les répondants avancent en âge. Si l'on se place dans une attitude prospective, tout porte à penser que la conjonction de plusieurs facteurs renforcera ces usages : nous pensons à l'effet génération, à l'augmentation du niveau d'équipement (le nombre d'appareils de santé connectés vendus connaît une croissance exponentielle au niveau mondial), aux avancées technologiques qui se produiront dans ces domaines à la croisée du *quantified self* et de la e-santé, et enfin aux enjeux liés à la démographie et au coût des systèmes de santé. En France, où le coût de la sédentarité impliquée dans le diabète et l'obésité a été estimé à 17 milliards d'euros par an, l'exercice physique tend à être promu comme une thérapeutique à part entière pour les 10 millions de Français souffrant d'une affection de longue durée ; un décret récent permet aux médecins la prescription d'activité physique adaptée, etc. Face à la sédentarité qui est de plus en plus

perçue comme un facteur de risque sanitaire, une activité physique « raisonnée » est de plus en plus proposée comme un moyen de retarder la dépendance des personnes âgées, de limiter l'obésité, etc. Quelques chercheurs s'alarment néanmoins de la diffusion de l'idée que la vie « bonne » dépend de l'entretien médico-sportif de soi, parce qu'elle serait un nouvel impératif moral source de pression et d'aliénation (Queval, 2013, Cederström, Spicer, 2016)¹.

CONCLUSION

Ces résultats indiquent que la pratique du « sport santé » est une motivation première à la pratique sportive et à l'activité physique, en France et dans la plupart des pays d'Europe. C'est aussi une tendance de fond, même si l'Eurobaromètre 2017 indique une légère baisse de la proportion d'Européens associant directement sport et santé dans leurs motivations. Elle est constatée par de nombreux acteurs cités dans le rapport d'enquête « Enjeux et perspectives des industries du sport en France et à l'international » (2016). Cette tendance résulterait d'une prise de conscience du lien entre pratique physique, alimentation et santé. Les motivations sont souvent multiples et peuvent allier les notions de prendre soin de soi, de bien-être, de plaisir et de « capital santé ». D'autres travaux soulignent le rôle joué par les campagnes de prévention en santé publique qui ont fait entrer dans de nombreuses têtes l'idée que l'activité physique est bonne pour la santé.

Liste et méthodologie des sondages

Ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique, Ministère de ville, de la jeunesse et des sports, « **Enjeux et perspectives des industries du sport en France et à l'international** », 2016. L'enquête a été réalisée par Nomadéis TNS Sofres. Les répondants ont été interrogés sur leurs pratiques sportives ainsi que sur leur consommation d'articles de sport (panier moyen, critères d'achat, influenceurs, etc.) par le biais d'une trentaine de questions. Les enquêteurs ont interrogé un échantillon national représentatif de la population française âgée de 16 à 80 ans (échantillon de 3 845 personnes). 2 024 interviews ont été réalisées au total, auprès de 1 717 pratiquants de sport actuels et acheteurs d'articles de sport et 307 pratiquants intentionnistes (ayant déclaré vouloir débiter une activité sportive dans les prochains mois).

Odoxa, « **Le rendez-vous de l'innovation. E-santé : objets connectés & Dossier Médical Partagé** », septembre 2016. Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 1009 Français de plus de 18 ans, méthode des quotas, interrogés par Internet le 8 et 9 septembre 2016. Lien : <http://www.odoxa.fr/sondage/sante-connectee-francais-non-prets-meme-demande/>

Commission européenne, « **Sport and physical activity** », Special Eurobarometer 472, December 2017. Lien : <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getsurveydetail/instruments/special/surveyky/2164>
Enquête basée sur 28 031 entretiens, dont pour la France 1015 entretiens réalisés en face à face, du 2 au 10 décembre 2017.

¹ Carl Cederström et André Spicer, Le Syndrome du bien-être, éditions L'Échappée, 2016. Isabelle Queval, Le corps : entre performance et identité », conférence donnée à l'Espace Culture de l'Université de Lille 1, 26 novembre 2013.

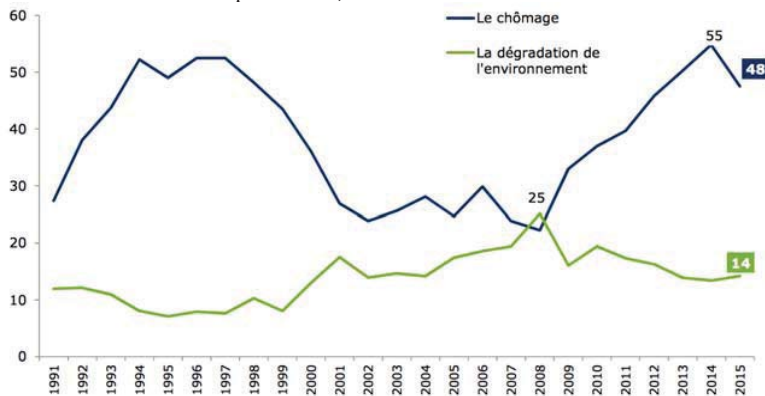
UNE ADHÉSION CROISSANTE AUX ENJEUX DE PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT ET DU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Dès lors que l'on compare les réponses données depuis une trentaine d'années par les Français à des questions portant sur l'environnement, on mesure une adhésion croissante à certaines thématiques : ainsi entre 7 et 8 Français sur 10 estiment que nous vivons un phénomène de réchauffement climatique très préoccupant et qu'il est urgent de le traiter¹ ; la pollution atmosphérique, la baisse de la biodiversité sont des phénomènes qui préoccupent et qui justifient selon une part croissante de Français des changements de comportements. Au-delà, des clivages réapparaissent avec force dès qu'il est question des mesures à prendre (taxes par exemple)...

85% des Français se disent sensibles à l'environnement (38% très sensibles, 48% assez sensibles)². Pour tenter de quantifier l'évolution de la relation qu'ils entretiennent avec les questions environnementales, il leur est demandé tous les deux ans d'indiquer leur sensibilité aux problèmes d'environnement. La question posée est la suivante : « Chacun peut se sentir plus ou moins concerné par les problèmes d'environnement. Vous-même, pouvez-vous vous classer sur une échelle de sensibilité à l'environnement, de 1 si vous y êtes totalement insensible à 7 si vous y êtes très sensible. Comment vous classez-vous ? ». Sur cette d'échelle, la note moyenne de sensibilité environnementale est de 5,32 en 2015, ce qui est élevé, mais elle à peine plus élevée qu'en 2005 (5,28). La note a même atteint un sommet en 2011 (2,55) avant de redescendre. L'âge des enquêtés influe fortement sur la sensibilité à l'égard des enjeux environnementaux : les moins de 25 ans se disent bien moins sensibles que leurs aînés, ce qui semble traduire un effet âge. La sensibilité déclarée à l'environnement est d'autant plus forte que les Français vivent (c'est le cas de 49% d'entre eux) dans une zone géographique particulière : près du littoral, près d'une montagne ou près d'un espace naturel protégé (dans ces espaces 48% des sondés sont très sensibles à l'environnement, soit 16 points de plus que les sondés qui ne vivent pas dans ces espaces).

Quand on confronte les Français à d'autres sources possibles de préoccupations, celles liées à l'environnement ne viennent pas en premier. Lorsque la crise financière de 2008 s'est transformée en crise économique et sociale, la préoccupation pour le chômage a pris largement le dessus (**figure 1**).

Figure 1, Parmi 11 thèmes proposés, cumul des 2 préoccupations principales en %, Crédoc, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations », 2015



Cumul des deux premières réponses. Source SOES, plateforme environnement de l'enquête Insee auprès des ménages

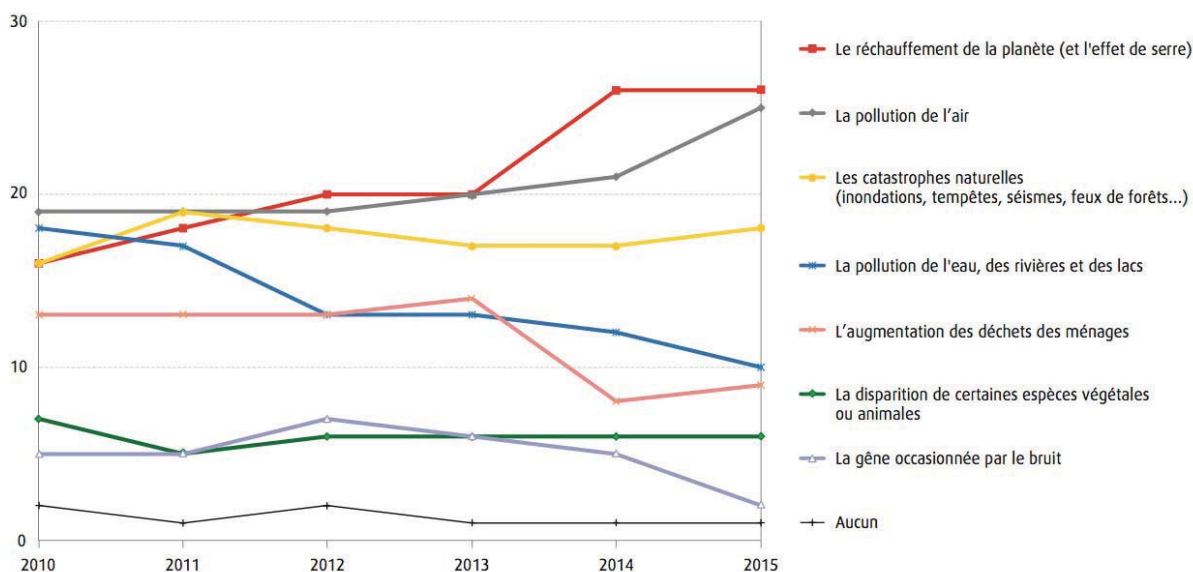
Interrogés sur les problèmes liés à la dégradation de l'environnement (**figure 2**), les enquêtés citent d'abord le changement climatique (26 %) et la pollution de l'air (25 %), puis les catastrophes naturelles (18 %). La lutte contre le changement climatique et l'amélioration de la qualité de l'air sont donc devenues des enjeux environnementaux de premier plan pour l'opinion publique. En revanche la sensibilité à la pollution de l'eau est en baisse (10%), de même que celle liée à l'augmentation des déchets ménagers et à la pollution sonore. L'importance accordée à ces thèmes est en partie liée au contexte, par exemple la tenue de conférences sur le climat, ou la mise en place de la circulation alternée après des pics de pollution atmosphérique. Des différences importantes peuvent être observées selon lieu de résidence. Les enquêtés de Paris sont par exemple deux fois plus nombreux que la moyenne à s'inquiéter de la pollution sonore. L'état de la biodiversité est plus fréquemment évoqué par les moins de 35 ans. Une autre enquête confirme que la préoccupation qui concerne l'extinction des

¹ Sondage IPSOS (28 mai 2015) pour *La Recherche, Le Monde*, le Ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la Recherche. 76% des sondés pensent que le réchauffement climatique est un « problème qu'il est urgent de traiter dès aujourd'hui si on veut encore le limiter ».

² Crédoc, L'opinion des Français sur la participation des citoyens à une agence pour la biodiversité, 2015, http://www.credoc.fr/pdf/Sou/Agence_Biodiversite_mai2015.pdf

espèces animales et végétales augmente très fortement ces dernières années³. Aux yeux des Français, la principale raison de protéger la biodiversité est qu'elle est vitale et nécessaire à la vie sur Terre (56%), et qu'elle est un patrimoine à préserver pour les générations futures (27%) (Crédoc 2015).

Figure 2, Évolution des préoccupations environnementales des Français : « Parmi les problèmes suivants liés à la dégradation de l'environnement, quel est celui qui vous paraît le plus préoccupant ? », en %, Crédoc



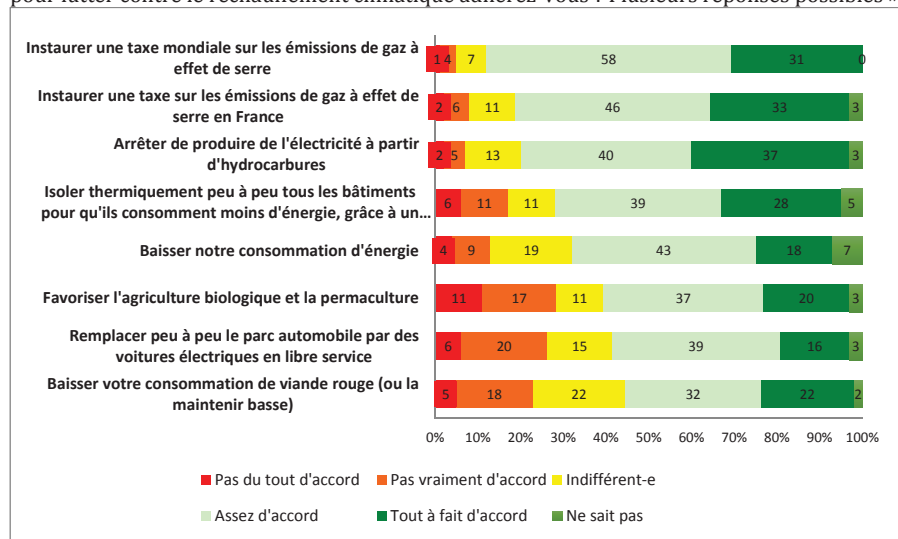
Source : CGDD/SOeS, plateforme Environnement de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015. Chiffres & statistiques Opinions et pratiques environnementales des Français en 2015, Commissariat général au développement durable, n° 750, avril 2016.

Une part croissante de Français jugent inquiétants les effets du changement climatique. Selon l'enquête IFOP pour WWF réalisée fin 2015, plus de 7 Français sur 10 partagent le sentiment que le dérèglement climatique représente une menace sérieuse pour eux ou leur mode de vie. Une proportion de la population en progression, notamment chez les moins de 35 ans, les Franciliens et les plus diplômés. Parmi les conséquences les plus redoutées figurent le renforcement des phénomènes météorologiques extrêmes (57%), l'augmentation des sécheresses et inondations (42%) la fonte des glaces et l'élévation du niveau de la mer qui en résulte (39%), l'augmentation des périodes de forte chaleur (28%). Le renforcement des inégalités et le développement des migrations internationales viennent derrière mais sont de plus en plus cités.

Pour lutter contre le réchauffement climatique, on assiste par ailleurs à une adhésion croissante des Français à des propositions qui pour partie modifient des comportements (figure 3), comme « remplacer peu à peu le parc automobile par des voitures électriques en libre-service » (55 %) ou « baisser votre consommation de viande rouge, ou la maintenir basse » (54%).

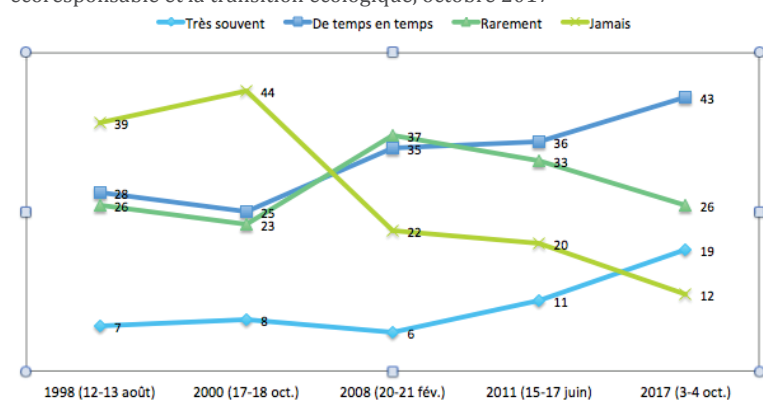
³ GreenFlex, Panorama des 9 points clés du baromètre de référence sur les attentes des Français en matière de consommation responsable », mars 2017, <http://presse.ademe.fr/2017/05/barometre-les-francais-et-la-conso-responsable-tous-acteurs.html>

Figure 3, Adhésion à différentes propositions pour lutter contre le réchauffement climatique (« À quelles propositions pour lutter contre le réchauffement climatique adhérez-vous ? Plusieurs réponses possibles »), Adrien Fabre, 2016



Certes, on observe toujours une **déconnexion entre les déclarations des Français et leurs pratiques...** Maintes fois a été souligné leur forte adhésion aux thématiques de protection tant qu'elles restent abstraites, leur sentiment que la lutte contre les problèmes environnementaux ne relève pas de l'initiative individuelle mais de l'État, ou de ne pas être impactés directement par des risques environnementaux et donc de ne pas être si concernés que cela. Autres indices de comportements paradoxaux, on a vu augmenter durant ces dernières années le pourcentage de personnes voulant vivre en ville sans voiture, mais aussi celui des ménages bimotorisés. Les critères déterminants d'achat d'une voiture restent son prix et sa consommation et non pas son émission de CO2. On assiste néanmoins à des **changements de comportements, en particulier dans les achats alimentaires.** S'il est difficile de démêler les facteurs qui interviennent, il est probable que le souci de préserver son capital santé joue un rôle. Comment vivre en effet dans un monde toxique ou nocif et vivre en bonne santé ? La présence d'ingrédients sains et naturels, et la prévention des risques pour la santé sont ainsi les deux premiers critères pour définir un produit alimentaire de qualité (Baromètre Greenflex, 2017). Au-delà de l'impact sur la santé, la préoccupation pour les dimensions sociales et environnementales de l'alimentation progressent (enquête Ipsos « Alimentation durable : les Français de plus en plus attentifs à ce qu'ils mangent », 2016). Les Français déclarent ainsi consommer davantage de produits régionaux ou vendus en circuits courts (70%), avoir tendance à réduire la quantité de nourriture qu'ils jettent (67%). Et ils n'hésitent pas à écarter certains aliments de leur régime alimentaire : 64% l'ont déjà fait en raison de la présence d'additifs, 63% en raison de la présence de pesticides (93% des Français pensent que la présence de pesticides dans les aliments consommés a des conséquences sur leur santé personnelle). En lien avec cette tendance, 62% des Français déclarent acheter des aliments bio, une hausse de 27 points depuis 1998 (figure 4).

Figure 4, Évolution de la fréquence d'achat d'aliments « bio » entre 1998 et 2017 en France, Question « Vous personnellement, vous arrive-t-il d'acheter des aliments « bio » ? », IFOP pour WWF France, Les Français, la consommation écoresponsable et la transition écologique, octobre 2017



CONCLUSION

Les Français se disent sensibles à l'environnement et sont préoccupés par sa dégradation et par le changement climatique. Les enquêtes mesurent une aspiration commune à un environnement préservé, qui est elle-même motivée par plusieurs raisons (préserver sa santé, préserver les générations futures, préserver les écosystèmes, etc.). Si certaines mesures destinées à la protection de l'environnement suscitent une adhésion large (écogestes, repas bios dans les cantines, interdiction des OGM ou de l'exploitation du gaz de schiste...), et que des évolutions de pratiques sont mesurables, des clivages réapparaissent quand des mesures sont jugées trop contraignantes.

Liste et méthodologie des sondages

Adrien Fabre : enquête administrée en septembre/octobre 2016, sur deux échantillons représentatifs d'un millier de Français chacun, méthode des quotas. Trois ensembles de questions ont été testés avec deux procédures différentes : l'adhésion aux différentes propositions ou leur évaluation sur une échelle en cinq modalités.

Sondage IFOP pour WWF, Les Français, la consommation écoresponsable et la transition écologique : échantillon de 1002 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne du 3 au 4 octobre 2017.

Panorama des 9 points clés du baromètre de référence sur les attentes des Français en matière de consommation responsable : étude réalisée auprès de 3800 individus, représentatifs de la population française, en février-mars 2017. Depuis 2004, Ethicity puis GreenFlex, en partenariat avec l'Ademe, mène chaque année cette étude pour mieux comprendre les attentes et la sensibilité des Français en matière de consommation responsable.

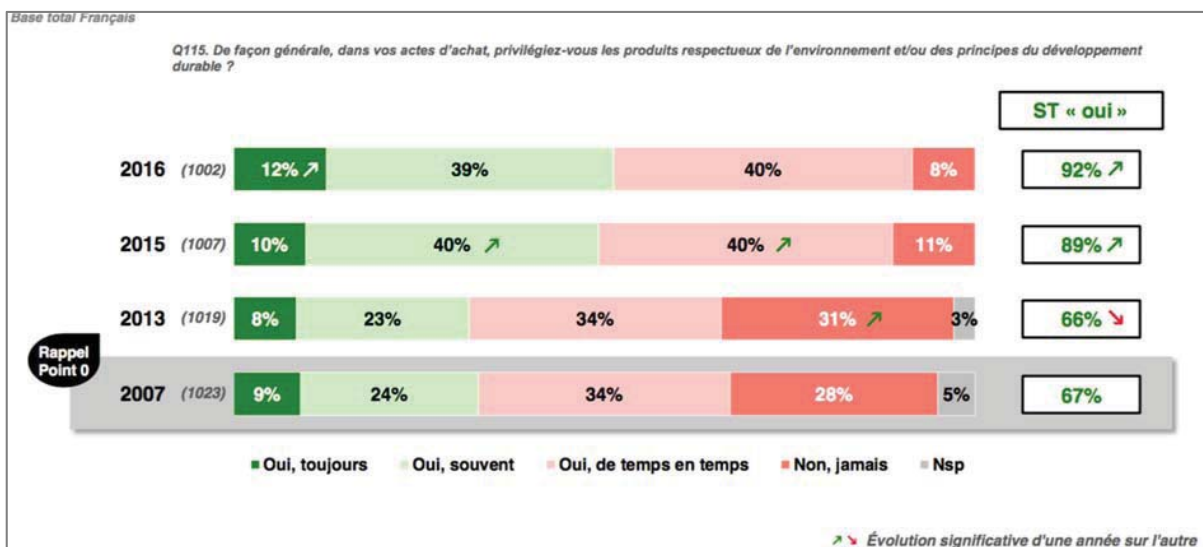
Baromètre du CGDD/SOeS : il est réalisé depuis 1995 par le Credoc, tous les deux ans en début d'année impaire, dans le cadre du dispositif d'enquête Conditions de vie et aspirations des Français. Les données relatives à la sensibilité environnementale des ménages sont collectées en face-à-face auprès d'un échantillon représentatif de 2 000 personnes. Les résultats sont présentés sur le site du CGDD/SOeS (www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/lessentiel/t/envi-ronnement.html) à la rubrique « Société et environnement ».

L'ENGOUEMENT (PLUS OU MOINS PARTAGÉ) POUR LA CONSOMMATION RESPONSABLE : LE CAS DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

La consommation responsable apparaît de plus en plus comme un moyen concret pour changer la société. Même si elle reste faible en proportion du total de la production, l'agriculture biologique a par exemple aujourd'hui passé le stade de la confidentialité et touche presque tout le monde. Derrière cette relative popularité, les motivations des consommateurs varient assez fortement et, si les préoccupations de santé dominent encore, elles semblent de plus en plus altruistes (environnement, soutien aux producteurs). La nécessité de changer nos façons de faire est largement partagée, mais elle fait apparaître quelques clivages : clivages idéologiques (droite-gauche) mais aussi entre catégories socio-professionnelles et catégories d'âge.

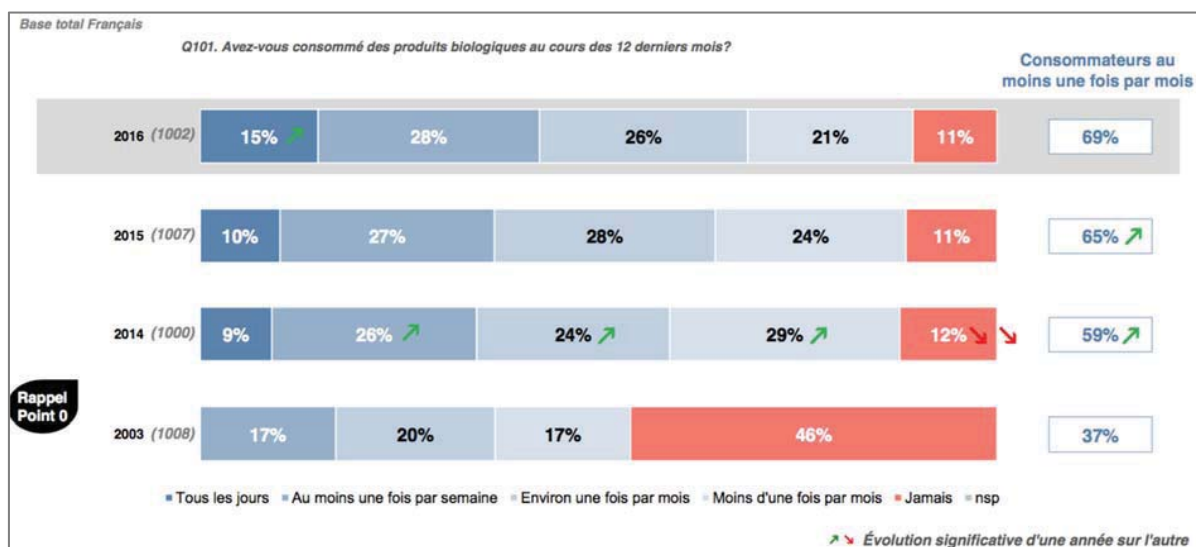
Le bio : plus répandu, plus demandé... mais encore trop cher

Depuis maintenant une quinzaine d'années, l'Agence Bio produit par le biais du CSA des enquêtes régulières sur la perception et la consommation des produits issus de l'agriculture biologique. Ces travaux montrent que les Français déclarent de plus en plus être attentifs à la qualité environnementale des produits qu'ils achètent (tous types d'achats confondus), avec un tournant assez net vers 2014. En 2007 comme en 2013, deux tiers des Français déclaraient privilégier au moins de temps en temps les critères environnementaux dans leurs achats, sans évolution notable sur la période. Mais en 2015 ce chiffre a soudainement grimpé à 89%, puis à 92% en 2016. On peut supposer (sans vérification) que la crise a joué un rôle, amenant au tournant des années 2010 les consommateurs à privilégier le prix sur les qualités environnementales des produits tandis que, une fois les effets de la crise dissipés, ces éléments qualitatifs auraient ensuite repris une importance plus grande aux yeux des Français.



Commentaire : à la question « de façon générale, dans vos achats, privilégiez-vous les produits respectueux de l'environnement et/ou des principes du développement durable ? » 67% des Français répondaient positivement (« oui, toujours », « oui, souvent » ou « oui de temps en temps ») en 2007. Ils étaient 92% à déclarer de même en 2016. (CSA, 2017)

Cette tendance confirme pour partie celle constatée dans le domaine plus spécifique de la consommation de produits issus de l'agriculture biologique : en 2003, seuls 37% des Français consommaient au moins une fois par mois des produits issus de l'agriculture biologique, contre 69% en 2016 – avec là encore une forte hausse après 2013. Les consommateurs réguliers (au moins une fois par semaine) ont plus que doublé sur cette même période, passant de 17% de la population à 42%. Même si 86% des Français dépensent moins de 25% de leur budget alimentaire dans l'alimentation biologique, la consommation déclarée est donc en nette hausse.



Commentaire : à la question « avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois ? » 37% des Français répondaient positivement en 2007. Ils étaient 69% à déclarer de même en 2016. (CSA, 2017)

En termes de notoriété, on constate exactement la même évolution : le label agriculture biologique français (AB) est aujourd'hui reconnu par 97% de la population, et 92% des Français admettent qu'il est important de développer l'agriculture biologique à l'avenir (40% tout à fait d'accord, 43% plutôt d'accord). (CSA, 2017)

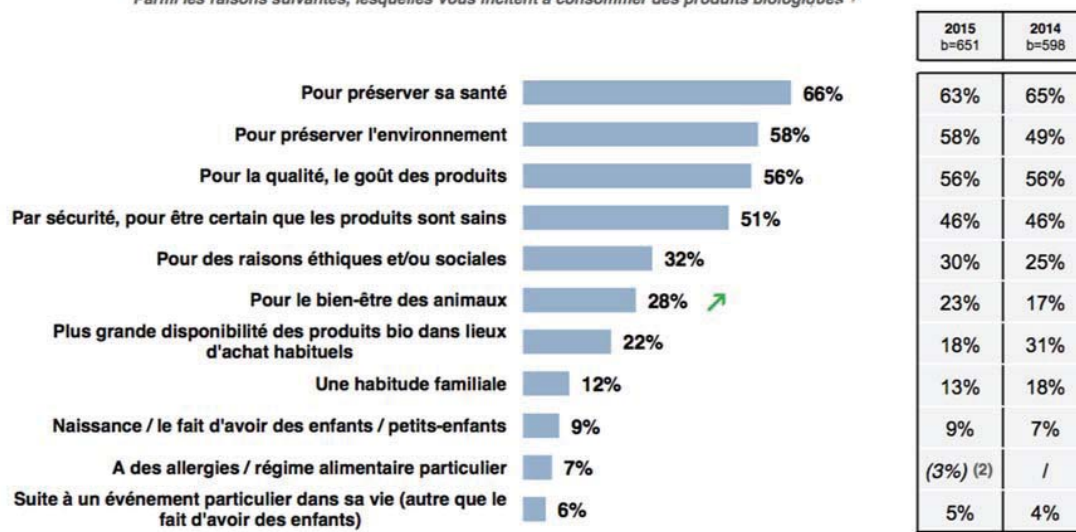
Qu'il s'agisse de pratiques réelles (la consommation) ou de valeurs (notoriété, vision de l'avenir de la filière), l'agriculture biologique a donc le vent en poupe. Mais on note toutefois des différences assez nettes au sein de la population. Une enquête menée par l'IFOP en 2017 montre par exemple que les consommateurs réguliers de produits biologiques sont un peu plus souvent des femmes que des hommes. Ce sont aussi (nettement) plus souvent des cadres supérieurs que des ouvriers, des urbains que des ruraux : 85 % des cadres déclarent consommer souvent ou de temps en temps de tels produits, contre seulement 46 % des ouvriers (et 71 % des parisiens contre 55 % des ruraux). L'effet de revenu est sans doute prégnant dans ce constat, le prix trop élevé des produits biologiques étant le point leur étant le plus fréquemment reproché (par 89 % des consommateurs). Le consentement des personnes à payer davantage fait d'ailleurs ressortir les mêmes clivages. Mais comme on le verra plus tard, une composante idéologique existe également sans doute : 85 % des sympathisants des partis écologistes déclarent consommer souvent ou de temps en temps des produits biologiques, contre 51 % des sympathisants du Front National. (IFOP, 2017 ; Cf. tableau annexe pour le détail)

Des motivations de santé progressivement rattrapées par des motivations environnementales

Parmi ceux qui consomment des produits biologiques, les motivations sont variables : dans un contexte marqué par de régulières crises sanitaires, la santé arrive en tête des motivations, citée par 66% des consommateurs – avec dans cette catégorie de personnes soucieuses de leur santé une surreprésentation des personnes de plus de 50 ans. La qualité des produits et la sécurité arrivent encore en bonne position, mais ce sont toutefois les motivations altruistes qui croissent le plus nettement depuis 2014. La préservation de l'environnement fait un net bond en avant : elle n'était citée comme cause d'achat que par 49 % des consommateurs de produits biologiques en 2014, contre 58 % en 2016 – ce qui permet à la préservation de l'environnement de se hisser à la seconde place des motivations des consommateurs de produits biologiques derrière les préoccupations de santé. Les raisons éthiques et sociales passent quant à elles de 25 à 32 % sur la même période. Enfin, on notera que c'est le bien-être des animaux qui connaît le bond le plus important puisque 28 % des consommateurs considèrent cet argument dans leur achat en 2016, contre 17% en 2014.

Base Consommateurs
Bio : 688

Q206. Abordons maintenant les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques.
Parmi les raisons suivantes, lesquelles vous incitent à consommer des produits biologiques ?

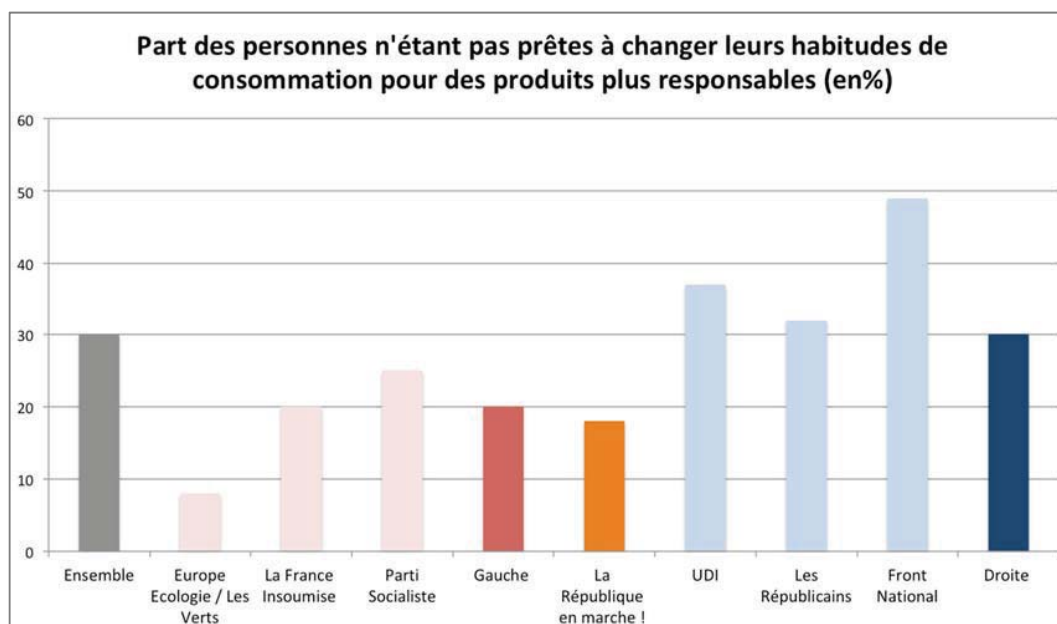


Commentaire : pour les consommateurs de produits biologiques, parmi une liste limitée de vertus supposées de ces produits, la motivation la plus récurrente pour consommer bio est la préservation de sa santé (en légère hausse), suivie de près par la préservation de l'environnement (en hausse également). La motivation qui connaît la plus forte hausse est le bien-être animal (plusieurs réponses possibles). (CSA, 2017)

Changer nos modes de vie : la plupart des Français sont d'accord... mais pas tous !

Malgré un engouement certain, et à l'instar probablement d'autres formes de production éthiques ou durables, l'agriculture biologique ne fait pas pour autant complètement l'unanimité. Ces différences sont particulièrement visibles lorsqu'il s'agit d'aborder les mesures (individuelles ou collectives) qu'il faudrait envisager en faveur de ces modes de production plus éthiques ou durables.

L'enquête de l'IFOP montre par exemple que 70% des personnes envisagent de changer leurs habitudes de consommation pour des produits plus responsables (40 % le font déjà, 30% envisagent de le faire). Restent donc 30% de personnes qui n'envisagent pas de le faire. Ces réfractaires sont majoritairement des hommes (un tiers des hommes contre un quart des femmes sont réfractaires). La part de réfractaires est particulièrement importante parmi les peu diplômés (41% de ceux qui n'ont pas le baccalauréat) ou encore les ouvriers (44%). Le clivage est particulièrement marqué sur le plan politique, puisque seuls 8% des sympathisants écologistes n'envisagent pas de changer leurs habitudes pour des produits plus responsables, contre la moitié (49%) des sympathisants du FN (49%). (IFOP, 2017) L'étude du CSA montre également une surreprésentation des personnes âgées « sceptiques » quant à l'intérêt de l'agriculture biologique (11% des plus de 65 ans contre 5 % de moyenne). (CSA, 2017)



(d'après IFOP, 2017)

Le niveau de vie n'est pas un argument suffisant pour expliquer les différences que l'on constate par exemple entre cadres supérieurs et ouvriers, ou entre diplômés et non diplômés. En effet, la proposition consistant à changer certaines habitudes de consommation à coût équivalent fait apparaître exactement les mêmes clivages. La proposition consistant à diminuer la consommation de viande (plus chère) pour consommer davantage de produits biologiques est rejetée par un tiers (33%) des Français, mais les réfractaires à ce changement sont davantage présents en milieu rural (41%), parmi les peu diplômés (41%), parmi les sympathisants du FN (46%) et enfin parmi les ouvriers (48%). (IFOP, 2017, Cf. tableau détaillé en annexe)

Les mesures collectives font également apparaître des clivages : par exemple l'idée de renforcer le pouvoir du ministère de l'écologie en matière de politiques agricoles séduit 75% des Français, avec cette fois-ci des clivages politiques bien marqués et relativement traditionnels : 100% des sympathisants écologistes y sont favorables, contre 67% des sympathisants LR et 66% des sympathisants FN. L'idée de rendre totalement transparente la répartition des marges entre acteurs de la filière agro-alimentaire séduit 90% des Français, avec cette fois-ci une bonne adhésion des sympathisants FN mais davantage de réticences du côté de la droite « libérale » (UDI, LR) (IFOP, 2017)

Note bibliographique et méthodologique

-CSA, 2017. *Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France, 14^{ème} édition*. CSA & Agence Bio, janvier 2017. (sondage auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population de 18 ans et plus résidant en France, d'après la méthode des quotas basée sur sexe, âge, CSP, région et catégorie d'agglomération. Questionnaire réalisé du 15 au 25 novembre 2016.

URL : <http://www.agencebio.org/comprendre-le-consommateur-bio>

-IFOP, 2017. *Les Français, la consommation éco-responsable et la transition écologique*. IFOP et WWF France, octobre 2017. (sondage auprès d'un échantillon de 1002 personnes, représentatif de la population de 18 ans et plus résidant en France, d'après la méthode des quotas basée sur sexe, âge, profession, région et catégorie d'agglomération. Questionnaire réalisé du 3 au 4 octobre 2017.

URL : http://www.ifop.com/?option=com_publication&type=poll&id=3865

La fréquence d'achat d'aliments « bio »

	TOTAL Souvent / De temps en temps (%)	Très souvent (%)	De temps en temps (%)	TOTAL Rarement / Jamais (%)	Rarement (%)	Jamais (%)
ENSEMBLE	62	19	43	38	26	12
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)						
Homme	57	17	40	43	29	14
Femme	66	21	45	34	23	11
AGE DE L'INTERVIEWE(E)						
Moins de 35 ans	57	15	42	43	31	12
18 à 24 ans	60	12	48	40	29	11
25 à 34 ans	56	18	38	44	31	13
35 ans et plus	64	21	43	36	24	12
35 à 49 ans	63	20	43	37	26	11
50 à 64 ans	67	23	44	33	21	12
65 ans et plus	61	19	42	39	26	13
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)						
ACTIF	64	20	44	36	25	11
PCS+	78	32	46	22	15	7
Travailleur indépendant	62	26	36	38	22	16
Cadre et prof. int. supérieure	85	35	50	15	13	2
Profession intermédiaire	68	22	46	32	24	8
PCS-	55	12	43	45	31	14
Employé	63	13	50	37	27	10
Ouvrier	46	10	36	54	36	18
INACTIF	59	19	40	41	27	14
Retraité	63	20	43	37	25	12
Autre inactif	51	16	35	49	30	19
NIVEAU D'EDUCATION						
Inférieur au Baccalauréat	53	12	41	47	32	15
Baccalauréat	64	20	44	36	21	15
1er cycle du supérieur	65	23	42	35	23	12
2e et 3e cycle du supérieur	68	24	44	32	25	7
En cours d'études	64	20	44	36	27	9
TAILLE D'UNITE URBAINE						
Communes rurales	55	20	35	45	30	15
Communes urbaines de province	62	18	44	38	25	13
Agglomération parisienne	71	23	48	29	23	6
REGION						
Région parisienne	70	23	47	30	22	8
Province	60	18	42	40	27	13
Nord est	58	17	41	42	26	16
Nord ouest	63	21	42	37	25	12
Sud ouest	52	12	40	48	30	18
Sud est	62	19	43	38	28	10
PROXIMITE POLITIQUE						
Gauche	70	27	43	30	21	9
La France Insoumise	65	23	42	35	29	6
Parti Socialiste	68	26	42	32	20	12
Europe Ecologie / Les Verts	85	39	46	15	12	3
La République en marche !	70	19	51	30	23	7
Modem (*)	67	28	39	33	19	14
Droite	63	19	44	37	26	11
UDI (*)	50	23	27	50	37	13
Les Républicains	63	18	45	37	26	11
Debout la France (*)	72	21	51	28	20	8
Front National	51	11	40	49	28	21
Sans sympathie partisane	54	14	40	46	32	14
VOTE A LA PRESIDENTIELLE 2017 (1er tour)						
Jean-Luc Mélenchon	65	26	39	35	25	10
Benoît Hamon	67	35	32	33	20	13
Emmanuel Macron	72	21	51	28	22	6
François Fillon	61	17	44	39	26	13
Nicolas Dupont-Aignan	57	21	36	43	28	15
Marine Le Pen	52	12	40	48	31	17
PROPENSION A PAYER PLUS CHER SES PRODUITS ALIMENTAIRES POUR MIEUX REMUNERER LES AGRICULTEURS						
Oui	70	23	47	30	21	9
Non	43	11	32	57	37	20

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

Commentaire : à la question « vous personnellement, vous arrive-t-il d'acheter des aliments bio ? », 19% des Français répondent « Très souvent » (IFOP, 2017)

La propension à modifier son alimentation avec davantage de produits « bio »

	TOTAL Oui	Oui, tout à fait	Oui, plutôt	TOTAL Non	Non, plutôt pas	Non, pas du tout
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
ENSEMBLE	72	28	44	28	20	8
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)						
Homme	67	23	44	33	24	9
Femme	77	33	44	23	16	7
AGE DE L'INTERVIEWE(E)						
Moins de 35 ans						
18 à 24 ans	73	32	41	27	20	7
25 à 34 ans	76	25	51	24	19	5
35 ans et plus						
35 à 49 ans	70	36	34	30	21	9
50 à 64 ans	72	27	45	28	20	8
65 ans et plus	74	28	46	26	18	8
50 à 64 ans	78	30	48	22	14	8
65 ans et plus	64	22	42	36	29	7
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)						
ACTIF						
PCS+						
Travailleur indépendant	76	30	46	24	17	7
Cadre et prof. int. supérieure	78	40	38	22	16	6
Profession intermédiaire	65	32	33	35	23	12
85	44	41	15	12	3	
Profession intermédiaire						
82	28	54	18	15	3	
PCS-						
Employé	72	26	46	28	20	8
Ouvrier	80	30	50	20	17	3
INACTIF						
Retraité	61	20	41	39	23	16
Autre inactif	68	26	42	32	23	9
68	25	43	32	25	7	
66	27	39	34	19	15	
NIVEAU D'EDUCATION						
Inférieur au Baccalauréat	69	23	46	31	18	13
Baccalauréat	72	24	48	28	22	6
1er cycle du supérieur	73	28	45	27	19	8
2e et 3e cycle du supérieur	74	35	39	26	22	4
En cours d'études	78	38	40	22	18	4
TAILLE D'UNITE URBAINE						
Communes rurales	69	25	44	31	24	7
Communes urbaines de province	72	29	43	28	20	8
Agglomération parisienne	76	28	48	24	16	8
REGION						
Région parisienne	75	28	47	25	18	7
Province						
Nord est	72	28	44	28	20	8
Nord ouest	69	29	40	31	22	9
Sud ouest	73	30	43	27	22	5
Sud est	68	20	48	32	20	12
75	29	46	25	18	7	
PROXIMITE POLITIQUE						
Gauche						
La France Insoumise	82	38	44	18	14	4
Parti Socialiste	78	36	42	22	20	2
Europe Ecologie / Les Verts	80	29	51	20	14	6
96	57	39	4	4	-	
La République en marche !						
Modem (*)	76	30	46	24	22	2
84	45	39	16	10	6	
Droite						
UDI (*)	69	26	43	31	20	11
Les Républicains	67	17	50	33	20	13
68	25	43	32	22	10	
Debout la France (*)	81	42	39	19	13	6
62	22	40	38	26	12	
Front National						
Sans sympathie partisane	67	18	49	33	22	11
VOTE A LA PRESIDENTIELLE 2017 (1er tour)						
Jean-Luc Mélenchon	76	37	39	24	20	4
Benoît Hamon	82	38	44	18	14	4
Emmanuel Macron	75	32	43	25	22	3
François Fillon	69	21	48	31	22	9
Nicolas Dupont-Aignan	74	33	41	26	18	8
Marine Le Pen	64	23	41	36	24	12
FREQUENCE D'ACHAT D'ALIMENTS 'BIO'						
Souvent / De temps en temps	87	39	48	13	11	2
Rarement / Jamais	48	10	38	52	34	18
PROPENSION A PAYER PLUS CHER SES PRODUITS ALIMENTAIRES POUR MIEUX REMUNERER LES AGRICULTEURS						
Oui	79	31	48	21	16	5
Non	58	21	37	42	28	14

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

Commentaire : à la question « Pour un budget alimentaire équivalent à ce que vous dépensez actuellement, seriez-vous prêt à modifier votre alimentation avec davantage de produits bio et moins de produits les plus coûteux et dont la production a un fort impact environnemental (viande, produits laitiers, etc.) ? », 28% des Français répondent « oui, tout à fait » (IFOP, 2017)

UNE SENSIBILITÉ CROISSANTE À LA CONDITION HUMAINE

D'innombrables indices attestent la transformation en cours des représentations de la condition animale. L'idée que toute souffrance animale inutile devrait être évitée et qu'il faut favoriser au contraire le bien-être animal suscite une adhésion croissante. Le mouvement d'opinion est profond, et transnational. Depuis l'ouvrage du philosophe Peter Singer, *Animal Liberation*, paru en 1975, des recherches sur les animaux qui s'appuient sur les sciences cognitives, l'éthologie, la biologie, et la psychologie remettent en cause certains de nos a priori sur la distinction entre l'homme et l'animal, qu'il s'agisse des capacités de raisonnement, de langage, ou d'émotions des animaux, et elles trouvent une résonance dans l'opinion.

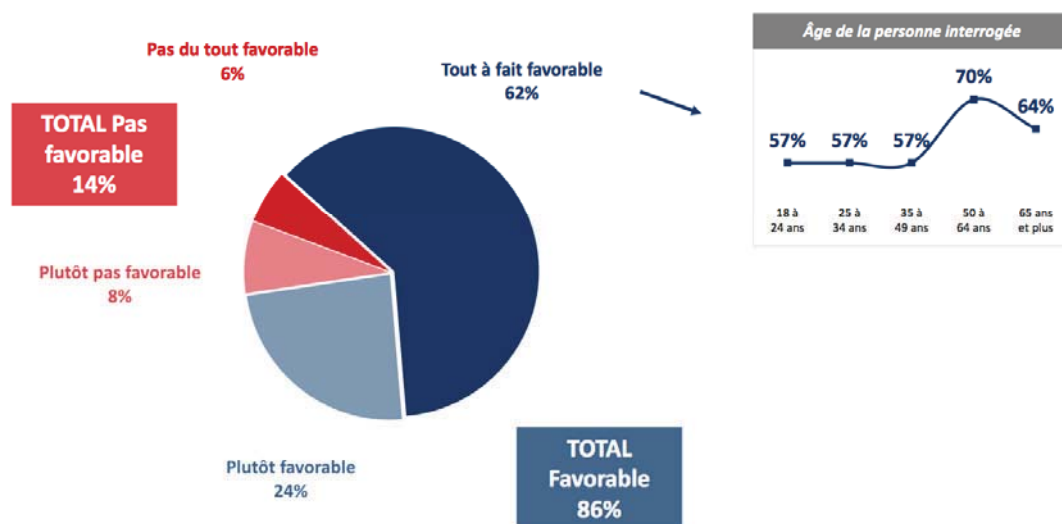
Évidemment, il suffit de regarder quels sont les commanditaires des nombreux sondages qui mesurent cette évolution de l'opinion en France — Fondation Brigitte Bardot, L214 éthique et animaux qui défend la cause végane et les droits des animaux, ASPAS (Association pour la Protection des Animaux Sauvages), CIWF (Compassion in World Farming, une ONG qui combat l'élevage industriel), Fondation 30 Millions d'Amis... — pour comprendre que ces organisations peuvent jouer un rôle, tant leur capacité est grande à installer dans le débat public des sujets (abattoirs, animaux de cirque, etc.) et à faire bouger ensuite la législation.

Les résultats apportés par les sondages vont tous dans le même sens. Les Français, dans leur très large majorité, condamnent les atteintes portées à l'animal, qu'elles soient liées aux faits de maltraitance, à l'expérimentation animale dans le champ de la santé (90% des Français y sont défavorables lorsqu'il est démontré que des méthodes substitutives peuvent être utilisées à la place), mais aussi, ce qui est plus nouveau, aux pratiques de l'élevage intensif. Chaque fois, ils attendent que les pouvoirs publics fassent évoluer les pratiques. Ainsi, quatre Français sur cinq (86 %) sont favorables à l'interdiction de l'élevage intensif (62% tout à fait favorable, 24% assez favorable) (IFOP pour la Fondation 30 Millions d'Amis « Les Français et le bien-être des animaux », 2017).

IFOP pour la Fondation 30 Millions d'Amis, « Les Français et le bien-être des animaux », 2017

QUESTION : Diriez-vous que vous êtes favorable ou pas favorable à l'interdiction de l'élevage intensif (élevage qui vise à augmenter la productivité par exemple en raccourcissant la phase de croissance ou en utilisant des espaces réduits) ?

Base : Ensemble des Français



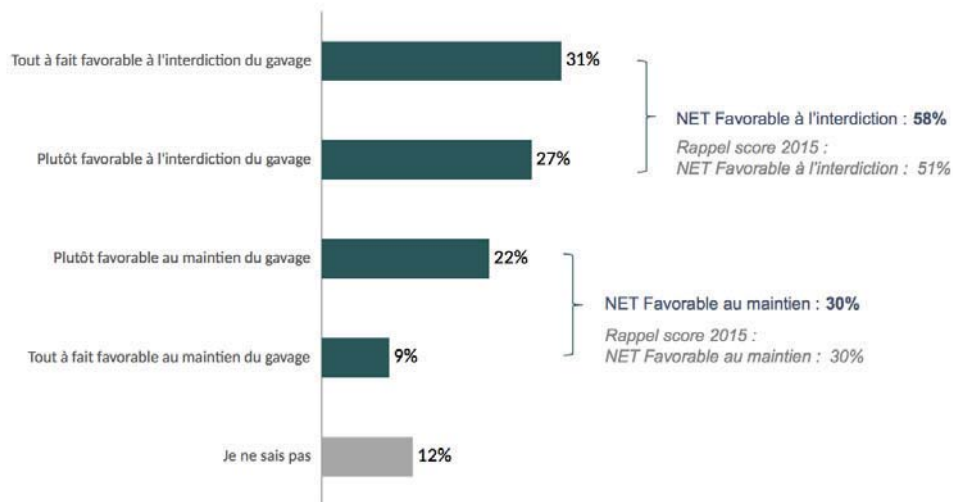
La protection des animaux d'élevage suscite l'unanimité : 90% des Français sont défavorables « aux élevages qui concentrent les animaux dans des bâtiments fermés sans leur laisser d'accès à l'extérieur » et se disent pour « l'interdiction de l'élevage en cage des poules pondeuses », selon un sondage YouGov pour L214 de 2018, soit 32 points de plus qu'en 2013. Il n'est pas sûr que le foie gras, lors des fêtes de fin d'année, continue à rassembler les familles : 58% des Français sont favorables à l'interdiction du gavage des canards et des oies dans la production de foie gras, selon un sondage OpinionWay-L214 de 2017, une tendance qui s'amplifie d'année en année (14 points de plus qu'en 2013). 37% d'entre eux répondent oui à la question « refusez-vous d'acheter du foie gras pour des raisons éthiques liées à la souffrance animale ? ». À l'encontre de chacune de ces pratiques, la raison évoquée est celle de la souffrance pour les animaux.

YouGov pour L214, « Étude Foie Gras », 2017

L3. Concernant la méthode de production de foie gras, diriez-vous que vous êtes ...?

Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute: Adultes français (1001)

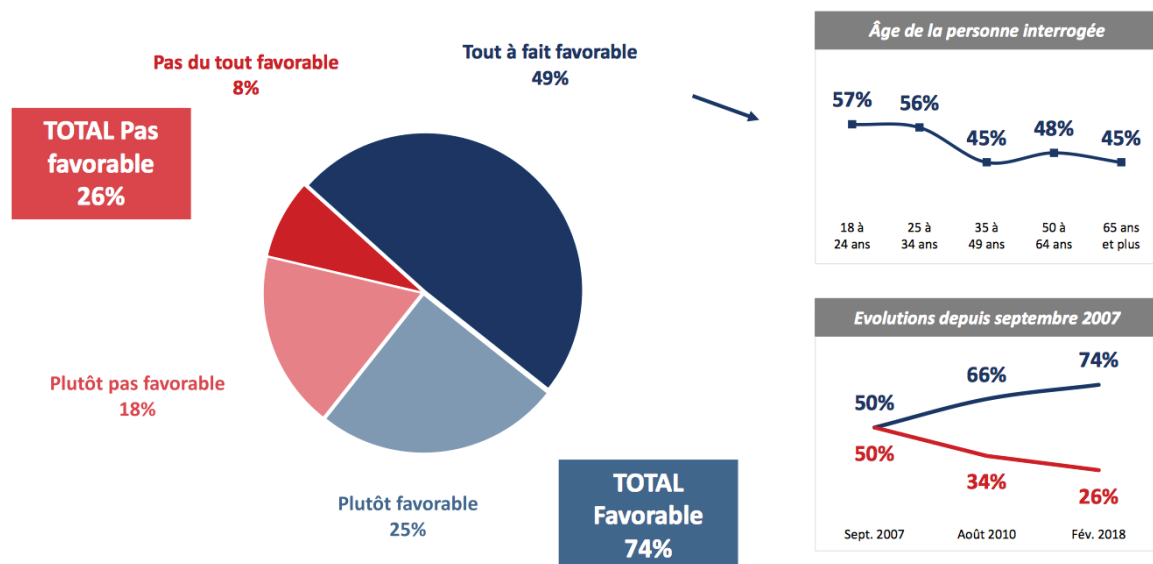


Les Français sont favorables à ce que les personnes qui exercent des violences envers les animaux soient davantage punies, et que des pratiques engendrant la souffrance soient interdites. Quelques chiffres : 66% des personnes interrogées sont d'accord avec l'idée « les peines prononcées pour mauvais traitements, abandons, sévices graves, atteintes à la vie ou à l'intégrité de l'animal ne sont pas suffisamment appliquées » ; 74 % des Français se disent favorables à l'interdiction des corridas (dont 49% tout à fait favorable), un résultat qui a augmenté de 24 points depuis 2007 et qui devrait encore augmenter par un effet génération. Localement, 75% des habitants des 10 départements français où la pratique est encore autorisée sont opposés aux corridas, selon un sondage IFOP-Alliance Anticorrída de 2017.

IFOP pour la Fondation 30 Millions d'Amis, « Les Français et le bien-être des animaux », 2017

QUESTION : Diriez-vous que vous êtes favorable ou pas favorable à l'interdiction des corridas en France ?

Base : Ensemble des Français

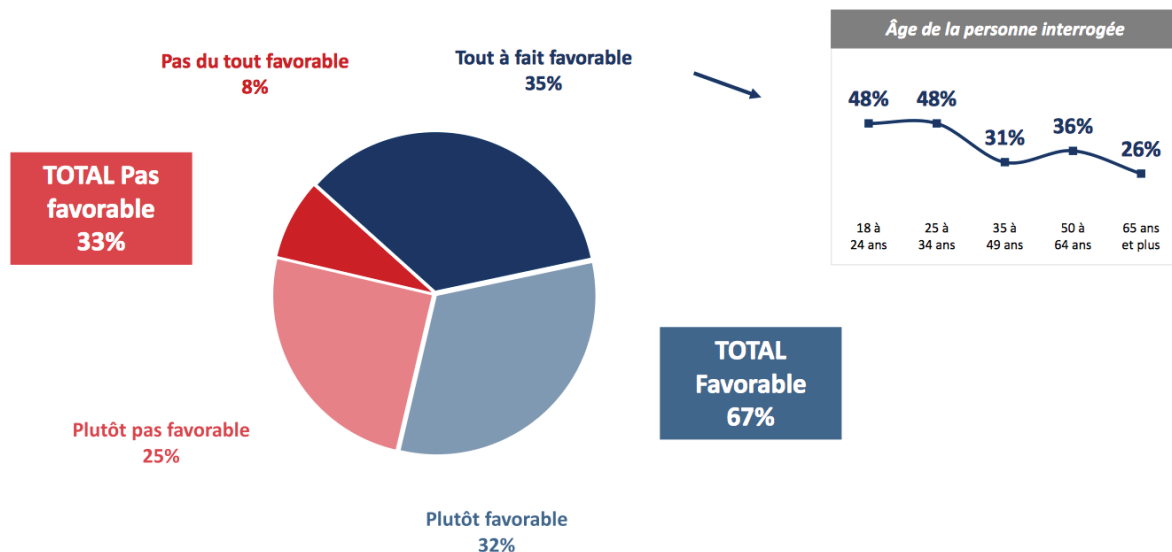


86 % des Français se disent d'accord (et même 66% tout à fait d'accord) avec la proposition suivante : « La France doit interdire l'élevage d'animaux pour leur fourrure » (YouGov-L214 « Les Animaux à fourrure », 2018). Et 67 % des Français sont favorables à une réglementation qui interdise la présence d'animaux sauvages dans les cirques. Ce sentiment est particulièrement élevé chez les moins de 35 ans (80%). À toutes les questions qui concernent la condition animale, les jeunes sont proportionnellement plus nombreux à adopter des positions en faveur du bien-être animal.

IFOP pour la Fondation 30 Millions d'Amis, « Les Français et le bien-être des animaux », 2017

QUESTION : Diriez-vous que vous êtes favorable ou pas favorable à l'interdiction des animaux sauvages dans les cirques ?

Base : Ensemble des Français

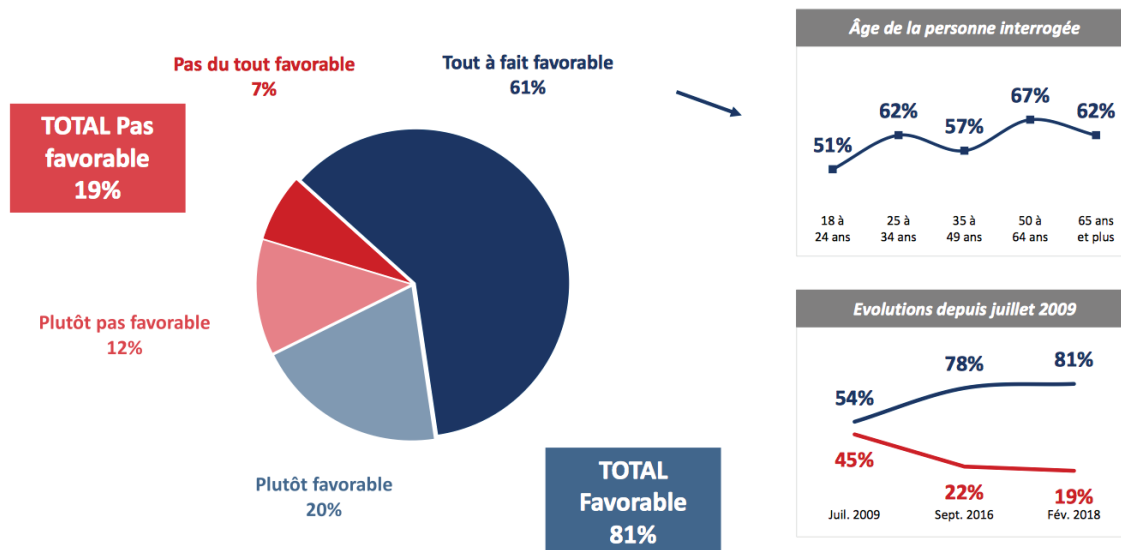


Les Français sont par ailleurs de plus en plus nombreux à attendre une restriction de la pratique de la chasse. Ils sont ainsi 81% à se dire favorables à ce que « le dimanche devienne un jour non chassé » afin de favoriser d'autres activités (on relève ici un biais dans la formulation). La hausse est notable, de 27 points de pourcentage depuis 2009.

IFOP pour la Fondation 30 Millions d'Amis, « Les Français et le bien-être des animaux », 2017

QUESTION : Au niveau national, en France, la chasse est autorisée les 7 jours de la semaine en période de chasse. Le dimanche, la nature est très fréquentée par des familles en promenade, des randonneurs, des joggeurs, des cyclistes, des cavaliers, etc. Vous personnellement, seriez-vous favorable ou pas favorable à ce que le dimanche devienne un jour non chassé ?

Base : Ensemble des Français



89% des Français sont favorables à une limitation de la durée de transports d'animaux vivants à un maximum de huit heures, 68% se déclarent opposés à l'exportation d'animaux d'élevage vivants hors de l'Union Européenne (IFOP-CIWF, 2017) et 85% se disent favorables aux caméras dans les abattoirs (IFOP-Droit Des Animaux et Fondation Brigitte Bardot, 2017).

L'idée s'impose que l'animal (tant domestique que sauvage) a des droits. À la suite d'une pétition lancée en 2012 par la fondation 30 Millions d'amis, le Code civil a reconnu le 16 février 2015 que l'animal est un « être vivant doué de sensibilité » (nouvel article 515-14) et non plus un bien meuble. Cette modification de statut devrait permettre à la justice de sanctionner plus sévèrement la maltraitance animale. À la suite de la France, d'autres pays ont suivi, en considérant que la classification de l'animal devait être adaptée aux mentalités et aux progrès scientifiques qui reconsidèrent l'animal. D'autres évolutions sont possibles et pour l'illustrer on prendra deux exemples, celui du cheval et celui des grands singes. 64% des Français se disent favorables au changement de statut juridique des chevaux afin de leur éviter l'abattoir, selon un sondage IFOP commandé par la Fondation Bardot en 2013. Mais on observera que leur attribuer le statut d'animal de compagnie non seulement interdira l'hippophagie, mais qu'à terme toute pratique équestre pourrait être remise en question (courses, dressage, etc.). Concernant les singes, 80% des Français ont répondu « oui » à la question suivante que nous énonçons dans son intégralité : « Le 4 septembre dernier, quatre espèces de grands singes ont été ajoutées sur la liste des espèces en danger critique d'extinction. En plus du braconnage et de la destruction de leur environnement, les grands singes (chimpanzés, gorilles, bonobos...) peuvent légalement être victimes d'expérimentations impliquant leur mise en captivité, leur souffrance et leur mise à mort. Pensez-vous souhaitable de protéger les grands singes en leur attribuant une personnalité juridique qui leur confère des droits fondamentaux inhérents à leur dignité, tels que le droit à la vie, le droit à la liberté et le droit de ne pas subir des mauvais traitements ? » (sondage IFOP-Droits Des Animaux, « Les Français et la personnalité juridique des grands singes », 2016). La discussion sur les droits des animaux n'est pas prête de s'éteindre.

La transformation des mentalités se répercute sur les pratiques. Dans le monde entier, des États prennent des mesures diverses pour répondre à l'attente sociétale d'éviter la souffrance animale. L'élevage de visons et de renards est prohibé en Angleterre et en Autriche et bientôt en Norvège, les homards ne sont plus ébouillantés vivants en Suisse, une soixantaine de communes en France ont interdit la présence de cirques avec animaux sauvages sur leur territoire, et en Europe 22 pays ont d'ores-et-déjà fait le choix d'un cirque sans animaux sauvages. Suite aux mobilisations sur les conditions d'abattage des animaux, l'Assemblée nationale française a voté l'obligation d'installer des caméras dans les abattoirs à partir de 2018 à l'issue d'une expérimentation.

Sous la pression de L214, ONG qualifiée par les grands producteurs d'« abolitionniste », c'est-à-dire visant à terme la suppression de l'élevage, les enseignes de la grande distribution ont pris les unes après les autres l'engagement de ne plus commercialiser (à partir de 2020 et 2025 selon les enseignes) que des œufs pondus par des poules élevées en plein air. Très médiatisée et relayée par les réseaux sociaux, la diffusion par cette association de vidéos montrant les violences infligées aux animaux dans les élevages et les abattoirs a largement contribué à faire bouger l'opinion. De nombreux acteurs de l'agriculture s'attendent à trouver des réponses aux questions posées par le bien-être animal parce qu'ils ont perçu que le sujet montait dans l'opinion et parce que les campagnes relayées par les ONG peuvent être dévastatrices en termes d'image. Pour sa part, l'État cherche à arbitrer entre une opinion publique de plus en plus pressante sur la cause animale, et des acteurs qui doivent s'adapter.

L'impact de cette évolution des mentalités se mesure sans surprise dans l'alimentation, qui se « végétalise » en France. 34% des foyers ont au minimum une personne qui tend à réduire ou limiter sa consommation de protéines animales (sans compter les végétaliens et végétariens), selon une étude Kantar 2016. Ce tournant est particulièrement intéressant à observer chez les jeunes. Selon l'enquête « Tous futurs Veggie ? » réalisée auprès de 3435 jeunes de 25-34 ans en 2017, la majorité des jeunes consomment de la viande, mais ils se sentent largement concernés par la condition animale et par des problématiques sanitaires et environnementales. 47% des sondés n'ayant pas fait le choix d'une alimentation végétarienne ont envisagé réduire leur consommation de viande. Les raisons qu'ils donnent sont éclairantes : 54% y ont pensé pour la protection des animaux, 49% pour la préservation de l'environnement, 43% pour des raisons de santé (deux réponses possibles). Ajoutons que 35% des jeunes dans leur ensemble pensent « que les mœurs de la société vont changer en faveur d'une alimentation sans viande ».

« Tous futurs « Veggie » ? (enquête auprès de 3435 jeunes de 25-34 ans), Diplomeo, 2017



Conclusion

Nous connaissons en France et dans de nombreux pays un tournant qui concerne la perception de l'animal. Dans les perceptions toute souffrance animale évitable est jugée de plus en plus insupportable. D'autres données nuancent ce constat (6 Français sur 10 disent qu'ils ne peuvent se passer de viande, etc.), mais on est bien face à un mouvement de fond, et face à des aspirations de plus en plus partagées qui vont modifier tant les législations, les catégories philosophiques, que les pratiques sociales dans de nombreux domaines (alimentation, loisirs...).

Liste et méthodologie des sondages

IFOP pour la Fondation 30 Millions d'Amis, sondage réalisé du 6 au 7 février 2018 auprès d'un échantillon de 1010 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, méthode des quotas.

YouGov pour L214, Étude Foie Gras 2017, enquête réalisée du 17 au 20 novembre 2017 sur 1001 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus, méthode des quotas.

YouGov pour L214, Étude les animaux à fourrure, enquête réalisée du 12 au 13 février 2018 sur 1005 personnes représentatives de la population française, méthode des quotas.

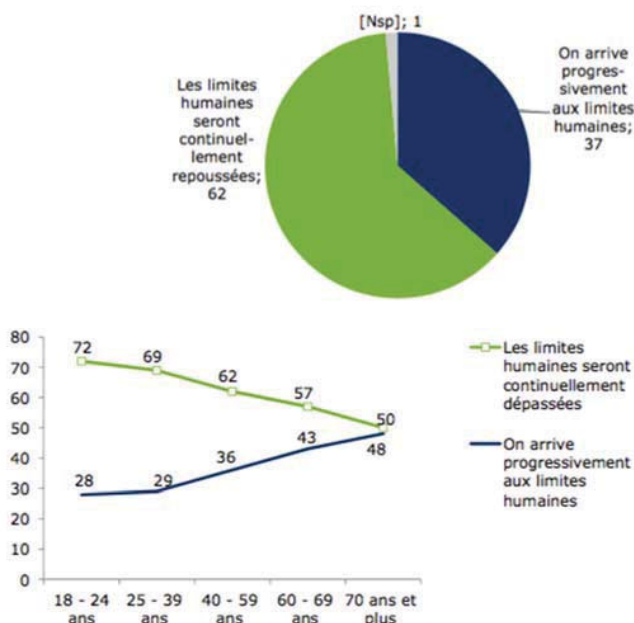
LA TENTATION TRANSHUMANISTE : JUSQU'OU LES FRANÇAIS SONT-ILS PRÊTS À ALLER DANS L'USAGE DE LA TECHNOLOGIE DANS LA MÉDECINE ?

Particulièrement technophiles, la plupart des Français pensent que les limites humaines seront continuellement dépassées. Ils pensent également en majorité que les progrès de la technologie ne doivent pas se limiter à soigner les malades mais doivent également servir à améliorer les capacités physiques des personnes en bonne santé. Peut-être parce qu'ils sont également très attachés au libre arbitre, les Français sont en revanche massivement opposés à améliorer les performances du cerveau. Enfin, l'idée d'utiliser des technologies pour transmettre des données sur l'état de santé partage l'opinion, les Français semblant hésiter entre l'exigence de respect de la vie privée et la perspective de voir leur santé et celle de leurs proches s'améliorer.

Deux tiers des Français pensent que les limites humaines seront continuellement dépassées

Le CREDOC a mené en 2014 une étude approfondie auprès des Français afin de connaître leur point de vue sur le rôle des technologies dans l'amélioration des capacités humaines. Intitulée « *Technosciences : amélioration ou perversion de l'humanité ?* » cette enquête rappelle d'abord que les Français sont particulièrement fascinés par les sciences et la technique et qu'ils sont également particulièrement rationalistes et peu religieux (Cf. tableaux en annexe pour le détail). Ces caractéristiques pourraient expliquer pourquoi près des deux tiers (62%) des Français pensent que les limites humaines seront continuellement repoussées (contre 37% qui pensent qu'on arrive progressivement aux limites humaines). Cette opinion est en effet pour partie corrélée au degré de technophilie des individus : ceux qui se disent intéressés par la science sont davantage persuadés que les limites humaines seront continuellement dépassées. Mais l'âge est un facteur encore plus important puisque 72% des 18-24 ans partagent cette opinion contre 50% des plus de 70 ans.

Graphique 1- Chaque année, des athlètes battent des records du monde de vitesse à pied, à vélo, à la nage, en saut en longueur, etc. Quelle est l'opinion qui se rapproche le plus de la vôtre ?



Commentaire : 62% des Français pensent que les limites physiques seront continuellement repoussées. 72% des 18-24 ans partagent cette opinion, contre 50% des 70 ans et plus. CREDOC, 2014

Les Français majoritairement favorables à l'amélioration des capacités physiques grâce à la technologie...

Une autre conclusion intéressante de l'enquête est que les Français pensent à 58% que « les progrès de la médecine ne doivent pas se limiter à soigner les maladies ». Ceux qui ont une vision extensive de la médecine sont surreprésentés parmi les plus aisés, les diplômés, ceux qui sont en bonne santé et les cadres supérieurs – par exemple, 76% des cadres et 75% des diplômés du supérieur pensent que les progrès de la médecine ne doivent pas se limiter à soigner les maladies. Là encore, l'âge est un facteur déterminant puisque les jeunes sont également plus nombreux à partager cette opinion (68% des 18-24 ans).

Plus encore, 58% des Français sont également d'accord avec l'idée selon laquelle « les progrès de la médecine doivent aider à améliorer les capacités physiques et mentales d'une personne en bonne santé ». On pourrait logiquement penser retrouver les mêmes personnes que pour l'opinion précédente (puisque les progrès de la médecine ne doivent pas servir qu'à soigner les maladies, alors ils doivent également servir à améliorer les capacités des personnes en bonne santé). Ce n'est pourtant pas totalement le cas puisque ce sont cette fois-ci les personnes âgées qui adhèrent le plus à cette opinion (66% des plus de 70 ans) et au contraire les plus jeunes qui sont les plus réticents (52% des 18-24 ans). Les auteurs de l'étude écrivent ainsi que, « plus les individus sont âgés et plus ils attendent de la médecine qu'elle aide à améliorer les capacités physiques et mentales des personnes en bonne santé, à limiter les marques du vieillissement et à repousser les limites de la mort. Mais dans le même temps les seniors sont aussi ceux qui adhèrent le plus à l'idée que la médecine doit se limiter à soigner la maladie, comme si les effets du vieillissement pouvaient, de leur point de vue, entrer dans le champ du pathologique. » Un phénomène très intéressant, puisqu'il suggère non seulement que la vieillesse est assimilée par les plus âgés à un état de maladie, mais que la confrontation avec cet état renforce l'adhésion à une application extensive des progrès de la médecine (pour repousser les limites de la mort notamment).

Tableau 2 – Opinions sur la médecine dans certains groupes

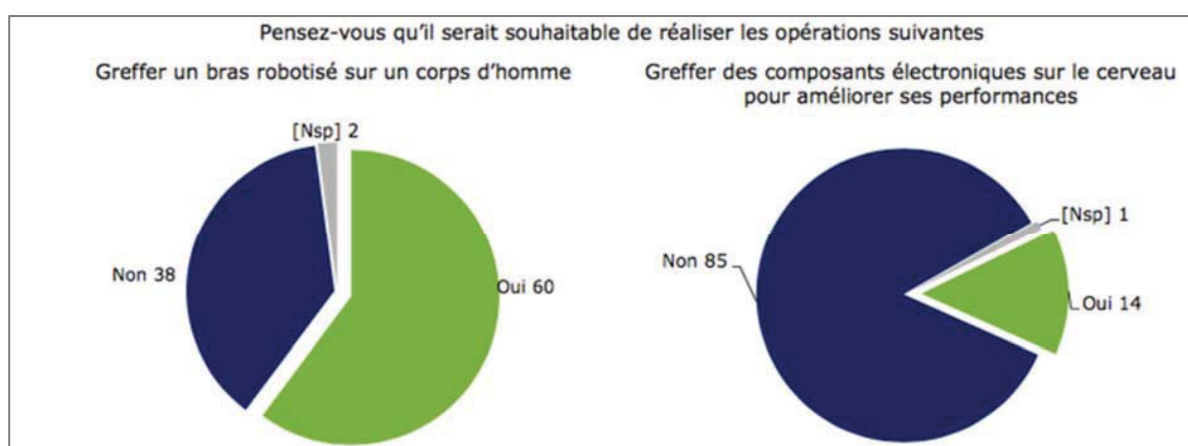
	Les progrès de la médecine ne doivent pas se limiter à soigner les maladies	Les progrès de la médecine doivent aider à améliorer les capacités physiques et mentales d'une personne en bonne santé	Les progrès de la médecine doivent aider à repousser les limites de la mort	Les progrès de la médecine doivent aider à limiter les marques du vieillissement
Ensemble de la population	58	58	45	38
18-24 ans	68	52	42	29
70 ans et plus	45	65	51	51
Retraité	49	66	50	49
Non diplômé	37	62	49	43
Diplômé du supérieur	75	60	42	37
Cadre et profession intellectuelle supérieure	76	58	42	45
Profession Intermédiaire	72	55	46	33
Hauts revenus	68	61	49	44
Se sent très souvent heureux dans sa vie	62	55	42	35
Etat de santé très satisfaisant	62	56	41	37
Etat de santé pas satisfaisant du tout	50	51	50	36
Tout à fait d'accord avec l'idée que le maintien en bonne santé est l'affaire des médecins	40	76	59	57

Commentaire : 58% des Français pensent que les progrès de la médecine ne doivent pas se limiter à soigner les maladies. 76% des cadres partagent cette opinion. CREDOC, 2014

Les Français sont en revanche minoritaires (45%) à penser que « les progrès de la médecine doivent aider à repousser les limites de la mort » et 38 % à penser qu'ils « doivent aider à limiter les marques du vieillissement ». Mais comme évoqué précédemment, les personnes âgées et en mauvaise santé sont majoritaires à partager cet avis, comme si les effets ressentis du vieillissement et la perspective plus aigüe de la mort changeaient la donne et incitaient à être davantage ouverts à une approche extensive de la médecine.

...mais plus réticents en ce qui concerne l'intelligence et le cerveau

S'ils sont donc majoritairement favorables à ce que la technologie améliore les performances des personnes en bonne santé, les Français ne sont toutefois pas prêts à tout accepter. En particulier, ils font une nette distinction entre les progrès qui touchent le corps et ceux qui mettent en jeu l'intelligence et le cerveau. L'enquête du CREDOC montre ainsi que 60% des Français sont favorables à l'idée de greffer un bras robotisé sur un corps humain. En revanche, ils rejettent à 85% l'idée de greffer des composants électroniques sur le cerveau pour améliorer ses performances. Et même parmi les 14% de personnes plutôt favorables à cette dernière idée, moins d'un tiers (soit 4% du total des répondants) seraient prêts à ce qu'on lui greffe des composants électroniques dans le cerveau.



CREDOC, 2014

Les auteurs de l'étude montrent que l'ensemble du corps social est peu ou prou sur cette ligne, sans distinctions très notables entre catégories sociales ou âges. Ils rappellent également que les Français sont davantage attachés à leur libre arbitre que la plupart des citoyens des autres pays européens, ce qui pourrait expliquer cette réticence forte à l'égard de l'idée d'une amélioration artificielle de l'intelligence humaine.

Dans le même ordre d'idée, 88% des français se disent également opposés au principe de consommer des médicaments pour améliorer leurs performances mentales. Parmi les 12% restants, on note toutefois qu'un sixième (soit 2% du total) consomme déjà de telles substances pour améliorer ses performances.

Les technologies intrusives, entre santé et vie privée : à réserver aux cas extrêmes ?

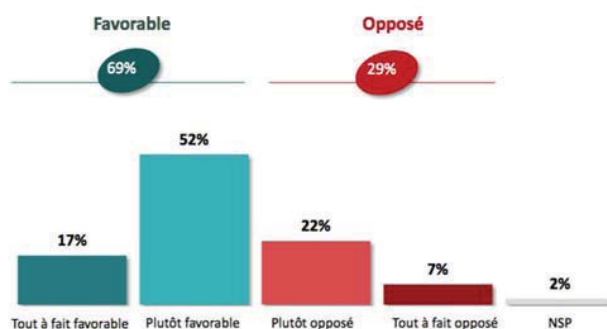
La convergence des technologies informatiques et biologiques permet également d'envisager des systèmes de surveillance de la santé incorporés au corps humain. Là encore le degré d'acceptation de ces technologies semble très lié à la gravité supposée des menaces qu'elles permettent de combattre. Moins d'un quart (23%) des Français se disent aujourd'hui prêts à installer un capteur sous leur peau qui surveillerait en permanence leur état de santé et communiquerait les données à un centre médical. Potentiellement davantage concernés par la maladie, les personnes âgées y sont toutefois plus favorables (30%) ainsi que ceux qui se déclarent en mauvaise santé (42%). Il est probable que la dimension très intrusive de cette proposition (capteur sous-cutané), ainsi que le fait qu'elle implique directement la personne interrogée (« sous votre peau »), explique le taux relativement faible d'adhésion ; car une étude d'OpinionWay de 2016 montre que plus des deux tiers (69%) des Français sont en revanche favorables au principe général d'un recours plus systématique aux données personnelles dans une visée médicale (dans ce cas la question n'implique pas directement la personne interrogée et la technologie de surveillance n'est pas explicitée).

Graphique 4 - Seriez-vous prêt à installer un capteur microscopique sous votre peau qui surveillerait en permanence votre état de santé et communiquerait en temps réel des informations à un centre médical afin d'être mieux soigné en cas de maladie ?



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et aspirations », juin 2014.

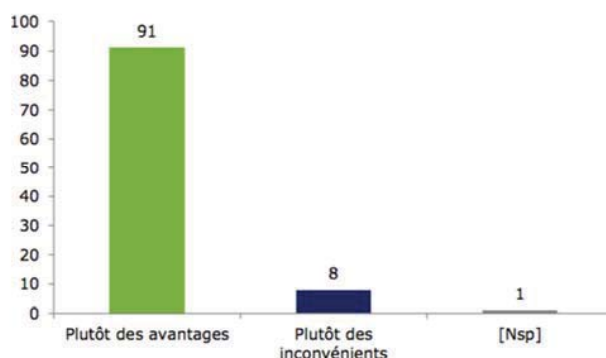
Q. Les nouvelles technologies permettent aujourd'hui d'améliorer la prévention et la détection des maladies chez les patients, compte tenu de leur historique médical et de leur mode de vie. Seriez-vous favorable ou opposé à un recours plus systématique aux données personnelles (habitudes alimentaires, sportives, données médicales...) dans le système de santé ?



Commentaire : à la question du Credoc « seriez-vous prêt à installer un capteur microscopique sous votre peau qui surveillerait en permanence votre état de santé et communiquerait en temps réel des informations à un centre médical afin d'être mieux soigné en cas de maladie ? », les Français répondent à 76% par la négative. (CREDOC, 2014) En revanche, à la question posée par OpinionWay « Seriez-vous favorable ou opposé à un recours plus systématique aux données personnelles (habitudes alimentaires, sportives, données médicales...) dans le système de santé ? » les Français répondent à 69% par la positive. (OpinionWay, 2016)

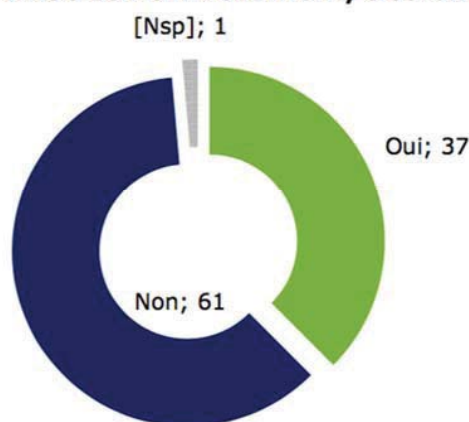
Eu égard aux risques que représentent ces technologies (notamment en matière de diffusion de données relevant de la vie privée) l'avantage de ces technologies n'est pour l'instant massivement reconnu que pour des cas extrêmes qui ne font pas entrer en jeu une atteinte à l'intégrité physique (puces sous-cutanées ou autres) : ainsi, 91% des Français voient un avantage à des systèmes de géolocalisation (boîtier ou téléphone mobile) pour les personnes âgées désorientées ou atteintes de la maladie d'Alzheimer. Ce pourcentage tombe à 38% (ce qui est tout de même important !) pour des systèmes équivalents permettant aux parents de géolocaliser leurs enfants/adolescents.

Graphique 20 - Selon vous, les systèmes de géolocalisation (par un petit boîtier, un téléphone mobile, etc.) des personnes âgées désorientées ou atteintes de la maladie d'Alzheimer présentent-ils plutôt des avantages ou des inconvénients ?



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et aspirations », juin 2014.

Graphique 18 - Si vous aviez des enfants adolescents (entre 12 et 17 ans), seriez-vous favorable à la possibilité de pouvoir les géolocaliser à tout moment à l'aide de leur téléphone mobile ou d'une puce numérique miniature fixée sur un vêtement, des chaussures ?



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et aspirations », juin 2014.

CREDOC, 2014

En conclusion, on retiendra que les Français ne sont pour l'instant favorables aux idées transhumanistes que pour ce qui concerne le principe d'une amélioration physique des capacités humaines. Ils sont en revanche opposés à l'idée d'une augmentation artificielle des performances cognitives. Enfin, ils sont mitigés quant à l'utilisation de systèmes de surveillance, qu'ils auraient pour l'instant tendance à réserver aux personnes particulièrement invalides.

Note bibliographique et méthodologique

CREDOC, 2014. *Les technosciences : amélioration ou perversion de l'humanité ?* CREDOC, Collection des rapports n°313, pour les Semaines sociales de France, la Croix et France Télévisions. (sondage auprès d'un échantillon de 2000 personnes, représentatif de la population française de 18 ans et plus, d'après la méthode des quotas basée sur sexe, âge, PCS, région et taille d'agglomération. Vague d'enquête de juin 2014 de l'enquête permanente du CREDOC sur les conditions de vie et aspirations.)

URL : <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R313.pdf>

OpinionWay, 2016. *L'assurance et l'allongement de la durée de la vie*, OpinionWay pour le compte de SwissLife, novembre 2016. (sondage auprès d'un échantillon de 1011 personnes, représentatif de la population française de 18 ans et plus, d'après la méthode des quotas basée sur sexe, âge, CSP, type de logement, catégorie d'agglomération et région de résidence. Interviews réalisées les 26 et 27 octobre 2016)

URL :

https://iatranshumanisme.files.wordpress.com/2016/11/etude_complete_opinionway_pour_swisslife_l_assurance_et_l_allongement_de_la_duree_de_la_vie_novembre_2016.pdf

Annexes

(source : CREDOC, 2014)

Tableau 1 – Quelques opinions sur la science et données sur la foi religieuse

	France	Europe	Allemagne	Source
Dans quelle mesure êtes-vous intéressé(e) par les développements en sciences et technologies ? % intéressé	62%	53%		Eurobaromètre 401 novembre 2013
Avez-vous étudié les sciences ou technologies: à l'école, à l'université ou dans l'enseignement supérieur ou ailleurs? % oui	58%	47%		Eurobaromètre 401 novembre 2013
Pensez-vous que l'influence générale des sciences et technologies sur la société française est positive ou négative ? % positive	74%		77%	Eurobaromètre 401 novembre 2013

Source : CREDOC, à partir de l'enquête de la Commission européenne, Eurobaromètre 401, Recherche responsable et innovation (RRI), sciences et technologies, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_401_fr.pdf, novembre 2013. Et des données disponibles en ligne de l'enquête European Social Survey, 2012, <http://nesstar.ess.nsd.uib.no/webview/>

	France	Europe	Allemagne	Source
Vous considérez-vous comme appartenant à une religion ? % oui	48%		56%	European Social Survey 2012
On s'en remet trop à la science et pas assez à la foi. % d'accord	25%		39%	Eurobaromètre 401 novembre 2013
Considère la religion très important dans sa vie	12%	21%		European value survey, 2008-2010
Laquelle de ces affirmations se rapproche le plus de vos croyances ? % Vous ne croyez pas qu'il y ait une sorte de force spirituelle ni une force de vie ni qu'il existe un Dieu	40%	20%		Eurobaromètre 341, octobre 2010

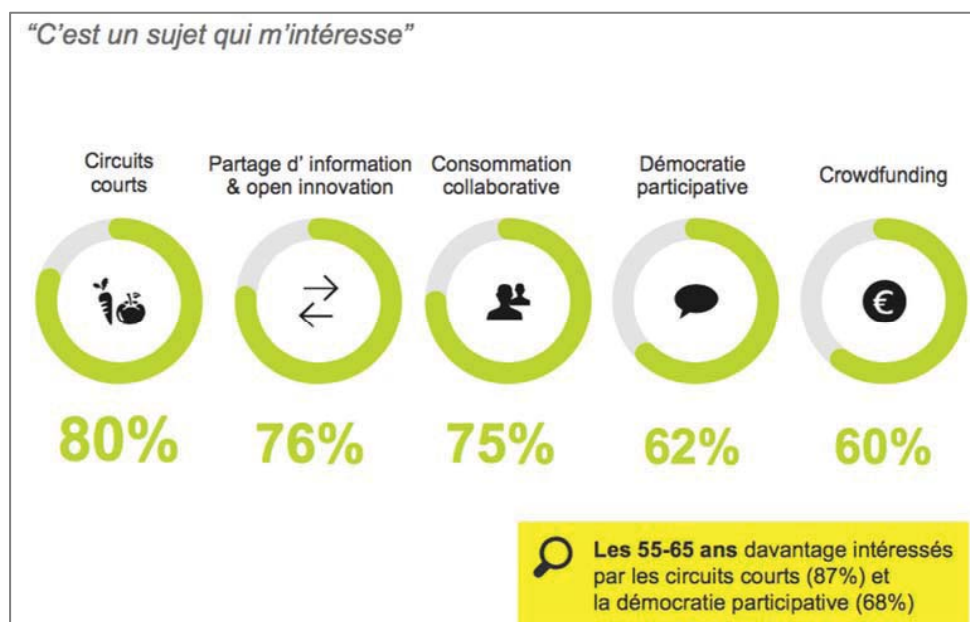
Source : CREDOC, à partir de l'enquête de la Commission européenne, Eurobaromètre 401, Recherche responsable et innovation (RRI), sciences et technologies, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_401_fr.pdf, novembre 2013. Et Eurobaromètre 341, octobre 2010, Biotechnology, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_341_en.pdf, Et des données disponibles en ligne de l'enquête European Social Survey, 2012, <http://nesstar.ess.nsd.uib.no/webview/> Exploitation CRÉDOC de l'enquête European Values survey, 2008-2010

L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE BOOSTÉE PAR LES JEUNES ET LES CSP+

Les pratiques d'économie collaborative sont aujourd'hui très bien identifiées par les Français. Même si elles restent marginales dans le budget des familles, la plupart des Français ont déjà pratiqué au moins certaines formes de consommation collaborative, notamment les plus traditionnelles (comme la revente entre particuliers). Ils sont en revanche beaucoup moins nombreux à s'être déjà engagés dans des formes de production ou d'investissement collaboratifs, qui restent perçus comme plus innovants. Dans tous les cas, les jeunes et les CSP+ sont en proportion beaucoup plus impliqués. L'idée que la dimension collaborative deviendra prochainement un élément central de la consommation est partagée par près d'un jeune sur deux, et les jeunes assument beaucoup plus que les autres les conséquences (positives et négatives) que ces nouvelles formes de consommation pourront avoir sur la société.

L'économie collaborative de plus en plus populaire

Une étude TNS Sofres réalisée en 2016 montre que les différentes pratiques associées à la société collaborative intéressent la grande majorité des Français. On notera que la TNS Sofres a associé à la notion de société collaborative des pratiques très diverses qui débordent du champ traditionnel de l'économie collaborative et plus encore de celui de la consommation collaborative : circuits courts, open source, consommation collaborative, démocratie participative et financement participatif. Parmi les principales formes présentées, ce sont les circuits courts qui attirent le plus : 80% des Français se disent intéressés par ce mode de consommation. Viennent ensuite le partage d'information (76% de personnes intéressées), la consommation collaborative (75%), la démocratie participative (62%) et le *crowdfunding* (60%). L'intérêt pour ces différents sujets varie sensiblement selon l'âge : par exemple les 55-65 ans sont particulièrement attirés par les circuits courts (87%) et la démocratie participative (68%), alors que les jeunes sont davantage attirés par les autres formes d'économie collaborative (consommation collaborative, crowdfunding, open source). (TNS Sofres, 2016)



TNS Sofres, 2016

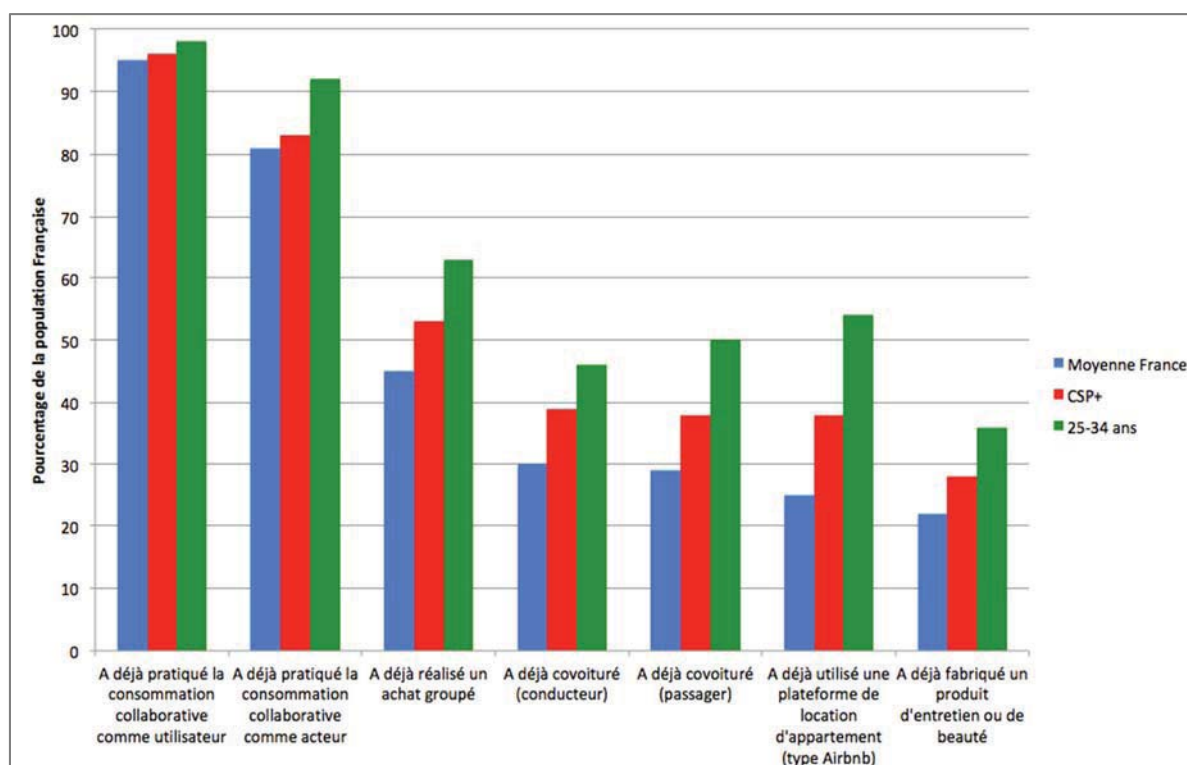
Au-delà de l'intérêt déclaré, une étude menée en 2017 par le CSA et portant plus spécifiquement sur la consommation collaborative montre que certaines pratiques sont aujourd'hui devenues courantes dans la population française, tandis que d'autres restent encore marginales. Toutes pratiques confondues, 95% des Français ont déjà fait appel à la consommation collaborative en tant qu'utilisateur, et 62% le font de manière régulière. Ils sont un peu moins nombreux (81%) à avoir déjà tenté l'expérience en tant qu'acteur (par exemple « vendeur » ou « loueur »). Dans l'ordre d'importance des pratiques on peut noter que :

- l'échange de produits de seconde main arrive en tête puisqu'elle a déjà été pratiquée par près de 8 Français sur 10 : 76% ont déjà acheté sur Internet ou dans un vide-grenier des objets d'occasion, tandis que 71 % y ont déjà vendu du matériel. La part de pratiquants a progressé de 8% depuis 2015 ;
- l'achat groupé a déjà été pratiqué par 45% des Français et connaît une forte progression en 2017 (13 points par rapport à 2015) ;
- le co-voiturage a déjà été pratiqué par 29% des Français en tant que voyageur et 30% en tant que conducteur ;
- la location d'appartements à un particulier via une plateforme de type Airbnb a déjà été pratiquée par 25% de la population française (mais seuls 7% ont déjà loué leur logement à d'autres personnes) ;
- le « do it yourself » est également en vogue et 22% des Français déclarent avoir déjà fabriqué des produits de beauté ou d'entretien ;
- la location de chauffeurs privés via des interfaces telles Uber est plus marginale puisqu'elle ne concerne que 11% des Français, essentiellement situés dans les grandes agglomérations.

D'autres pratiques, comme par exemple le financement participatif, sont en revanche encore très marginales. Par exemple, environ 80% des Français déclarent ne pas être prêts à réaliser un crédit entre particuliers ou à financer le crédit d'un autre. Le troc est également très peu pratiqué et en baisse. (CSA, 2017)

Les jeunes et les CSP+ locomotives de la consommation collaborative

Tous les secteurs cités ci-dessus ont connu une progression du nombre de leurs pratiquants depuis 2015. Et cette croissance a toutes les chances de se renforcer au cours des années à venir, notamment parce que ces pratiques sont très nettement tirées par les CSP+ et les jeunes générations, dont on sait qu'elles sont particulièrement prescriptrices. Les écarts à la moyenne sont assez spectaculaires pour ces deux catégories :



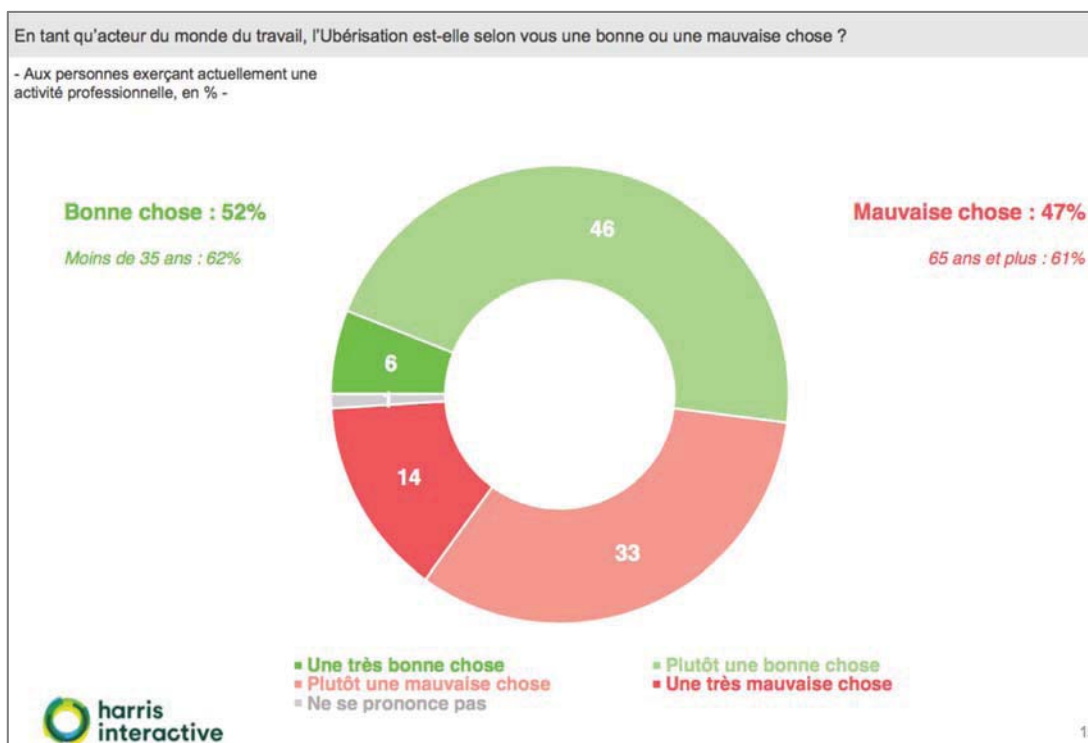
Commentaire : pour toutes les pratiques de consommation collaborative figurant dans le graphique, les membres des CSP+ sont davantage utilisateurs ou acteurs que la moyenne, et les jeunes de 25-34 ans le sont encore plus que les CSP+. D'après CSA, 2017

Les jeunes (25-34 ans) et, dans une moindre mesure, les CSP+, se démarquent particulièrement de la moyenne dans les pratiques relativement nouvelles, en particulier celles qui passent par l'entremise d'une interface Internet. Par exemple, la location d'appartement via une telle plateforme est encore marginale dans la population Française alors que la majorité des jeunes ont déjà fait appel à ces services. Les jeunes sont également beaucoup plus « acteurs » que les autres : par exemple, si seulement 7% des Français déclarent avoir déjà loué leur appartement, 20% des jeunes de 25 à 34 ans l'ont déjà fait, soit quasiment trois fois plus que la moyenne. Même constat concernant la location de services d'un chauffeur : les interfaces de type Uber sont particulièrement utilisées par les parisiens (32% des franciliens l'utilisent contre 11% des provinciaux) mais ils sont particulièrement utilisés par les jeunes (28% des 25-34 ans l'ont déjà utilisé sur l'ensemble de la France). (CSA, 2017)

Davantage d'espoirs que de craintes... en tout cas chez les jeunes

Contrairement aux circuits courts ou aux formes de production éthiques et durables, les différentes enquêtes montrent clairement que la première motivation des pratiquants de la consommation collaborative est financière : économiser de l'argent est la première raison évoquée par 82% des Français (par exemple lorsqu'on achète un produit d'occasion), la seconde motivation étant de... gagner de l'argent, citée par 76% des Français (par exemple lorsqu'on vend un objet ou un service). (CSA, 2017) Les motivations plus altruistes ne sont pas pour autant absentes, mais elles semblent moins importantes : ainsi, pour 40% des Français (et 50% des 18-24 ans) la consommation collaborative évoque spontanément la solidarité et le partage, et 49% prétendent pratiquer également pour des raisons autres que financières (TNS Sofres, 2016).

Une enquête menée par Harris Interactive en 2016 apporte un éclairage intéressant à ce propos : elle montre que l'Ubérisation de la société est associée à la notion d'économie collaborative pour la plupart des Français, qui y voient avant tout des aspects positifs (pour le consommateur) et, dans une moindre mesure, des aspects négatifs (emplois précaires, destruction de secteurs professionnels). Or cette propension à voir avant tout le bon côté de l'Ubérisation (et à minimiser dans le même temps ses aspects négatifs) est nettement plus forte chez les moins de 35 ans. En effet, 73% des moins de 35 ans considèrent l'Ubérisation comme une bonne chose pour le consommateur (contre 64% de moyenne France). 62% des moins de 35 ans en activité pensent même que l'Ubérisation est une bonne chose pour le monde du travail, alors que 61% des plus de 65 ans pensent exactement le contraire.



Commentaire : parmi les personnes exerçant une activité professionnelle, 52% considèrent l'Ubérisation comme une bonne chose, et ce chiffre monte à 62% parmi les moins de 35 ans. 47% considèrent que c'est une mauvaise chose, et ce chiffre monte à 61% parmi les 65 ans et plus. Harris Interactive, 2016

Ces chiffres montrent que les jeunes générations ont non seulement davantage intégré les pratiques de l'économie collaborative, mais qu'ils sont également plus que les autres prêts à en assumer les conséquences en termes de transformations sociales – que celles-ci soient positives ou négatives. (Harris Interactive, 2016) L'étude du CSA confirme cette tendance : 41% des jeunes (contre 26% de Français) pensent qu'une part non négligeable de leurs revenus sera tirée de cette économie dans le futur. (CSA, 2017)

Note bibliographique et méthodologique

-CSA, 2017. *Consommation collaborative : nouvelle mode ou économie d'avenir ?* CSA pour le compte de Cofidis, janvier 2016. (sondage auprès d'un échantillon de 1003 personnes, représentatif de la population de 18 ans et plus résidant en France, d'après la méthode des quotas basée sur sexe, âge, profession, après stratification par région. Questionnaire réalisé du 8 au 10 novembre 2016.

URL : <https://www.cofidis.fr/fr/decouvrir-cofidis/actu-presse/etude-csa-francais-et-consommation-collaborative.html>

-Harris Interactive, 2016. *Que pensent les Français de l'Ubérisation ?* Harris Interactive, février 2016. (sondage auprès d'un échantillon de 1017 personnes, représentatif de la population de 18 ans et plus résidant en France, d'après la méthode des quotas basée sur sexe, âge, CSP et région. Questionnaire en ligne réalisé du 2 au 4 février 2016.

URL : <http://harris-interactive.fr/wp-content/uploads/sites/6/2016/02/Rapport-Harris-Les-Fran%C3%A7ais-et-lUb%C3%A9risation-Gootenberg-Elia.pdf>

-TNS Sofres, 2016. *Les Français et la nouvelle société collaborative*, TNS Sofres pour le compte de Monabanq, juin 2016. (sondage auprès d'un échantillon de 1002 personnes, représentatif de la population de 18 à 65 ans résidant en France, d'après la méthode des quotas. Questionnaire en ligne réalisé du 19 au 27 avril 2016.

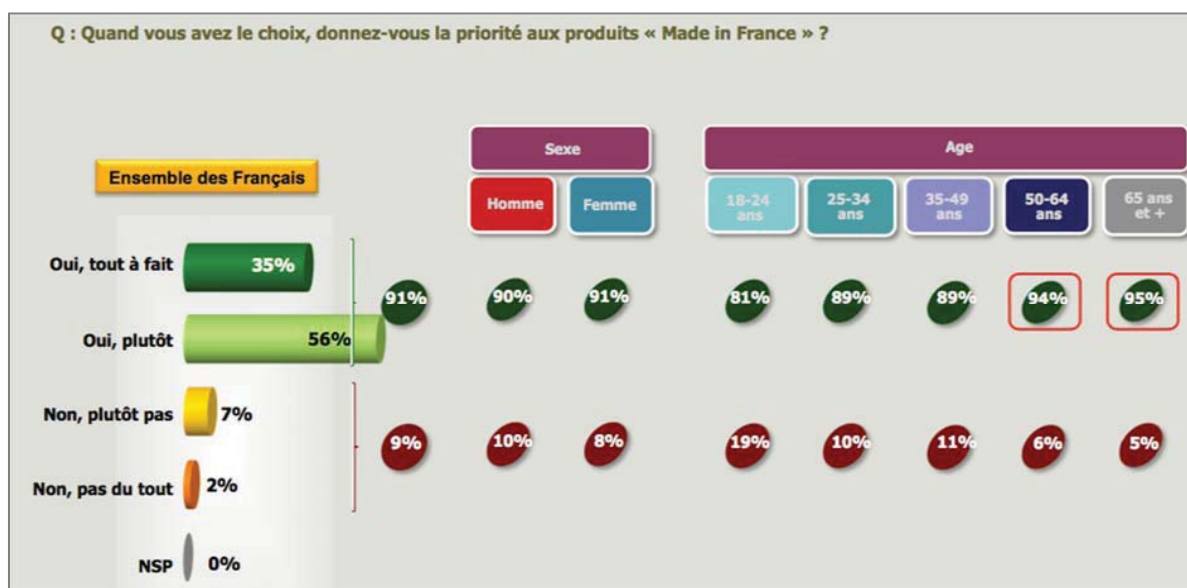
URL : <https://www.tns-sofres.com/publications/les-francais-et-la-nouvelle-societe-collaborative>

L'ADHÉSION DES FRANÇAIS AUX CIRCUITS COURTS ET AU *MADE IN FRANCE*

Plusieurs sondages montrent que la consommation en circuit court ou locale et, plus généralement, le « made in France », séduisent les Français, et ce dans toutes les couches de la société. Mais si la pratique est assez répandue, elle reste toutefois occasionnelle pour la plupart des Français. Bien qu'elle soit médiatisée, la consommation en circuit court via Internet reste marginale, l'essentiel des ventes se faisant en direct de façon traditionnelle (par exemple sur les marchés pour la vente directe). Les motivations de cette consommation locale sont parfois tournées vers son intérêt propre (meilleure qualité, sécurité), mais on note une montée en puissance des motivations altruistes, comme par exemple la volonté de soutenir l'économie locale ou de mettre en accord ses actes et ses valeurs.

Un engouement généralisé pour le made in France et les circuits courts

Un sondage réalisé par Opinionway en 2011 montrait déjà à l'époque que le « made in France » était en vogue : 91 % des Français déclaraient alors donner la priorité aux produits fabriqués en France lorsqu'ils en avaient la possibilité. Cette déclaration (non vérifiée dans les faits) était alors très également partagée au sein de la société Française, que ce soit entre hommes et femmes ou entre catégories socio-professionnelles. Seuls les jeunes se déclaraient un peu moins enclins à faire ce choix (81 % chez les 18-24 ans contre 95 % chez les 65 ans et plus).



91% des Français déclarent donner la priorité aux produits made in France lorsqu'ils en ont le choix (ils sont 81% des 18-24 à la déclarer, contre 95% des 65 ans et plus) (OpinionWay, 2011).

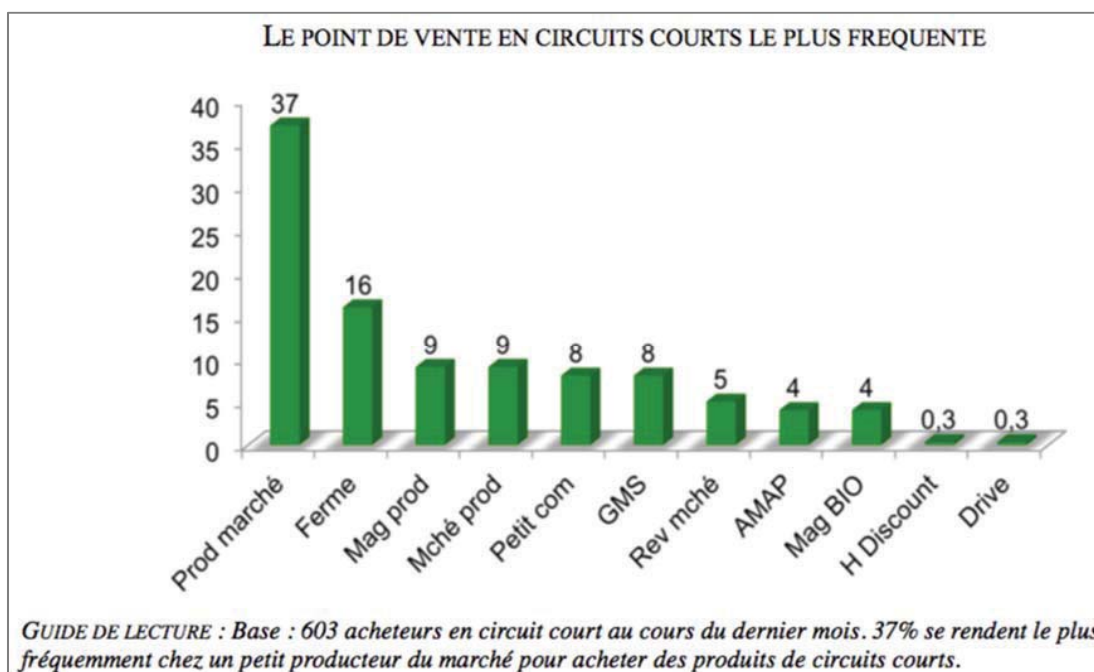
Plus récemment, un autre sondage OpinionWay portant cette fois-ci sur la consommation de produits fabriqués localement (en région) montre une tendance similaire : 93 % des personnes interrogées déclarent privilégier « au moins de temps en temps » l'achat de produits régionaux lorsqu'ils en ont la possibilité (63% déclarent le faire « régulièrement »). Sans grande surprise, à cette échelle régionale ce sont les produits alimentaires qui sont le plus souvent sollicités par les Français. (OpinionWay, 2016)

Dans ce domaine de la production alimentaire, la vente directe et les circuits courts sont également très répandus. Une étude de l'IPSOS souligne d'ailleurs ce fait assez paradoxal : 87 % des Français ont déjà pratiqué l'achat direct, mais seuls 75% sont capables de définir correctement les concepts de vente directe ou de circuit court. Une enquête assez fine réalisée en 2013 montrait par ailleurs « une dynamique de progression du nombre de consommateurs en circuits courts, » avec par exemple 44% de consommateurs en circuits courts qui pratiquent depuis moins de 5 ans (CODIA, 2013). L'étude de l'IPSOS montre la même tendance : 69% des « pratiquants » interrogés en 2014 affirmaient consommer davantage de produits locaux qu'auparavant. Parmi ces « pratiquants », on note toutefois que seuls 38 % consomment des produits

locaux au moins une fois par mois et 15 % toutes les semaines. En résumé, si la vente directe est pratiquée par la plupart des Français, celle-ci est la plupart du temps occasionnelle, et ce même pour l'alimentation. (IPSOS, 2014)

Une consommation en « face à face » très largement dominante

Si les Français pratiquent le circuit court à la façon de Monsieur Jourdain, c'est avant tout parce que les nouvelles formes de consommation locale ou directe sont encore très minoritaires, pour ne pas dire marginales. Pour ce qui concerne l'alimentation, les enquêtes montrent que les produits locaux et/ou de vente directe sont avant tout achetés sur les marchés traditionnels. 37 % des consommateurs en vente directe s'approvisionnent prioritairement sur les marchés traditionnels (et 46 % si on ajoute les marchés de producteurs), alors que les formes plus innovantes et médiatisées telles les AMAP ou autres abonnements au panier ne sont utilisées que par 4 % de ces consommateurs. (CODIA, 2013)



CODIA, 2013

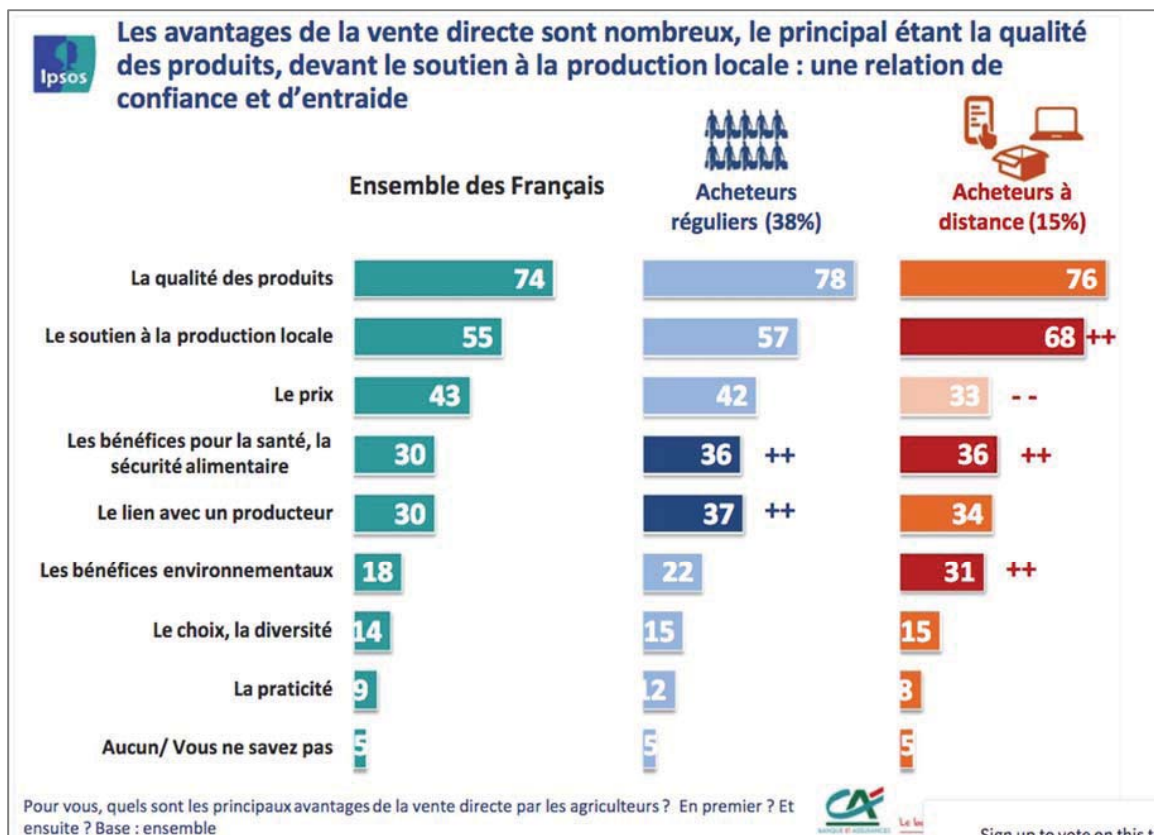
Même s'ils font beaucoup parler d'eux et connaissent un fort développement, les sites Internet dédiés aux circuits courts (du type « La Ruche qui dit oui ») ne représentent pour l'instant qu'une part infime des ventes, et leurs utilisateurs ont un profil assez spécifique : si l'on en croit une étude de CCM Benchmark (citée par JDN, 2016), il s'agit majoritairement de foyers aux revenus plutôt élevés, vivant en couple avec des enfants.

Malgré tout, ces nouvelles formes de distribution viennent combler un manque. Les modèles de type circuits courts font en effet l'unanimité au point que les principaux reproches que les Français trouvent à leur faire concernent le manque d'offre et le manque d'information. Avant même une baisse des prix, les actions prioritairement réclamées par les Français touchent donc au développement des réseaux de vente afin de rendre l'offre plus accessible (en milieu rural et urbain) : 49% des Français formulent ce souhait lorsqu'on leur demande de formuler deux propositions pour favoriser les circuits courts. (IPSOS, 2014b)

Des motivations de plus en plus altruistes

Enfin, les motivations des Français à consommer local (ou français) sont intéressantes à analyser car elles font apparaître une dimension de plus en plus altruiste, ainsi que la volonté d’agir en citoyen.

Dans le domaine alimentaire, le développement des circuits courts s’opère dans un contexte de défiance généralisée : un Français sur deux admet par exemple qu’il lui arrive souvent de ne pas savoir de quoi sont composés ses aliments. Fait intéressant, la proximité géographique apparaît alors comme le principal facteur de réassurance : sur 12 facteurs proposés, le contact direct avec le producteur apparaît comme celui qui rassure le plus les consommateurs (46 % des Français citent ce facteur de confiance en premier ou en second), devant même les labels de qualité (42 %). La fabrication locale arrive en quatrième position des facteurs qui rassurent les Français. Logiquement, la demande de qualité arrive en tête des motivations : 74% des Français citent cet avantage en premier ou en second. La préoccupation sanitaire arrive en quatrième place (30 %). Mais ces motivations laissent de plus en plus place à d’autres, plus altruistes, comme le soutien à l’économie locale, le lien avec le producteur ou encore les bénéfices environnementaux. Le soutien à la production locale est aujourd’hui le second avantage le plus cité : 55% des Français le citent en premier ou en second. Le soutien à l’économie semble être un facteur particulièrement motivant pour ceux qui ont fait le choix de l’achat à distance (Internet, Amap, etc.). (IPSOS, 2014).



Commentaire : parmi une liste prédéfinie d’avantages supposés de la vente directe, 74% des Français citent en premier ou en second la qualité des produits, et ce facteur est davantage cité par les acheteurs réguliers de produits en vente directe (78% d’entre eux). 55% des Français citent le soutien à la production locale, et ce facteur est davantage cité par les acheteurs à distance (68% d’entre eux) (interface Internet). (IPSOS, 2014b)

Cette dimensions altruiste et citoyenne est encore plus présente pour ce qui concerne les produits non alimentaires « made in France » et/ou « fabriqués mains » : les Français leur reconnaissent comme qualités principales de : préserver le savoir-faire national ou régional (96 % des Français), de créer ou maintenir les emplois en France (94 %) et d’être un acte citoyen (88 %). (OpinionWay 2011)

Note bibliographique et méthodologique

JDN – Journal du Net, 2016. Courses alimentaires : qui sont les clients des circuits courts, Le Journal du Net, le 5 avril 2016.

URL : <http://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/1176130-courses-alimentaires-qui-sont-les-clients-des-circuits-courts/>

OpinionWay, 2011. *Les Français, le made in France et le fait main*. OpinionWay pour alittlemarket, septembre 2011. (sondage auprès d'un échantillon de 1028 personnes, représentatif de la population de 18 ans et plus résidant en France, d'après la méthode des quotas basée sur sexe, âge, CSP, catégorie d'agglomération et région de résidence. Questionnaire en ligne du 2 au 5 septembre 2011).

URL : http://opinionlab.opinion-way.com/dokumenty/opinionway_alittlemarket_les_francais_le_made_in_france_et_le_fait_main_septembre_2011.pdf

OpinionWay, 2016. *Le made in régions*. OpinionWay pour alittlemarket, septembre 2011. (pas de détails sur la méthodologie, seule une infographie est en libre accès)

URL : <https://image-blog.alittlemarket.com/wp-content/uploads/2016/07/Infographie-Made-in-re%CC%81gion.jpg>

IPSOS, 2014. *Les Français et le consommer local*, IPSOS pour Bienvenue à la Ferme, Février 2014. (sondage auprès d'un échantillon de 1008 personnes, représentatif de la population de 18 ans et plus résidant en France, d'après la méthode des quotas basée sur sexe, âge, profession du chef de famille, taille du foyer, région et catégorie d'agglomération. Questionnaire en ligne du 22 au 27 janvier 2014).

URL : <https://www.ipsos.com/fr-fr/consommer-local-ce-que-veulent-les-francais>

IPSOS, 2014b. *Les Français et l'achat en direct aux agriculteurs*, IPSOS pour le Crédit Agricole, Février 2014. (sondage auprès d'un échantillon de 1007 personnes, représentatif de la population de 18 ans et plus résidant en France, d'après la méthode des quotas basée sur sexe, âge, profession du chef de famille, taille du foyer, région et catégorie d'agglomération. Questionnaire en ligne du 24 au 29 janvier 2014)

URL : https://fr.scribd.com/presentation/209329650/Ipsos-pour-CA-Circuit-Court-VsynthetiseeV4-pptx#download&from_embed

CODIA, 2013. *La consommation alimentaire en circuits courts : enquête nationale*. Programme CODIA, GRET, INRA. (enquête auprès d'un échantillon de 1425 personnes, représentatif de la population de 18 ans et plus faisant des achats alimentaires, résidant en France, d'après la méthode des quotas basée sur sexe, âge, profession du chef de famille, taille de la commune, région et catégorie d'agglomération. Questionnaire par téléphone, du 24 au 26 juin janvier 2013).

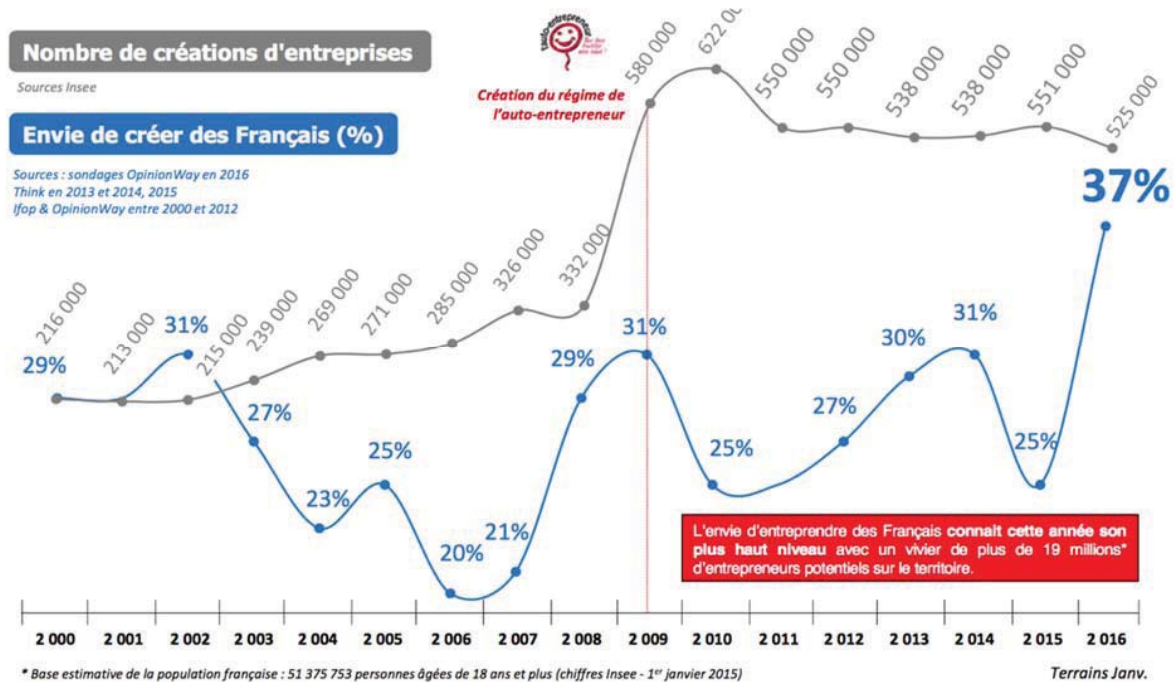
URL : http://codia.gret.org/IMG/pdf/synthese_enquete_quantitative-2.pdf

QUE PENSENT LES ENTREPRENEURS ?

L'envie d'entreprendre est relativement forte parmi les Français, en particulier parmi les jeunes qui sont plus d'un sur deux à rêver de créer leur entreprise. Si le statut d'auto-entrepreneur a considérablement accru le nombre d'entrepreneurs, force est de constater que les réussites ne sont pas si nombreuses. Les entrepreneurs français se plaignent particulièrement d'un contexte national peu favorable à l'entrepreneuriat. Un cliché que les études d'opinion internationales auprès des entrepreneurs tendent à confirmer, même si un léger changement de regard semble en cours depuis 2017.

L'envie d'entreprendre en France reste forte, surtout parmi les jeunes

Après plusieurs décennies de recul, le nombre de travailleurs indépendants a augmenté sensiblement au cours des dernières années pour atteindre aujourd'hui environ 10% de la population active. Reste que cette hausse est en grande partie liée à la création en 2009 du statut d'auto-entrepreneur : les bénéficiaires de ce statut représentent aujourd'hui 30% des travailleurs indépendants mais ils tirent de leur activité un revenu moyen à peine supérieur à 400 euros par mois (Insee, 2015). Ce statut a toutefois permis à nombre de Français de répondre à leur souhait de créer une entreprise. Car le rêve de créer sa propre activité reste très présent dans notre pays : en 2016, 37% de Français se disaient intéressés par l'idée de créer leur propre activité.

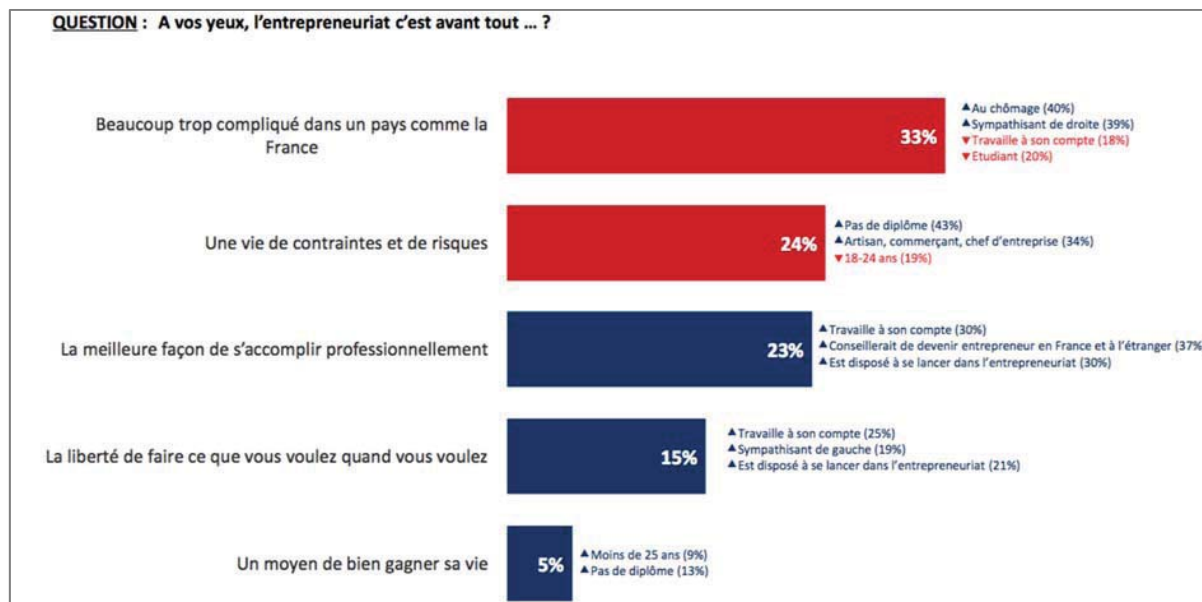


	Sexe		Âge				CSP						
	% Total	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Cadres, supérieurs	Professions inter.	Employés	Ouvriers	Inactifs	...dont Retraités
Envie de créer son entreprise	37%	37%	37%	55%	56%	43%	23%	49%	42%	38%	49%	25%	18%

OpinionWay, 2016

Ce désir de création d'entreprise est présent dans toutes les couches de la société, mais il est évidemment plus élevé parmi la population active, et plus encore chez les jeunes qui sont plus de la moitié (55% des 18-24 ans et 56% des 25-34 ans) à exprimer cette envie. Les cadres supérieurs et les ouvriers sont ceux qui ont le plus envie de créer leur entreprise, preuve que ce désir traverse toutes les CSP. Reste à savoir quelle est la part de ces entrepreneurs potentiels qui envisagent sérieusement de franchir le pas. L'enquête d'OpinionWay répond pour partie à cette question en montrant que seuls un tiers de ceux qui déclarent vouloir créer leur entreprise envisagent le faire dans les deux ans à venir. Et dans les faits, le nombre de création d'entreprise est encore bien plus faible.

L'attrait de l'entrepreneuriat serait-il contrebalancé par des aspects rebutants plus puissants ? Une enquête de l'IFOP montre que, parmi cinq possibilités offertes pour qualifier l'entrepreneuriat (dont trois qualités positives et deux négatives), les Français considèrent à 23% l'entrepreneuriat comme la meilleure façon de s'accomplir professionnellement et, à 15%, comme la liberté de faire ce que l'on veut et quand on le veut. Mais ce sont toutefois les aspects rebutants qui prennent le dessus : 24% des Français associent avant tout l'entrepreneuriat à une vie de contraintes et de risques, et 33% à une démarche beaucoup trop compliquée dans un pays comme la France. (IFOP, 2015)



IFOP, 2015

La France, un environnement hostile ?

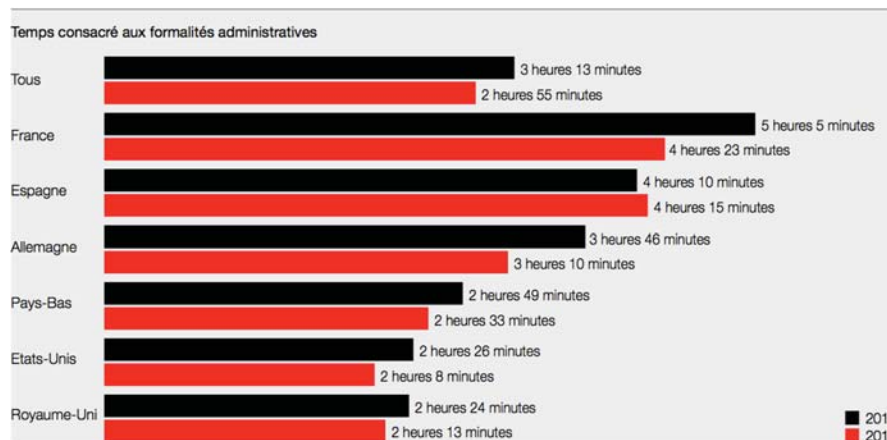
Si l'entrepreneuriat fait rêver certains Français, il génère donc également de nombreuses craintes. Ainsi, seule une minorité (45%) de Français conseillerait à leurs enfants de devenir entrepreneurs en France. Fait marquant, ils seraient en revanche une large majorité (61%) à leur conseiller l'aventure entrepreneuriale à l'étranger. (IFOP, 2015) L'image d'une France hostile à l'entreprise semble donc ancrée dans l'esprit des Français... et elle se vérifie dans les dires des entrepreneurs, en particulier lorsqu'on compare le point de vue des entrepreneurs Français avec ceux de leurs équivalents étrangers.

L'étude menée par Hiscox en 2015 puis réactualisée pour partie en 2017 montre par exemple que, parmi un groupe de six pays (Allemagne, Espagne, États-Unis, France, Pays-Bas et Royaume-Uni) les entrepreneurs français sont, avec leurs confrères espagnols, ceux qui déclarent passer le plus de temps au travail, avec un temps de travail hebdomadaire moyen de 47 heures, contre 38 heures au Royaume-Uni ou 39 heures aux États-Unis.



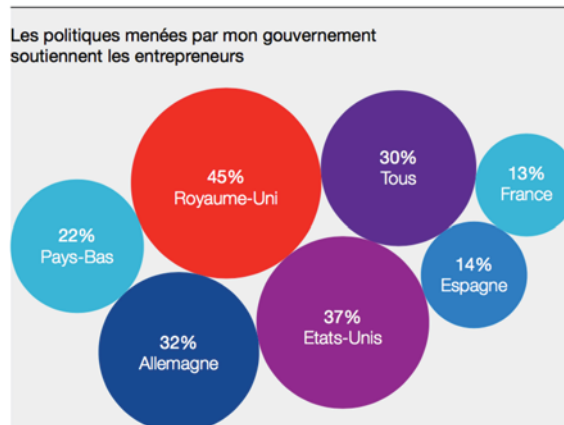
Commentaire : Les entrepreneurs français déclarent en moyenne travailler 47 heures par semaine (Hiscox, 2015)

Le fait intéressant est que la France et l'Espagne sont également les pays où les entrepreneurs déclarent passer le plus de temps aux tâches administratives, avec plus de 5 heures par semaine consacrées à ces formalités en France, contre à peine plus de 2 heures au Royaume-Uni, aux Pays-Bas ou encore aux Etats-Unis. Une partie non négligeable du surplus de temps passé au travail serait donc dû aux tâches administratives plus importantes.



Commentaire : Les entrepreneurs français déclarent en moyenne passer chaque semaine 5 heures et 15 minutes à des tâches administratives (Hiscox, 2015)

Parmi le groupe de pays étudiés, les entrepreneurs français étaient également en 2015 ceux qui se sentaient les moins aidés par les politiques menées par leur gouvernement : seuls 13% des entrepreneurs considéraient que le gouvernement soutenait les entreprises en France, là où 45% de leurs confrères du Royaume-Uni se sentaient soutenus.

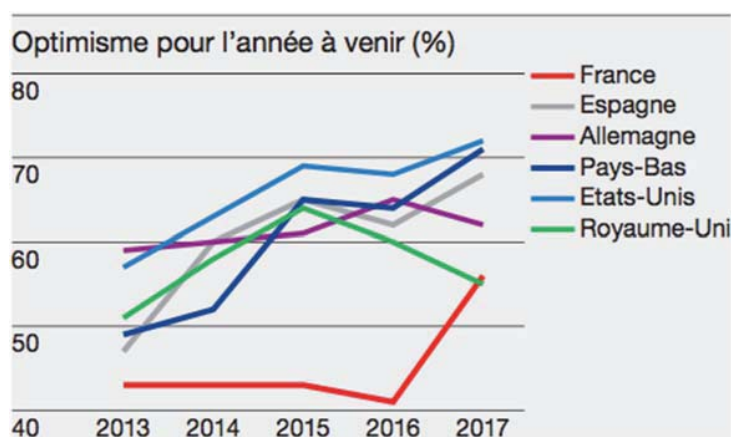


Commentaire : 13% des entrepreneurs français considèrent que les politiques menées par leur gouvernement soutiennent les entrepreneurs (Hiscox, 2015)

Les auteurs de l'étude d'opinion Hiscox résumaient en 2015 la situation de la France en parlant à son propos d'un « environnement hostile à l'égard des entrepreneurs » : « Pour 86% des sociétés françaises interrogées, les principaux problèmes sont les lourdeurs fiscales, la bureaucratie excessive et la rigidité des lois du travail. Plus des trois quarts conviennent que « notre culture ne nous incite pas à prendre des risques » (76%) et que le système éducatif français « n'encourage pas les idées et les rêves individuels » (77%). La baisse de l'impôt direct arrive en tête de liste des souhaits des entreprises françaises (en particulier dans le secteur des services financiers), suivie par l'assouplissement des réglementations en matière d'emploi. » (Hiscox, 2015)

Un virage après 2017 ?

L'étude Hiscox menée en 2017 est moins approfondie que celle de 2015, mais elle montre toutefois une évolution de certains indicateurs concernant le France. Suite aux élections de 2017, le pourcentage d'entrepreneurs déclarant que les politiques menées par leur gouvernement soutiennent les entreprises a bondi de dix points pour atteindre 23%. Mais surtout, l'optimisme des entrepreneurs pour l'année à venir, qui s'avérait particulièrement bas en comparaison des autres pays, s'est considérablement amélioré : le taux d'entrepreneurs se déclarant optimistes est passé de 41% à 56% entre 2016 et 2017. Ce taux d'optimisme dépasse même celui du Royaume-Uni, qui a connu une nette baisse suite à la décision de ce pays de sortir de l'Union Européenne. Reste à savoir si les autres indicateurs vont évoluer ou non dans les années à venir. (Hiscox, 2017)



Commentaire : En 2017, 56% des entrepreneurs français se déclarent optimistes pour l'année à venir (Hiscox, 2017)

Note bibliographique et méthodologique

Hiscox, 2015. *Enquête Hiscox 2015, l'ADN d'un entrepreneur*, (l'échantillon de cette étude a été fourni par Research Now en s'appuyant sur ses propres panels en ligne. Au total, 4.140 propriétaires, fondateurs ou cadres supérieurs de sociétés occupant au maximum 50 salariés ont été contactés (plus de 1.000 au Royaume-Uni et aux Etats-Unis et plus de 500 en France, en Allemagne, aux Pays-Bas et en Espagne). Les personnes interrogées ont complété un questionnaire en ligne entre le 22 mai et le 15 juin 2015.)

URL : <https://www.hiscox.fr/wp-content/uploads/2015/11/eDNA-report-2015-FR-Digital.pdf>

Hiscox, 2017. *Enquête Hiscox 2017, l'ADN d'un entrepreneur*, (l'échantillon de cette étude a été fourni par Research Now en s'appuyant sur ses propres panels en ligne. Au total, 4.039 propriétaires, fondateurs ou cadres supérieurs de sociétés employant au maximum 50 salariés ont été contactés (plus de 1.000 au Royaume-Uni et aux Etats-Unis et plus de 500 en France, en Allemagne, aux Pays-Bas et en Espagne). Les personnes interrogées ont complété un questionnaire en ligne entre le 10 mai et le 6 juin 2017.)

URL : <https://www.hiscox.fr/wp-content/uploads/2017/10/17960-france-hiscox-edna-report-2017-single-pages.pdf>

Insee, 2015. *Emploi et revenus des indépendants*, édition 2015.

URL : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1374698>

IFOP, 2015. *Les Français et les entrepreneurs*, IFOP pour le compte d'Hiscox, août 2015. (sondage auprès d'un échantillon de 973 personnes, représentatif de la population française de 18 ans et plus, d'après la méthode des quotas basée sur sexe, âge, profession, après stratification par région et catégorie d'agglomération. Questionnaire réalisé en ligne du 29 au 30 juillet 2015)

URL : http://www.ifop.com/?option=com_publication&type=poll&id=3110

OpinionWay, 2016. *La reconversion professionnelle, l'entrepreneuriat et le travail indépendant*, pour le compte de l'Union des Auto-Entrepreneurs, janvier 2016 (sondage auprès d'un échantillon de 1021 personnes, représentatif de la population française de 18 ans et plus, d'après la méthode des quotas basée sur sexe, âge, profession, après stratification par région et catégorie d'agglomération ; et d'un échantillon de 406 dirigeants d'entreprises de zéro salariés et plus, représentatifs de cette population d'après la méthode des quotas au regard de la taille de l'entreprise, du secteur d'activité et de la région. Questionnaire réalisé en ligne du 4 au 16 janvier 2016)

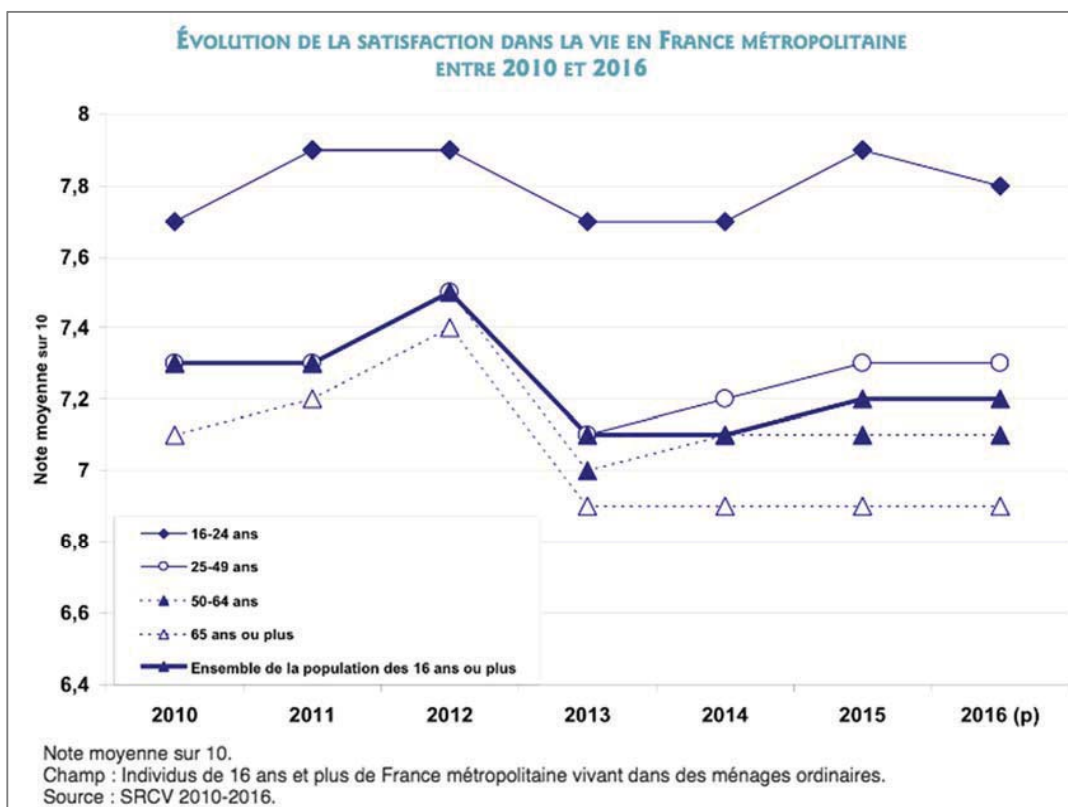
URL : http://www.salondesentrepreneurs.com/v2/files/documents/flipbook/fb_766_sondage_opinionway_-_les_francais,_l_entrepreneuriat_et_le_travail_independant_-_janvier_2016.pdf

LES FRANÇAIS ET LE BIEN-ÊTRE : CE QUI REND LES GENS SATISFAITS (OU INSATISFAITS) DE LEUR VIE

Réputés pour n'être jamais contents, les Français se considèrent toutefois en moyenne comme heureux, avec un niveau de satisfaction à l'égard de la vie qui stagne mais se situe dans la moyenne des pays de l'UE. Hormis l'âge, les facteurs objectifs qui influent le plus le sentiment de bien-être en France sont les conditions de vie matérielles, la santé et le travail. Mais d'autres facteurs, plus difficiles à mesurer, jouent un rôle parfois plus important, comme par exemple le stress ou la faiblesse des liens sociaux.

Les Français stagnent autour de 7/10 en matière de satisfaction de vie

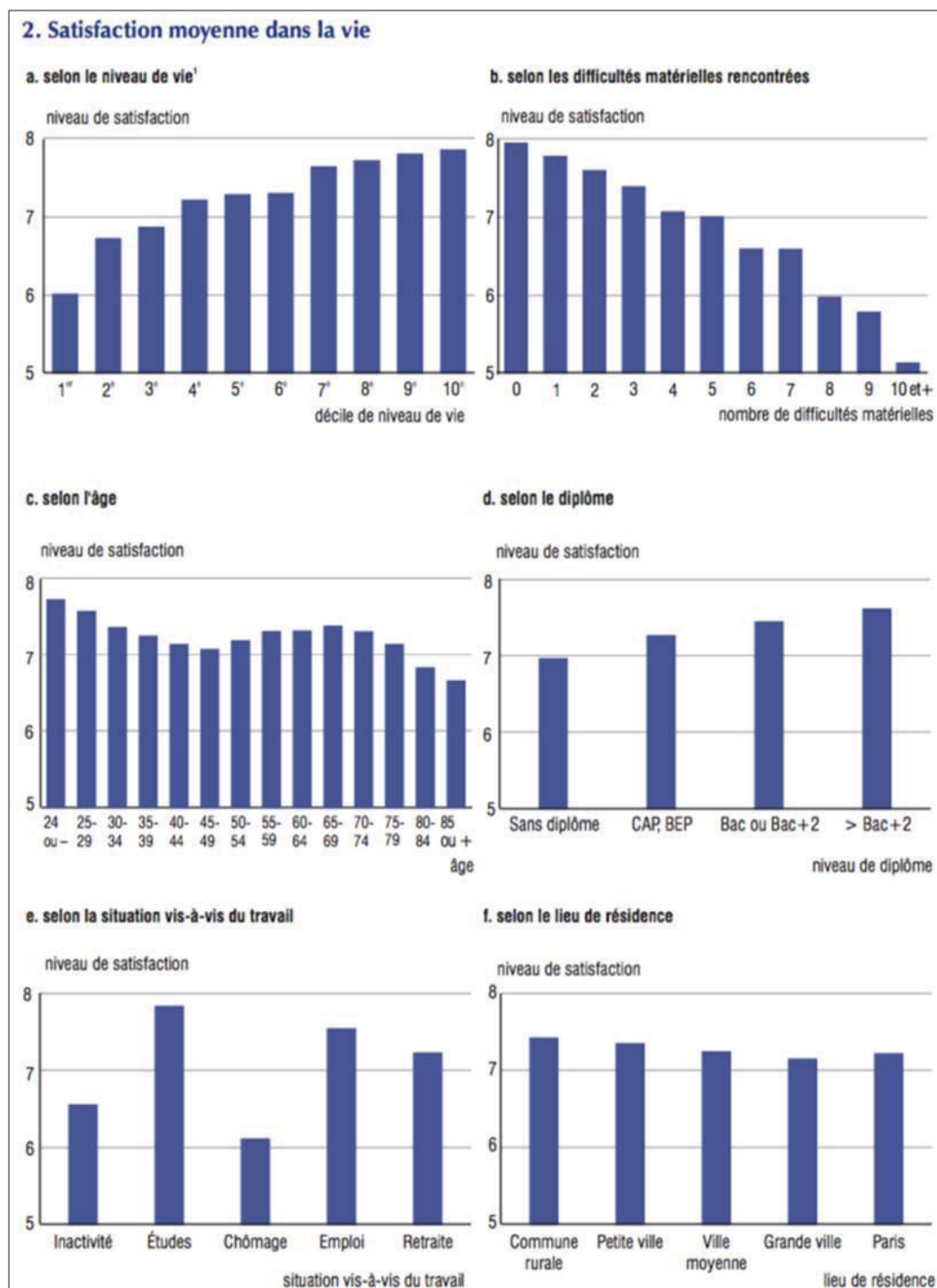
Les Français sont-ils heureux ? Depuis 2010, la France s'est outillée afin de répondre à cette interrogation par le biais d'un questionnaire intégré à l'enquête statistique sur les ressources et les conditions de vie (SRCV). L'Indicateur de satisfaction de vie qui en résulte est construit en opérant une moyenne des réponses apportées par les Français de 16 ans et plus à une question du type « sur une échelle allant de 0 (pas du tout satisfait) à 10 (très satisfait) indiquez votre satisfaction concernant la vie que vous menez actuellement. » La France obtient en 2016 une moyenne de 7,1/10, ce qui la classe dans le milieu de tableau des pays de l'Union Européenne en matière de bien-être subjectif, légèrement devant l'Espagne et l'Italie, mais derrière l'Allemagne ou la Grande-Bretagne (7,3/10) et assez loin derrière certains pays du Nord de l'Europe tels la Finlande, le Danemark et la Suède qui franchissent la barre des 8,0/10 (données européennes pour l'année 2013). Depuis 2010, l'indice marque en France une très légère baisse, avec un pic en 2012 à 7,5/10 et un creux l'année suivante à 7,0/10. (SIG, 2018)



Commentaire : en 2016, à la question « sur une échelle allant de 0 (pas du tout satisfait) à 10 (très satisfait) indiquez votre satisfaction concernant la vie que vous menez actuellement » les Français de plus de 16 ans déclarent en moyenne un niveau de satisfaction de vie de 7,1/10, et parmi eux les 16-24 ans un niveau de 7,8/10 (SIG, 2018)

Âge, santé, conditions de vie matérielles et travail : des facteurs clairement corrélés au bien-être

La satisfaction de vie est répartie de manière assez homogène au sein de la population puisque plus de 60% des Français déclarent un niveau entre 7 et 9, et seuls 8% déclarent un niveau inférieur à 5. L'INSEE s'est par ailleurs intéressée en 2011 de manière assez fine aux facteurs qui pouvaient influencer le niveau de satisfaction de vie des individus.



Lecture : à la question « sur une échelle allant de 0 (pas du tout satisfait) à 10 (très satisfait), indiquez votre satisfaction concernant la vie que vous menez actuellement », les 10 % des personnes interrogées aux niveaux de vie les plus bas (1^{er} décile) déclarent, en moyenne, un niveau de satisfaction de 6.

NB. Les difficultés matérielles renvoient à 27 indicateurs élémentaires de difficultés dans l'existence regroupés en quatre sous-dimensions différentes : contraintes budgétaires, retards de paiement, restrictions de consommation et difficultés de logement (INSEE, Godefroy, 2011)

L'âge apparaît d'emblée comme un facteur qui joue sur le sentiment de bien-être : globalement, plus on vieillit et moins la satisfaction de vie est élevée (Cf. figure 1). Une analyse par tranche d'âge plus fine fait toutefois apparaître une nuance : la satisfaction décline régulièrement jusqu'à la tranche d'âge 45-49 ans, puis remonte jusqu'à la tranche 65-69 ans, les personnes appartenant à cette dernière tranche d'âge ayant sensiblement le même niveau de satisfaction de vie que les 30-34 ans (Cf. **seconde figure, c.**) On peut imaginer qu'au-delà de 70 ans, les soucis de santé expliquent la dégradation assez nette de l'indice – l'état de santé étant un autre élément très corrélé au sentiment de bien-être.

Les travaux de l'Insee montrent toutefois que, avant même la santé et l'âge, les facteurs objectifs qui ont (indépendamment des autres) le plus d'effet sur la satisfaction de vie sont ceux liés aux conditions de vie matérielles. Par exemple, on observe une corrélation très étroite entre niveaux de vie (revenus) et satisfaction de vie : les 10% des personnes ayant les revenus les plus faibles ont en moyenne une satisfaction de vie de 6,0/10, contre quasiment 8,0/10 pour les 10% les plus riches (Cf. seconde figure, a.). Symétriquement, le nombre de difficultés matérielles rencontrées par une personne (contraintes budgétaires, retards de paiement, restrictions de consommation, difficultés de logement) a un effet direct sur la dégradation de son niveau de satisfaction de vie (Cf. **seconde figure, b.**).

D'autres facteurs objectifs ont un effet : par exemple, le niveau de diplôme est corrélé au niveau de satisfaction de vie (Cf. seconde figure, d.), mais moins que le fait d'avoir ou non un emploi (Cf. **seconde figure, e.**). (Godefroy, 2011)

D'autres facteurs plus difficiles à mesurer sont encore plus importants, comme le stress ou les liens sociaux

Les travaux de l'INSEE butent toutefois sur un problème méthodologique : il est parfois difficile de mesurer certains facteurs que les spécialistes du bien-être reconnaissent pourtant comme fondamentaux. Pour tenter d'y voir plus clair, l'INSEE a mené en 2013 des travaux complémentaires afin d'observer les corrélations entre le bien-être subjectif et un certain nombre d'indicateurs de qualité de vie dont certains reposent également sur des déclarations de la part des personnes interrogées (par exemple le mal-être émotionnel, la faiblesse des liens sociaux ou encore les risques psychosociaux au travail). Elle aboutit à cette conclusion que, « *d'autres aspects de la qualité de la vie, comme la faiblesse des liens sociaux, ou le stress de la vie quotidienne jouent autant voire davantage sur le degré de satisfaction que la seule insuffisance de ressources financières.* »

Chose intéressante, l'INSEE note que « *ces différentes composantes de qualité de vie ne jouent pas de la même manière sur le degré de satisfaction : leurs influences sur le bien-être élevé et le bien-être faible ne sont pas nécessairement symétriques. Ainsi, la faiblesse des liens sociaux est la dimension qui est la plus associée au risque d'être très insatisfait (de 0 à 4 sur l'échelle), suivie par les difficultés financières, les mauvaises conditions de logement, un mauvais état de santé et le stress de la vie courante. Mais c'est ce dernier qui, à l'autre bout de l'échelle, réduit le plus les chances de déclarer un bien-être élevé (9 et 10 sur l'échelle), devant l'isolement social ou un mauvais état de santé.* » (Amiel et coll., 2013) Autrement dit, l'isolement social est ce qui pèse le plus sur les personnes se déclarant peu satisfaites, tandis que le stress est le facteur qui empêche le plus les personnes satisfaites de l'être encore davantage.

Le lieu de vie joue également

Enfin, on notera que le lieu de vie (ville ou campagne) a peu d'effet en moyenne si on en croit l'INSEE – tout au plus les ruraux semblent un peu plus satisfaits en moyenne que les urbains (seconde figure, f.). Pourtant, des études menées en Grande-Bretagne ont montré que des différences importantes pouvaient exister entre quartiers au sein d'une même agglomération, et que ces écarts « internes » étaient bien plus importants que ceux constatés entre différentes agglomérations. Une étude menée à Cambridge montre par exemple que, une fois neutralisés les effets des principales caractéristiques sociodémographiques (revenus, âge, etc.) les facteurs qui ont le plus d'effet sur la satisfaction de vie d'un quartier à l'autre sont, dans l'ordre d'importance constaté : le sentiment d'appartenance à une communauté de voisinage (c'est à dire la convivialité du quartier, le fait de connaître du monde et d'être reconnu parmi cette communauté) ; l'accès aux services de loisir (incluant commerces, terrains de sport, activités culturelles, etc.) ; la qualité des écoles (pour ceux qui ont au moins un enfant) et enfin la présence à proximité de son médecin généraliste. (Garrod et coll., 2015)

Coefficients standardisés des déterminants de la satisfaction à l'égard du lieu de vie dans différents quartiers de Cambridge

	Coefficient	
	Excluding education	Including education
Driver of local-area satisfaction		
Belonging to neighbourhood	0.387	0.347
Leisure facilities in general	0.167	0.129
Quality of schools	–	0.099
Local GPs	0.099	0.091
Level of traffic	0.065	0.082
Employment opportunities	0.057	0.071
Housing affordability	0.021	-0.012

Commentaire : toute chose égale par ailleurs, la satisfaction à l'égard de la convivialité (appartenance à une communauté de voisinage) influence positivement et significativement (c'est à dire avec un coefficient >0,1) la satisfaction à l'égard de son lieu de vie. Le fait de disposer de logements abordables influence positivement, mais non significativement (>0,1), la satisfaction à l'égard de son cadre de vie (note : l'offre d'établissements scolaires est traitée à part car elle ne concerne pas toutes les personnes interrogées) (Garrod et coll., 2015)

Là encore, il apparaît que le lien social joue un rôle important dans la satisfaction à l'égard de son cadre de vie.

Note bibliographique et méthodologique

Amiel M-H., Godefroy P., Lollivier S., 2013. *Qualité de vie et bien-être vont souvent de pair*. INSEE Première, n°1428, 4p.

URL : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1281414>

Garrod B., Saunders C., Hafner M., van Stolk C., 2015. *Satisfaction with life and local area among people who live and work in Cambridge area*. RAND Europe, Cambridge.

Godefroy P., 2011. « Satisfaction dans la vie : les personnes se donnent 7 sur 10 en moyenne » pp. 105-118, in Insee, 2011. *France, Portrait social*. Ed. Insee, Paris.

URL : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1373892?sommaire=1373905>

SIG – Service d'Information du Gouvernement, 2018. Les nouveaux indicateurs de richesse 2017. SIG, Paris.

URL :

http://www.gouvernement.fr/sites/default/files/document/document/2018/02/indicateur_de_richesses_2017-v11.pdf

LES ASPIRATIONS À L'HABITAT INDIVIDUEL, AU CALME... : LES ATTENTES DES FRANÇAIS EN MATIÈRE D'HABITAT

Quelles sont les aspirations des Français en matière d'habitat ? Les enquêtes récentes ne manquent pas qui permettent de s'en faire une idée précise.

Le portrait-robot du logement idéal est, si l'on en croit la dernière étude menée pour le compte de Century 21 et Immonot (« Le logement idéal des Français », 2016), une maison individuelle avec garage, un étage au maximum, lumineuse, calme, à moins de 10 minutes des transports et chauffée au gaz. A la question « Sans limite de budget, vous choisiriez d'habiter » les Français opteraient avant tout pour « un pavillon, une villa » (38 %), devant « une maison dans un village » (17%) et « un appartement avec terrasse » (12%). Si l'on observe que la « maison de ville » vient en quatrième position (9%) et « un hôtel particulier » en sixième position (7%), **la maison individuelle** est largement préférée à l'appartement. Selon l'enquête, 71% des Français préfèrent la maison à l'appartement (contre 58% en 2011).

Figure 1, Les choix préférés des Français s'ils n'avaient pas de contrainte de budget, Century 21 et Immonot, 2016



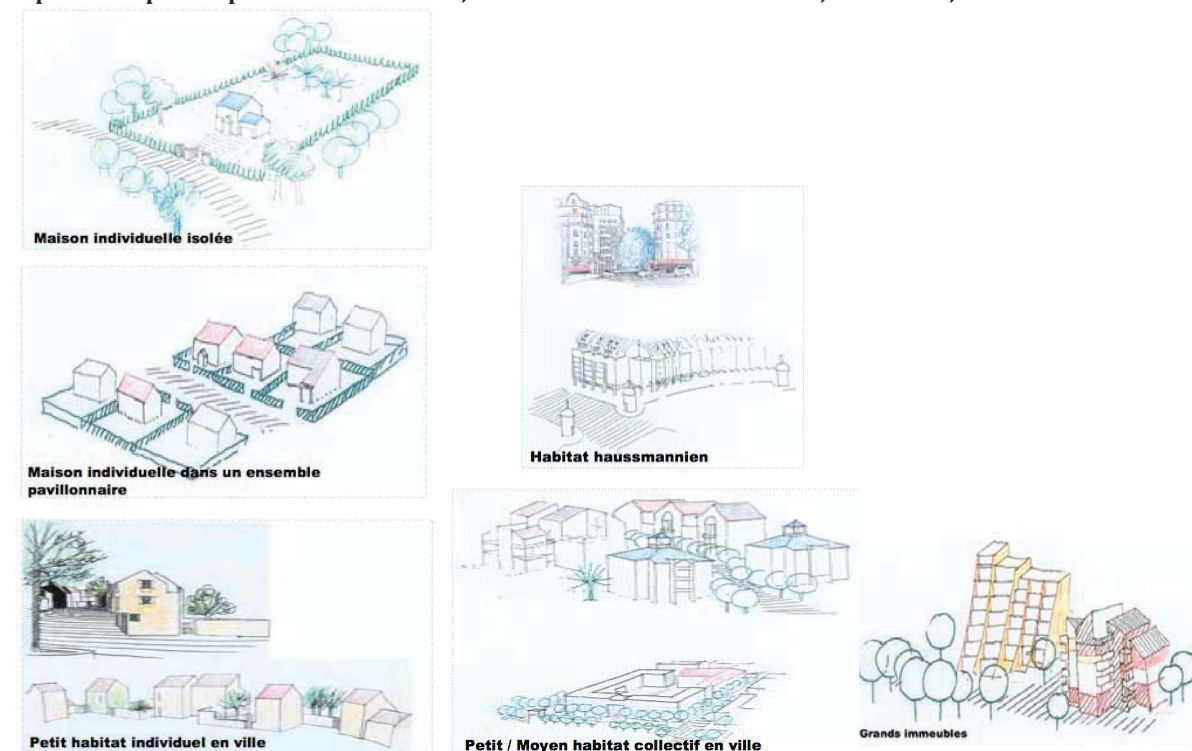
Toutes les enquêtes l'attestent, la maison individuelle est plébiscitée, mais ceci n'a rien de neuf : déjà en 1945 l'Institut national des études démographiques (INED) rapportait les résultats d'un premier sondage qui indiquait que 72 % des Français préféreraient la maison individuelle à l'immeuble collectif¹. Au-delà du déclaratif, la progression de la proportion des maisons individuelles dans le parc total des résidences principales ainsi que la prédominance, sur les quarante dernières années, de la part de la construction d'habitat individuel par rapport aux logements construits, sont des traductions de cette préférence. Les maisons individuelles représentaient 57% du total des résidences principales selon les derniers résultats publiés (2013)².

Si les Français ont une préférence pour l'habitat individuel, à quel type d'habitat cela renvoie-t-il précisément ? Des habitations séparées ou groupées, des maisons, des pavillons ? À la demande de l'Observatoire de la Ville, TNS Sofres avait essayé de le savoir en 2007, en réalisant une enquête d'opinion auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 personnes (« Les Français et leur habitat ? Perception de la densité et des formes d'habitation »). Sept visuels distincts avaient été présentés aux répondants. Il leur était demandé de choisir, parmi ces images, l'habitat qui ressemble le plus à celui dans lequel ils habitent, puis de choisir le type d'habitat préféré.

¹ Enquête citée par Julien Damon « Les Français et l'habitat individuel : préférences révélées et déclarées », SociologieS [En ligne], Dossiers, Où en est le pavillonnaire ?, mis en ligne le 21 février 2017. Lien : <http://journals.openedition.org/sociologies/5886>

² Fin 2013, la France métropolitaine compte, 28 millions de résidences principales. La proportion de l'habitat individuel est stable depuis le début des années 2000 après avoir augmenté régulièrement dans les décennies 1970 à 1990. La quasi-totalité des résidences principales en zones rurales sont des maisons, tandis que, dans les unités urbaines de 200 000 habitants ou plus (y compris l'agglomération parisienne), il s'agit d'appartements dans 68 % des cas. La maison est, avant tout, une affaire de propriétaires.

Sept visuels pour sept choix de résidence, Source : Observatoire de la ville, TNS Sofres, 2007



Parmi ces sept images, la maison individuelle isolée, entourée de son jardin venait très largement en tête de l'endroit où l'on souhaiterait habiter, en étant choisie par plus d'un Français sur deux (56 %). Venaient ensuite la maison individuelle dans un ensemble pavillonnaire (20 % des répondants) et le petit habitat individuel en ville (11 %). Dans le cas de la maison individuelle isolée, les aspirations étaient de 36 points supérieures aux réalités déclarées, puisque 20% des enquêtés seulement disaient habiter dans ce type d'habitation.

Situations et préférences déclarées en matière d'habitation (en %), Damon 2017, Source : Observatoire de la ville, TNS Sofres, 2007

	« Je vais vous montrer différents types d'habitations. Parmi ceux-ci, pouvez-vous me dire lequel ressemble le plus à celui dans lequel vous habitez ? »	« Parmi les différents types d'habitations suivants, si vous pouviez choisir, dans lequel habiteriez-vous ? »	Différence
Maison individuelle isolée	20	56	+ 36
Maison individuelle dans un ensemble pavillonnaire	29	20	- 9
Petit habitat individuel en ville	19	11	- 8
Grands ensembles d'habitat collectif de tours et de barres	9	1	- 8
Petit / Moyen habitat collectif en ville	9	3	- 6
Habitat haussmannien	6	5	- 1
Grand immeuble	4	1	- 3
Sans opinion	4	3	- 1

Qu'en est-il ensuite des aspirations des Français au regard du logement, tant au niveau de son environnement que de ses caractéristiques intrinsèques ?

Toutes les enquêtes les plus récentes, menées en 2017 et 2018 indiquent que les Français accordent de plus en plus d'importance au **calme**. Interrogés sur les caractéristiques les plus importantes dans le choix d'un logement, les 3600 répondants de l'enquête Century 21 le citent en premier (29%). Dans cette enquête réalisée tous les cinq ans, ce critère devient pour la première fois la première préoccupation, devant le prix d'achat (pour 20% des sondés). La fonctionnalité du logement et la qualité du quartier viennent ensuite au même niveau, suivi par la proximité des commerces et des transports.

Parmi la liste ci-dessous, quelles sont pour vous personnellement les 3 caractéristiques les plus importantes dans le choix d'un logement ?

Options de réponse	1 ^{er} choix	2 ^{ème} choix	3 ^{ème} choix
Calme	1002	597	358
Prix	720	522	562
Fonctionnalité du logement	465	701	495
Qualité du quartier	459	407	519
Proximité des commerces et des transports	360	491	499
Une chambre pour chaque enfant	176	204	230
Proximité du lieu de travail	159	219	267
Sécurité	121	190	343
Proximité d'un jardin, d'espaces verts	115	213	236
Proximité des écoles	37	70	105

L'enquête BVA Group « Les Français et le logement » confirme ce résultat, puisque le calme est recherché en premier dans un logement (58% des citations).

Réalisée avec une autre méthode de priorisation, où les enquêtés doivent noter de 0 à 10 l'importance qu'ils accordent à des critères, l'enquête réalisée, début 2018 par le cabinet Elabe pour le compte du Crédit Foncier, auprès d'un échantillon de 2 408 personnes, le confirme à nouveau. Le calme est, concernant l'environnement de proximité du logement, le premier critère du choix, avec une note de 7,6/10. L'enquête qualifie le calme de « graal du logement français ».



Question : Lorsque vous avez cherché le logement que vous occupez actuellement, quelle importance avez-vous accordé à chacun des critères suivants ?
... concernant l'environnement de proximité du logement ?

Source : Elabe 2018



Viennent ensuite, la proximité des commerces (6,7), des services de santé (6,5), la densité des habitations (6,3), le voisinage (6,3), la proximité d'espaces verts (6,2) et des moyens de transports (6,1) qui sont davantage de l'ordre du souhaitable plutôt que du nécessaire. L'importance accordée à plusieurs critères

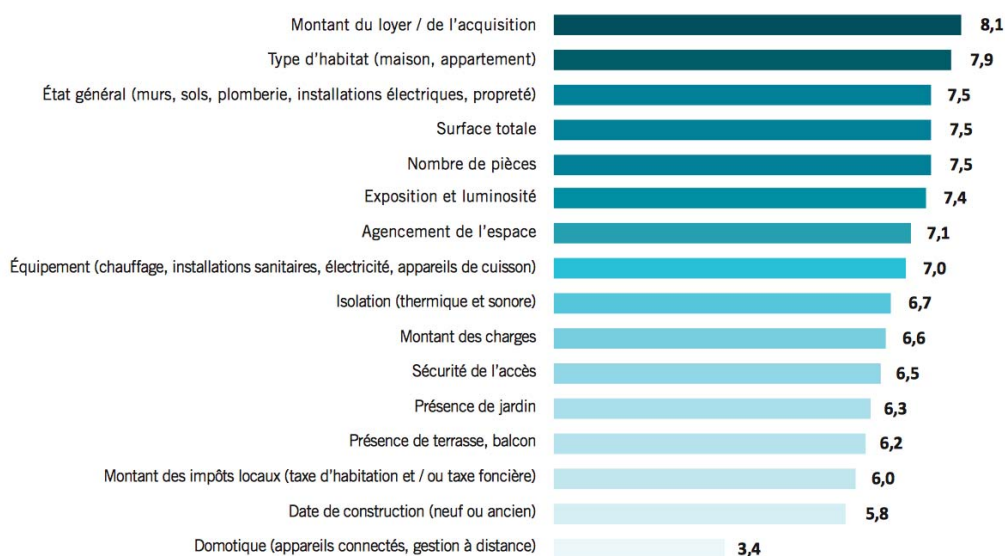
est fonction du cycle de vie des répondants : proximité des services de santé pour les plus de 65 ans (7,0), des moyens de transports pour les 18-24 ans (7,0) et les habitants de la région parisienne (7,5), des établissements scolaires pour les parents (6,9).

La plupart des Français partagent également une définition commune des caractéristiques « qui comptent » pour choisir ce logement : ils n'identifient pas moins de huit exigences (importance attribuée supérieure à 7/10 sur une échelle de 0 à 10), aux premiers rangs desquels le montant du loyer ou de l'acquisition, le type d'habitation (maison ou appartement), l'état général, la surface totale, le nombre de pièces et l'exposition/la luminosité.



Question : Lorsque vous avez cherché le logement que vous occupez actuellement, quelle importance avez-vous accordé à chacun des critères suivants ?
... concernant le logement lui-même ?

Source : Elabe 2018



Ces enquêtes font aussi ressortir une évolution : **deux Français sur dix se disent intéressés par des formes de locations ou d'habitations alternatives** : 24% par la location de leur domicile en court séjour, principalement pour des raisons financières (70%), 24% par l'achat d'une maison secondaire avec des proches, 23% par l'échange de logement, 20% par la colocation, 20% pour héberger gratuitement des voyageurs de passage, 43% pour partager un logement avec une personne ayant un âge très différent par solidarité (habitat intergénérationnel)

Sans développer, citons les autres enseignements principaux qui ressortent de ces sondages et enquêtes réalisés en 2017 et 2018 :

- Quatre personnes interrogées sur cinq répondent que le logement qu'elles occupent correspond totalement (9 %) ou en grande partie (70 %) à leurs besoins. Les propriétaires sont plus satisfaits que les locataires et les occupants de maisons davantage que ceux d'appartements ;
- Plus de la moitié des Français (52 %), affirment que trouver le logement correspondant à leurs besoins a été difficile. La perception de l'obstacle s'accroît selon le cycle de vie et le lieu de résidence. 56 % des personnes en couple avec enfant(s), 60% des résidents de l'agglomération parisienne et 58 % des résidents du Sud-Est font part de leur difficulté à trouver le logement dont ils ont besoin ;
- 53 % des Français ont déjà envisagé de changer de quartier, de ville ou de région (dont 12 % l'ont même déjà fait) pour accéder à un logement qui correspond mieux à leurs besoins. Cette volonté de déménager est plus élevée chez les 25-34 ans (68 %). Au total, près d'un Français sur deux envisage de déménager en 2018, avant tout pour changer de cadre de vie (49%) ;

- Les Français projettent, lors de leur installation, d'y demeurer en moyenne 21 ans, ce qui est proche des statistiques de l'Insee qui estiment à 17 ans la durée moyenne d'occupation d'un logement par un ménage donné ;
- Huit Français sur dix estiment que le coût élevé des loyers est un problème
- Plus de huit Français sur dix se disent d'accord avec le réquisitionnement des places vides dans des établissements vacants pour les sans-abris
- 85 % des Français considèrent leur logement comme un « cocon ». A l'inverse, 14 % d'entre eux voient leur logement comme un lieu purement fonctionnel : « un lieu de passage, un toit sous lequel dormir ». La réponse dépend du type d'habitation et du statut d'occupation : 92% des enquêtés qui habitent dans une maison la considèrent comme un cocon contre 76% pour ceux qui résident en appartement ;
- le salon est la pièce préférée, il remporte 52% des suffrages contre 46% en 2007. C'est la pièce dans laquelle les Français passent le plus de temps (74%) et celle qu'ils considèrent la plus importante. Cela fait écho à la première fonction qu'ils attribuent à une habitation, « se retrouver en famille ». La cuisine devient prioritaire pour 17% des Français contre 13% en 2007. La chambre individuelle pour chaque enfant est quant à elle un critère prépondérant pour les familles qui devance la présence d'un jardin ou d'espaces verts à proximité.
- Concernant l'équipement de la maison, la présence du garage est souhaitée par 62% des Français contre seulement 21% en 2011. Viennent ensuite la terrasse ou le balcon qui font rêver 59% des sondés. 35% d'entre eux aimeraient avoir une cheminée.
- Les résidents d'immeubles sont chaque année plus nombreux à souhaiter le chauffage individuel.
- La « performance énergétique » se place en 6ème position des critères « obligatoires dans [la] prochaine acquisition » des personnes interrogées.

CONCLUSION

L'aspiration à l'habitation individuelle reste très forte. Dans le choix de leur logement, les Français sont très attentifs aux critères de prix et au calme, critère qui est devenu le premier en importance, devant d'autres critères tenant à l'environnement comme la proximité des commerces, ou tenant au logement comme la luminosité. Même si l'on vit en ville, et que l'on accorde de l'importance à la proximité d'équipements, les attentes donnent l'impression qu'une partie des Français veulent associer le confort du logement à une sensation de nature ou de campagne dans leur habitation. On assiste aussi une évolution des mentalités dans le sens de l'adhésion à des formes d'habitat alternatifs qui reposent sur le partage d'une partie de son logement

Liste et méthodologie des enquêtes et sondages

Enquête « **Les Français et le logement** » réalisée par BVA à la demande du groupe Foncia et de la presse régionale par Internet auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. 1201 personnes ont été interviewées du 19 au 21 février 2018. L'échantillon a été construit selon la méthode des quotas.

Étude « **Les Français et leur logement** » réalisée par le cabinet ELABE à la demande du Crédit Foncier. L'enquête a été réalisée, du 2 au 10 janvier 2018, sur un échantillon de 2 408 individus, représentatif des résidents de la France métropolitaine, âgés de 18 ans et plus.

Lien : <https://elabe.fr/wp-content/uploads/2018/03/les-francais-et-leur-logement.pdf>

Century 21, « **Le logement idéal des Français** ».

Lien : https://www.century21.fr/pdf/enquete_logement_ideal_2016.pdf

UNE ASPIRATION CROISSANTE À LA PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

Facebook naît en 2004. Avec le succès de ce réseau social en ligne, viennent aussi les premières craintes de trafic de données intimes. Depuis lors, la protection des données personnelles est devenue une source importante de préoccupation. En France, l'inquiétude sur la protection des données personnelles est bien étudiée, puisque des sondages ont été réalisés à plusieurs reprises, notamment depuis les révélations d'Edward Snowden en 2013, qui avaient mis en lumière les pratiques de surveillance de l'agence nationale de sécurité américaine. Les enquêtes indiquent qu'alors qu'ils sont de plus en plus utilisateurs d'appareils dits nomades (smartphones, tablettes, ordinateurs portables, GPS, consoles de jeux, liseuses électroniques ...) et d'objets connectés, les Français ne font pas confiance aux géants du Web — Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft, etc. — mais aussi à la plupart des institutions et acteurs qui gèrent leurs données. Le scandale Cambridge Analytica n'a pu que raviver cette méfiance. Le niveau d'inquiétude est élevé, et souvent plus élevé que la moyenne chez les moins de 35 ans, qui sont pourtant les plus informés et les mieux à même de sécuriser leurs données. Le nouveau règlement européen de protection des données personnelles (RGPD) qui entre en vigueur en mai 2018 est censé répondre aux aspirations de protection des populations françaises et européennes.

Deux enquêtes réalisées en 2017, l'une par BVA, l'autre par CSA apportent des données complémentaires. Avant de livrer leurs résultats, il est utile d'avoir un aperçu de l'évolution des usages en ligne au cours des dernières années (encadré ci-dessous).

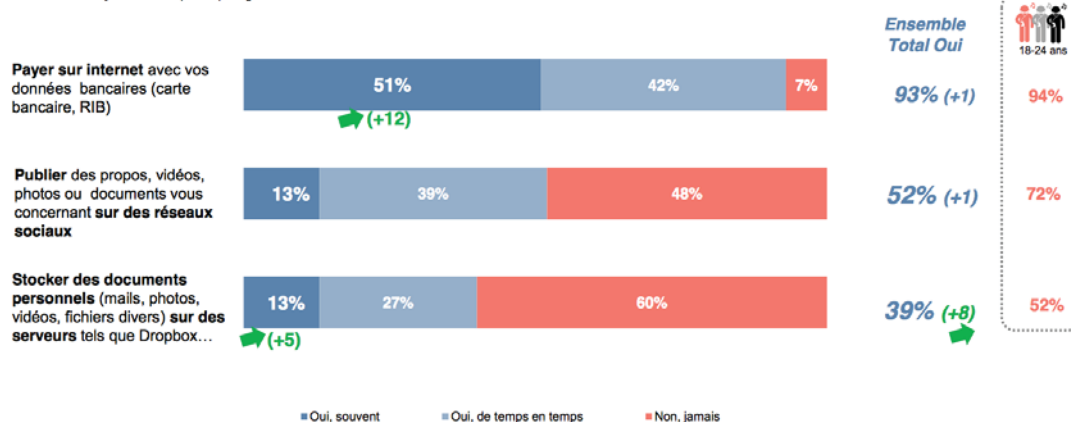
L'intensification des usages en chiffres

Si l'on croit les chiffres du Baromètre du numérique 2017 de l'ARCEP, trois Français sur quatre possèdent un smartphone (contre moins d'un tiers 5 ans plus tôt), chaque jour, ils passent 1 heure 20 sur les réseaux sociaux et publient des statuts pour quelques 177 amis Facebook en moyenne. Les utilisateurs actifs quotidiens de Facebook sont 26 millions en France (33 millions si l'on compte les utilisateurs actifs mensuels). (source : <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>) 51% des Français déclarent réaliser « souvent » des paiements en ligne (+12 points depuis 2014), 39% stockent des documents personnels (mails, photos, vidéos, fichiers divers) sur des serveurs, et plus d'un Français sur deux publie régulièrement des propos ou des photos personnels sur les réseaux sociaux (52%), ils sont 72% chez les 18-24 ans.

CSA « La protection des données personnelles », 2017

EN 3 ANS, UNE PROGRESSION VISIBLE DES USAGES EN LIGNE

Q11. Effectuez-vous chacune des pratiques suivantes sur internet ?
Base : 1002 Français – Une réponse par ligne

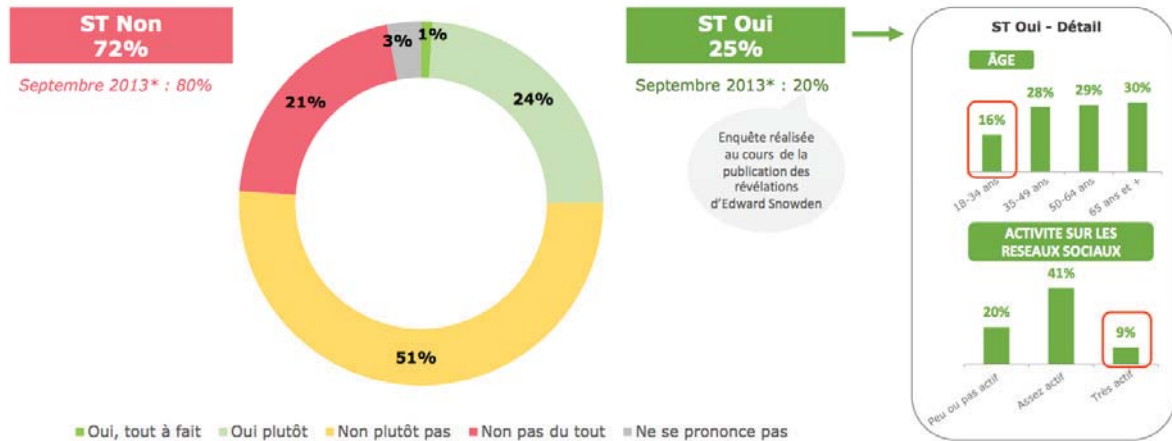


Selon un sondage de l'institut BVA réalisé pour Le Figaro, 73% des internautes français se disent inquiets quant à la sécurité de leurs données personnelles en ligne. Seules 25% des 1193 personnes interrogées entre le 24 et le 25 octobre 2017 estiment que la confidentialité de leurs données personnelles est correctement assurée sur Internet.

Seul un quart des Français estime que la confidentialité de leurs données personnelles est assurée sur Internet

Pensez-vous que la confidentialité de vos données personnelles est correctement assurée aujourd'hui sur Internet ?

Base : À tous



* Sondage réalisé par BVA pour le Syntec Numérique, publié le 19 septembre 2013



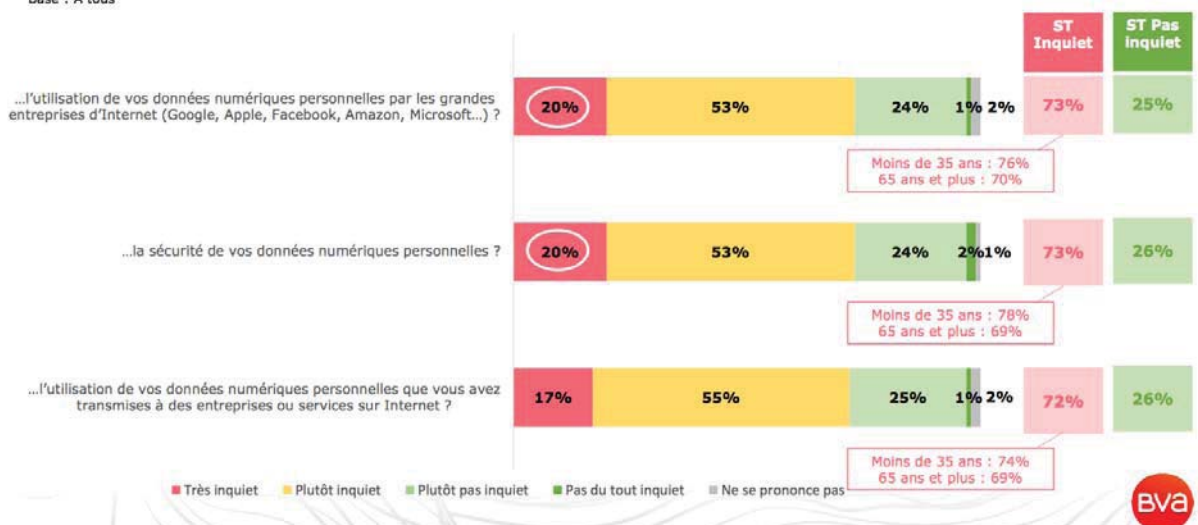
Plus sensibilisés, les plus jeunes sont aussi les plus critiques quand il s'agit de confidentialité de leurs données en ligne. Seuls 16% des moins de 35 ans estiment qu'elles sont insuffisamment protégées, contre 29% pour les plus de 35 ans (réponse « pas du tout » à la question « Pensez-vous que la confidentialité de vos données personnelles est correctement assurée sur Internet ? »). Les enquêtés qui se disent « très actifs » sur les réseaux sociaux sont les plus critiques, puisqu'ils ne sont que 9% à dire que la confidentialité de leurs données est assurée sur Internet.

Trois questions posées indiquent que le niveau d'inquiétude (pourcentage des inquiets et des non inquiets) est le même quand on demande plus précisément ce que les personnes pensent de l'utilisation de leurs données numériques personnelles par les GAFAM et les entreprises ou services sur internet.

L'utilisation des données personnelles sur Internet : un sujet qui inquiète les Français...

Diriez-vous que vous êtes très inquiet, plutôt inquiet, plutôt pas inquiet ou pas du tout inquiet concernant...

Base : À tous

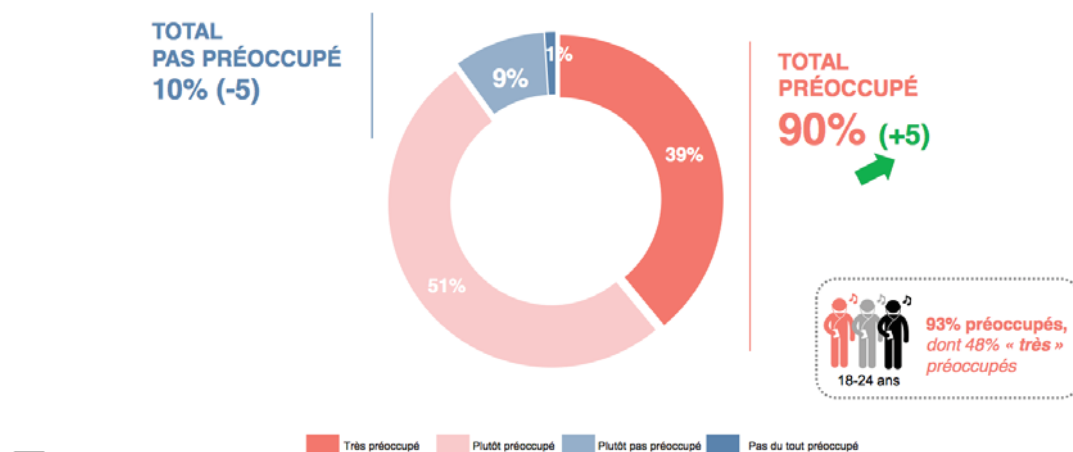


L'édition 2017 de l'enquête CSA « Les Français et la protection de leurs données personnelles » a mis en exergue les réponses d'un sous-échantillon de jeunes (18-24 ans) pour les comparer à celles du reste de la population et apporte des informations à la fois concordantes et plus précises. L'enquête indique, comme celle de BVA, une sensibilisation accrue des Français au sujet de leurs données personnelles et de la

nécessité de les protéger contre les risques d'utilisation frauduleuse. La protection des données personnelles est une préoccupation en hausse. En 2017, 85% des Français se disent préoccupés par la protection de leurs données personnelles en général, soit une augmentation de 4 points par rapport à 2014. 90% se disent préoccupés pour leurs données sur internet (+5 points depuis 2014).

CSA « La protection des données personnelles », 2017

Q2. 1. A titre personnel, êtes-vous préoccupé(e) par la protection des données personnelles sur internet ?
Base : 1002 Français - Une seule réponse possible



Les 18-24 ans apparaissent particulièrement sensibles à cette question puisqu'ils sont 93% à se dire préoccupés par la protection de leurs données en ligne, dont 48% « très préoccupés » (vs 39% pour l'ensemble des Français). Alors qu'un Français sur trois (33%) a déjà essayé « d'effacer des informations personnelles visibles sur le Web », ils sont 6 sur 10 (61%) chez les 18-24 ans. Ils sont aussi plus soucieux de leur e-réputation : près de 75% des 18-24 ans déclarent rechercher régulièrement sur le net des informations associées à leurs nom et prénom (vs 57% sur l'ensemble des Français).

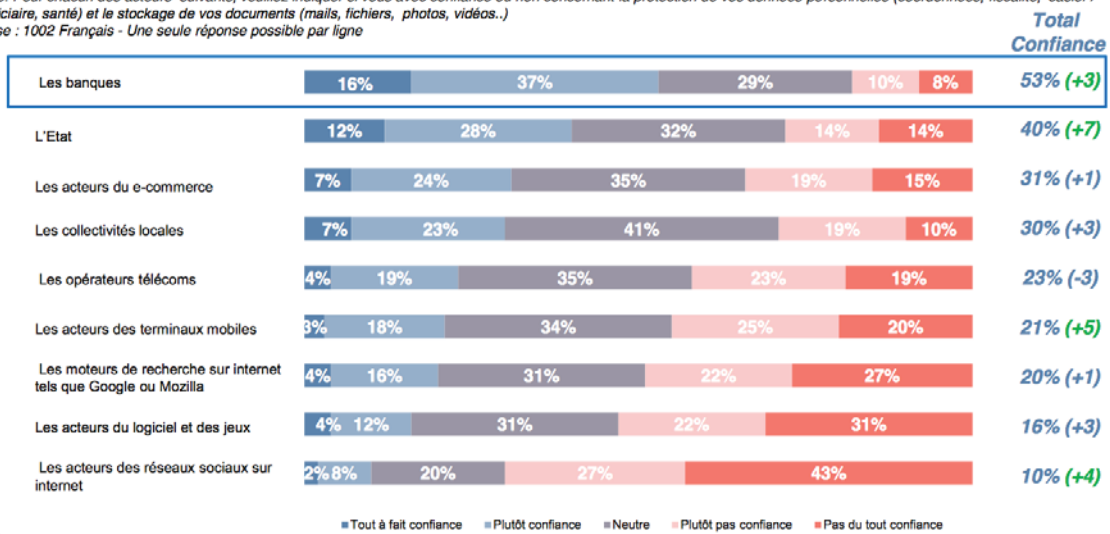
Si la préoccupation pour les données personnelles a augmenté ces dernières années, la part de ceux qui pensent que la sécurité des données personnelles sur Internet s'est améliorée a augmenté de neuf points par rapport à 2014 (26 %) alors que la part de ceux qui pensent qu'elle s'est dégradée a chuté de quatorze points (28 %). En bref, c'est donc un sujet de préoccupation de plus en plus important, mais une partie des Français a le sentiment que la protection s'améliore.

Les outils nomades inspirent davantage de méfiance que l'ordinateur. Selon l'enquête BVA, les Français sont 55% à accorder leur confiance à leur ordinateur personnel pour assurer la sécurité de leurs données, contre 42% pour leur smartphone et 41% pour leur tablette. Ceux qui déclarent avoir « tout à fait confiance » dans leurs outils numériques en matière de sécurité des données sont ultraminoritaires : 5% des personnes interrogées, déclarent avoir « tout à fait confiance » en leur ordinateur personnel, contre seulement 3% pour les smartphones et 2% pour les tablettes).

Si l'on regarde ensuite comment la confiance varie en fonction des acteurs, il apparaît que les réseaux sociaux sont les plus mal perçus, puisque seuls 10 % des Français leur font confiance pour protéger leurs données (total des « tout à fait confiance » et « plutôt confiance »), alors que 70% d'entre eux ne leur font pas confiance (total des « pas du tout confiance » et « plutôt pas confiance »). La méfiance l'emporte aussi largement quand il s'agit des acteurs du logiciel et des jeux (absence de confiance 53% vs confiance 16%) et des moteurs de recherche sur internet (45% vs 20%). En revanche pour les banques, l'État et les collectivités locales, c'est la confiance qui l'emporte. Les acteurs du e-commerce sont dans un entre-deux (34% confiance vs 31% absence de confiance).

CSA « La protection des données personnelles », 2017

Q19. Pour chacun des acteurs suivants, veuillez indiquer si vous avez confiance ou non concernant la protection de vos données personnelles (coordonnées, fiscalité, casier / judiciaire, santé) et le stockage de vos documents (mails, fichiers, photos, vidéos...)
 Base : 1002 Français - Une seule réponse possible par ligne

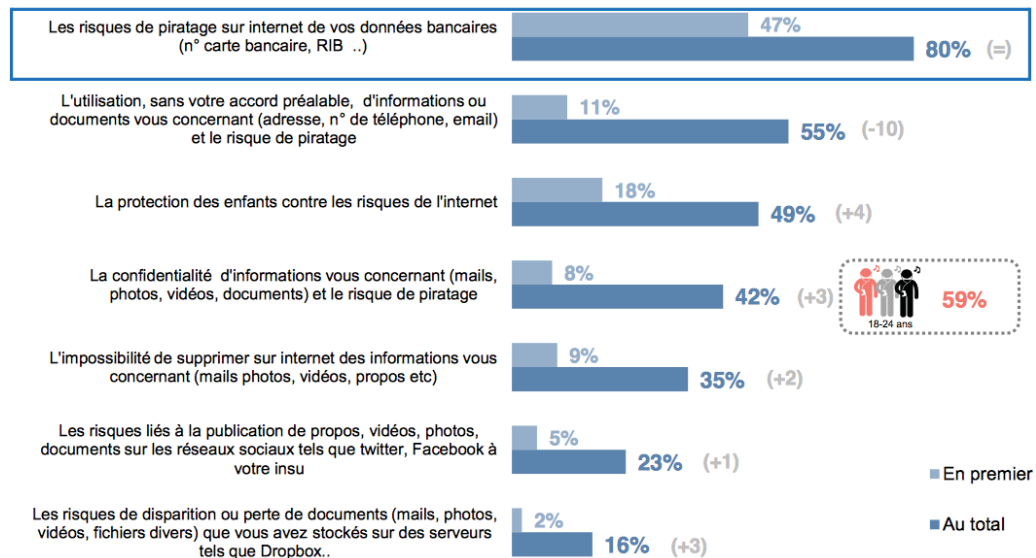


L'institut BVA établit une corrélation entre cette inquiétude et un faible niveau d'information à l'égard de ces sujets : seuls 22% des Français déclare être bien informé des mesures à prendre pour sécuriser leurs données numériques. Pour autant, les moins de 35 ans sont à la fois les plus informés et les plus inquiets, ce qui signifie qu'il ne suffit pas de se sentir informer pour lever les inquiétudes sur la protection de ses données.

Selon l'enquête CSA, les trois principales inquiétudes des Français portent sur le piratage des données bancaires (80% jugent ce risque important et 47% le mettent en premier), l'utilisation sans leur accord des données les concernant (55% important) et la protection des enfants dans leur usage d'Internet (49%).

CSA « La protection des données personnelles », 2017

Q9. Et maintenant, parmi les sujets suivants, lesquels vous paraissent les plus importants ? En premier ? Et ensuite ?
 Base : 1002 Français - Plusieurs réponses possibles



Les usages à risques reculent et les bonnes pratiques progressent. 23% des Français déclarent ainsi saisir leurs coordonnées personnelles sur les forums (moins 5 points par rapport à 2014), et seuls 17% des Français partagent par mail des messages types chaînes de lettre (-10 points). En parallèle, l'utilisation d'un mot de passe s'est systématisée pour tous les équipements.

Mais la prise de conscience des usages non désirés des données n'a pas complètement fait évoluer les pratiques personnelles dans le sens de la sécurisation. La consultation de grande envergure « Mes datas et Moi » lancée en octobre 2015 par la MAIF et *Reputation Squad* le démontre abondamment. Les Français sous-estiment la quantité de données qu'ils diffusent, et les protègent peu. Par exemple, un internaute sur deux sous-estime de moitié le nombre de ses publications sur Facebook ; une fois sur quatre, ils retweetent sans avoir pris la peine de consulter le lien inclus dans le message initial ; un internaute sur deux déclare n'avoir jamais lu les Conditions Générales d'Utilisation des services qu'il emploie ; 58% des enquêtés utilisent la géolocalisation pour se déplacer à pied, mais 44% d'entre eux ignorent qu'elle reste active quand nous ne l'utilisons pas, autrement dit qu'une application à qui nous aurions cédé les droits GPS de notre téléphone pourrait collecter les données liées à leurs trajets. Pour autant 84% des enquêtés pensent ne divulguer que très peu d'informations personnelles.

Conclusion

Les Français se disent préoccupés par la protection de leurs données personnelles en général, et de leurs données sur internet en particulier. Si des évolutions mesurées depuis quelques années indiquent qu'ils pensent que les choses s'améliorent un peu, c'est là un sujet de préoccupation qui est devenu majeur. Un Français sur quatre seulement pense que la confidentialité de ses données personnelles est correctement assurée sur internet.

Liste et méthodologie des sondages

BVA « Les Français et les données numériques » : Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 1193 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, méthode des quotas, interrogés par Internet du 24 au 25 octobre 2017, <https://staticswww.bva-group.com/wp-content/uploads/2017/10/BVA-Les-Français-et-les-données-numériques.pdf>

CSA « La protection des données personnelles » : Sondage réalisé en ligne sur un échantillon de 1002 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, méthode des quotas, interrogés par Internet du 28 au 30 août 2017, <https://www.csa.eu/media/1667/1700780-csa-protection-des-donnees-personnelles.pdf>

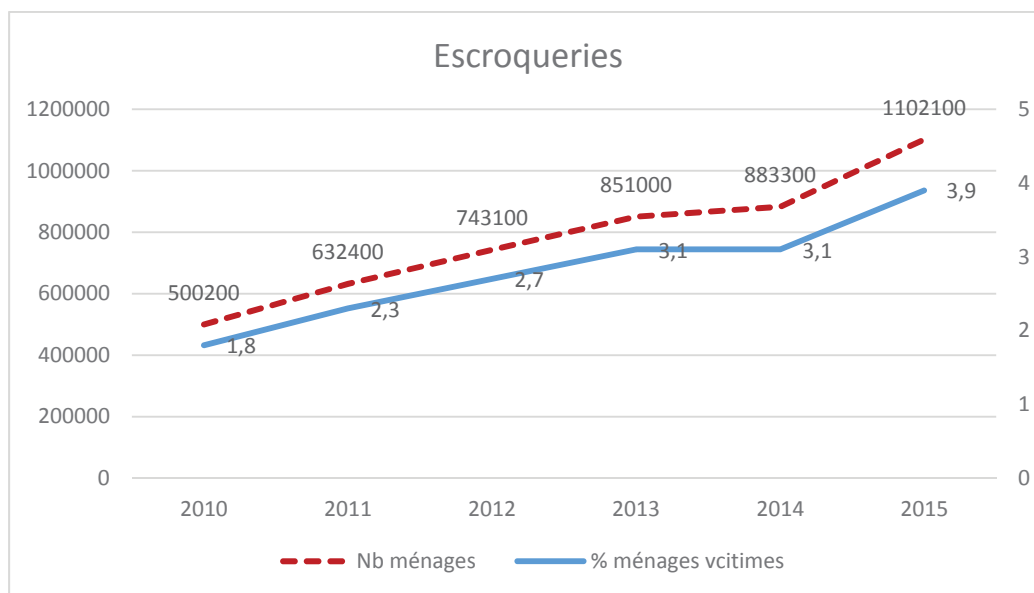
MAIF « Mes datas et moi » : Dispositif de sondage et de sensibilisation du grand public à la protection de leurs données personnelles commencé en 2015 et dont les résultats ont été livrés le 23 janvier 2018. 350 000 données statistiques ont été recueillies pour mesurer le niveau de connaissance des Français et leurs pratiques en matière d'e-réputation, de gestion de leurs données personnelles et de risques numériques. Plusieurs dispositifs ont été utilisés : consultation par un site web (300 000 visiteurs uniques), tests réseaux sociaux (10 000), expériences « Une journée de données (3000), etc.

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES ET VULNÉRABILITÉ : CAPTATIONS DES IDENTITÉS

Le développement des nouvelles technologies d'information et de communication et leur adoption par une partie croissante des ménages offre de nouvelles possibilités de délinquance. Les nouvelles technologies, dont l'essor n'a été ni anticipé par les polices ni par les individus, ont pour particularité de permettre de prélever sans effraction physique des informations particulières, des données personnelles dont la possession permet la réalisation de fraude.

Selon l'Insee, en 2015, 3,9 % des ménages ont déclaré au cours de l'enquête « Cadre de Vie et Sécurité » avoir été victimes d'une escroquerie bancaire (cf. **figure n°1**). Cela représente 1,1 millions de ménages. L'escroquerie bancaire est définie par l'étude comme « un retrait d'argent sur un compte bancaire sans accord du titulaire en utilisant des informations personnelles, comme un numéro de carte bancaire, obtenues illégalement ».

Figure n°1. Les escroqueries bancaires déclarées par les ménages en France métropolitaine, 2010-2015 (source : INSEE)



À partir de 2010, l'enquête « cadre de vie et sécurité » a répété chaque année la même question, et on peut ainsi voir une tendance nettement orientée à la hausse de la fréquence de ce type de vols. En effet, en 2010, 1,8% des ménages sont concernés, soit la moitié du total observé en 2015. En cinq ans, le nombre de ménages correspondant à ce taux est donc passé d'un demi-million à plus d'un million. Ceci est d'autant plus notable que la délinquance générale, constituée pour l'essentiel de divers vols et dégradations, est sur la même période en repli. On le voit nettement sur les atteintes aux automobiles qui constituent une très grosse part de la délinquance et qui font 400.000 ménages victimes de moins entre 2008 et 2016 (cf. **figure n°2**).

Figure n°1. Les vols liés à l'automobile (de voitures et d'objets dans les voitures, vols et tentatives) déclarés par les ménages en France métropolitaine, 2008-2016 (source : INSEE)

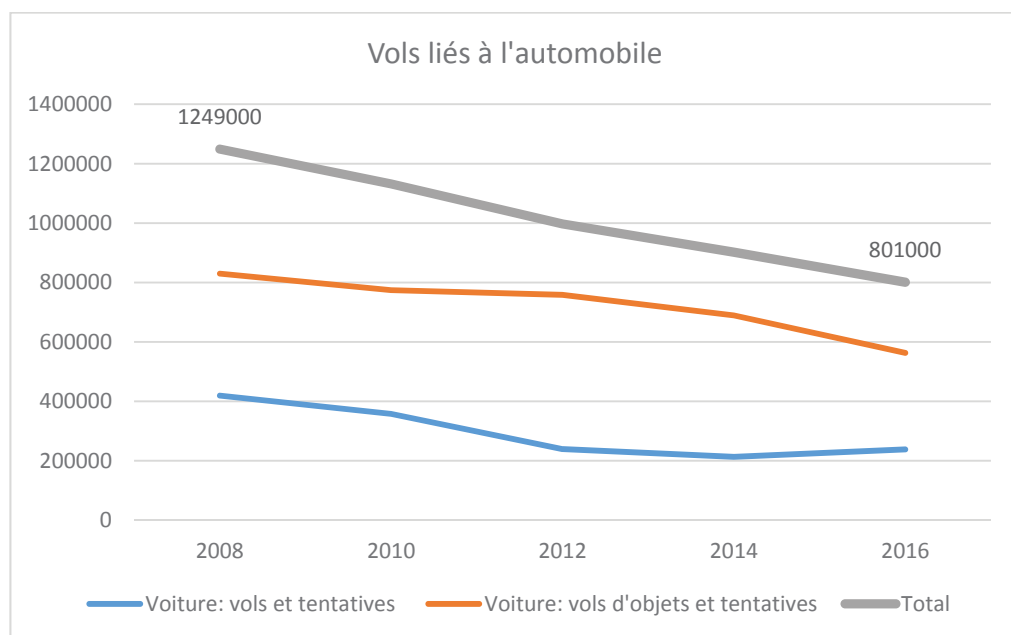
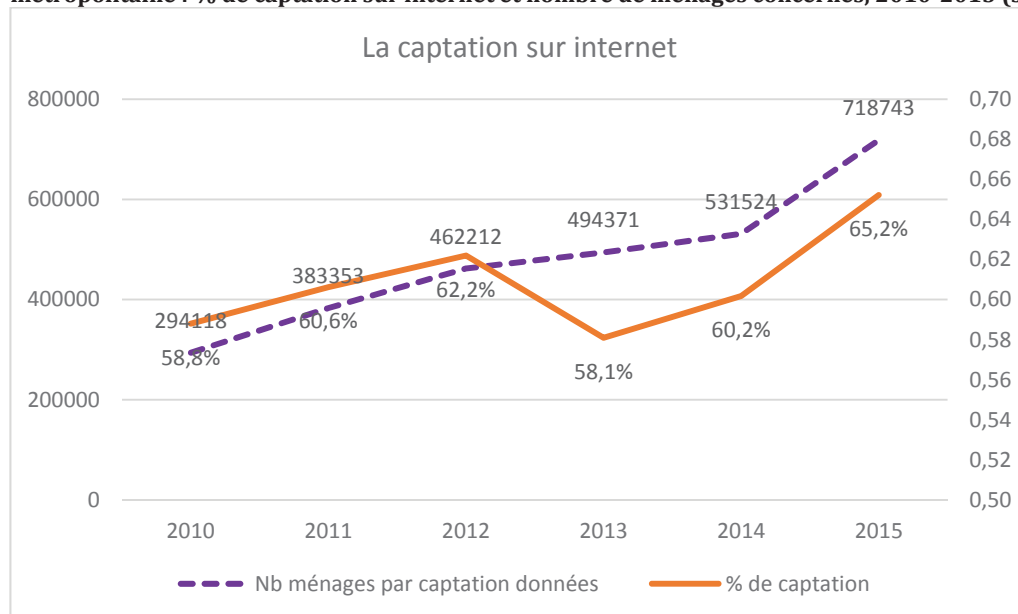


Figure n°3. La captation des données personnelles utilisées pour les escroqueries bancaires en France métropolitaine : % de captation sur internet et nombre de ménages concernés, 2010-2015 (source : INSEE)



Les données de l'enquête « Cadre de Vie et Sécurité » permettent de savoir comment les répondants ont « perdu » leurs données personnelles, se sont fait dérober leur identité. Et, il s'avère que la captation sur internet est le moyen le plus généralement utilisé, et qu'il tend plutôt à croître sur la période considérée (cf. **figure n°2**).

Pour 100 ménages qui ont été victimes, environ 60% se sont fait voler leurs données sur internet (58,8% en 2010 et 65,2% en 2015). Plus en détail, 20 % des ménages victimes affirment qu'elles ont été obtenues lors d'un achat ou d'une réservation sur internet et 7 % lors d'un achat effectué dans un commerce traditionnel. Dans de plus rares cas, le vol a eu lieu lors d'un retrait d'argent (à l'aide d'un dispositif espion installé sur un distributeur de billets) 5 %, ou encore par *phishing* 2 % (une sorte d'appel à communiquer

les données en se faisant passer pour un organisme de confiance), ou par piratage de leur banque ou d'un autre commerce dont ils étaient clients (3 %). 20% ne savent pas ou ne répondent pas.

80% des victimes disent avoir réussi à se faire rembourser la fraude par la banque. Enfin, la plainte est peu fréquente : 28 % ont formellement déposé plainte. La statistique « officielle » sous-estime donc nettement la fréquence de ces faits.

Interprétation

La modification des formes de la délinquance avec le changement de la société est un processus ancien et bien documenté. La technologie participe de ce processus d'évolution, et crée de nouvelles vulnérabilités. Toute amélioration technique ou même tout outil peut être utilisé pour différentes finalités. Les théories dites « des opportunités » expliquent le mieux ces tendances. Comme la naissance des supermarchés avait permis l'explosion des vols, celui d'internet a favorisé la fraude. La sécurisation physique des banques et des dispositifs de retrait, tout comme le fait de combler une bonne partie des failles existantes dans les outils de paiement (cartes de crédit avec puce, code unique de transaction) a sans doute incité à trouver des moyens nouveaux de vol. Le choix se porte sur une action peu risquée et dont la détection est malaisée. Une solution efficace est de se faire passer pour le détenteur légal d'un compte ou d'un moyen de paiement. C'est possible en volant les données qui permettent d'avoir une identité sur internet.

Sources

L'enquête « cadre de vie et sécurité » est menée au premier trimestre de chaque année par l'Insee et l'ONDRP (observatoire national de la délinquance et des réponses pénales). Au sein de chaque ménage, une personne de plus de 15 ans choisie aléatoirement répond aux questions portant sur les victimations individuelles (vols personnels, violences, insécurité ressentie). Chaque année, environ 16 000 ménages répondent effectivement à l'enquête.

Sont exclus du champ des escroqueries bancaires les litiges avec les créanciers, les débits résultants d'un vol de chèque, d'un vol de carte ou d'une carte oubliée dans un distributeur ainsi que les cas d'extorsion des données confidentielles par la menace ou la violence.

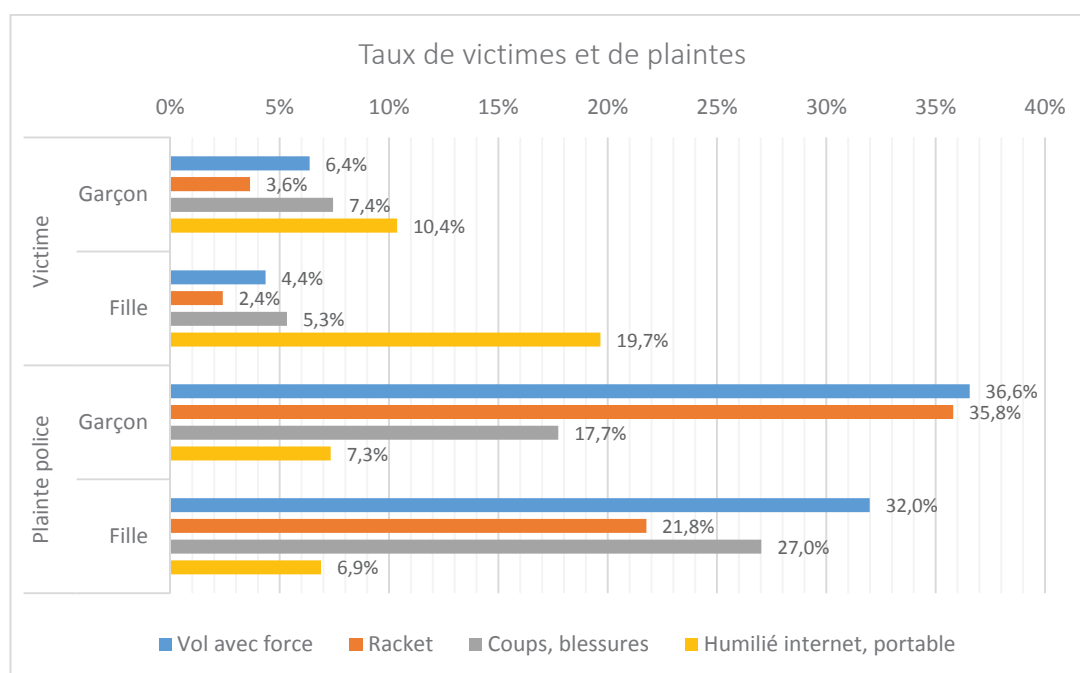
Source : Interstat, *Rapport d'enquête « Cadre de vie et sécurité 2017*, et *Insécurité et délinquance en 2016 : premier bilan statistique*, à partir de l'enquête « cadre de vie et sécurité ».

INTERNET ET LES MÉDIAS SOCIAUX : LES ADOLESCENTS AUTEURS ET VICTIMES DE DÉLITS

Les nouvelles technologies, en particulier le téléphone mobile devenu un terminal pour les médias sociaux, ont modifié la manière d'interagir avec autrui, qu'il s'agisse de faire ses courses, trouver un taxi ou encore agresser. Les études sur les adolescents disponibles montrent que les comportements agressifs à la fois en tant qu'auteur ou que victime ont pris une place importante dans le registre des déviances en quelques années.

Les collégiens et lycéens grenoblois et lyonnais ont été interrogés dans le cadre d'une enquête dite « de délinquance auto-déclarée » sur le fait d'avoir subi différents actes : vol avec force (par exemple sac arraché), racket (vol avec intimidation), coups ayant engendré des blessures, et être humilié par l'usage d'un téléphone ou d'internet (cf. **figure n°1, partie du haut**). Les humiliations en ligne sont les actes les plus fréquemment subis, tant pour les filles que pour les garçons (même si les filles sont nettement plus concernées, deux fois plus même). Pour les autres atteintes, les garçons sont plus souvent victimes que les filles (environ 40 à 50 % plus souvent).

Figure n°1. Être victime de différents types d'actes, et déposer plainte si on est victime (source : POLIS, 2012, Lyon et Grenoble)



Une particularité des humiliations à distance tient à leur rare communication aux autorités. Filles et garçons victimes ont pu essayer de porter plainte ou simplement d'informer la police dans environ 7% des cas (cf. **figure n°1, partie du bas**). Les autres atteintes sont mieux rapportées aux autorités (17,7 à 36,6% selon les cas), bien qu'une proportion comprise entre les deux tiers et les trois quarts échappent à tout recensement officiel.

Une enquête ultérieure auprès des collégiens (sans les lycéens), UPYC, a consolidé les ordres de grandeur des atteintes liées à l'usage des technologies. Les pourcentages diffèrent car la question n'est pas exactement la même, il s'agit ici des personnes dont on s'est moqué ou qui ont été embêtées et non pas humiliées, sa définition est plus large. 14,9% des garçons et 26,4% des filles sont concernés par ces comportements indécents sur les médias sociaux (confirmant la surreprésentation de filles). Ces comportements ont, malgré tout, une fréquence moindre que les vols simples (divers vols de petits objets le plus souvent, argent, livre, équipement de sport, mais aussi vélo ou téléphone).

Figure n°2. Être victime de différents types d'actes, 2015 (source : Bouches-du-Rhône, UPYC)

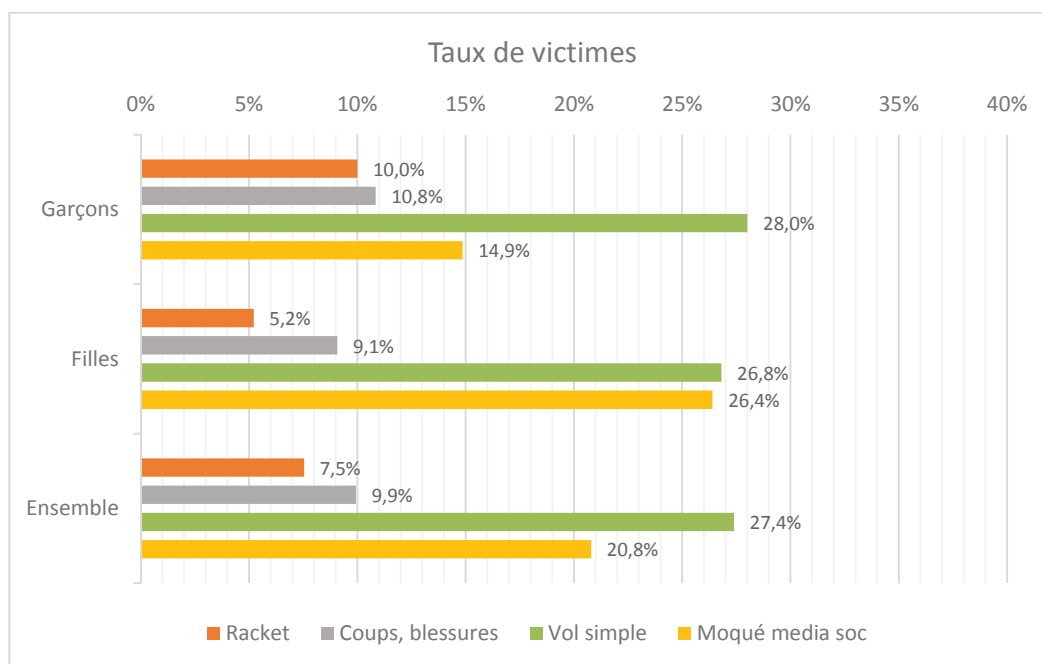
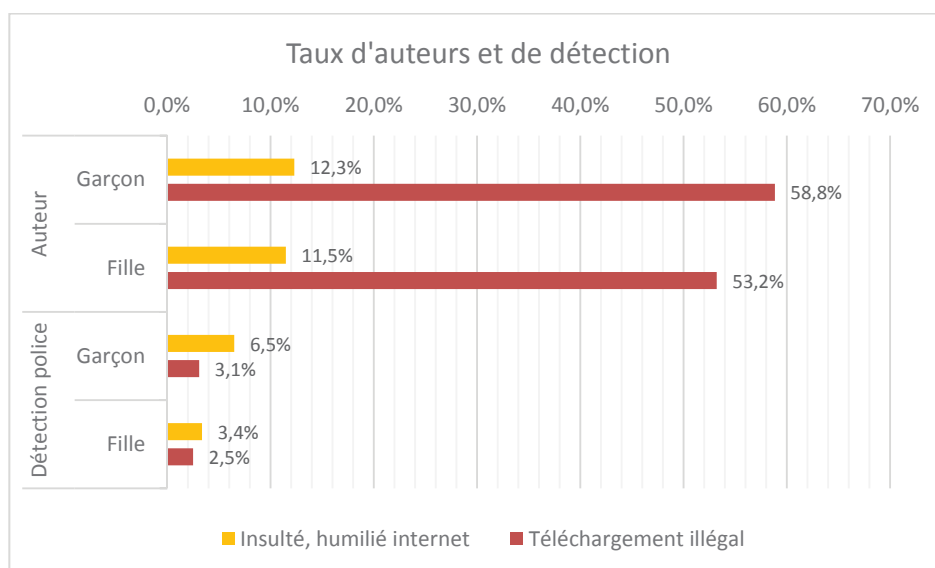


Figure n°3. Être auteur de deux actes sur internet et les médias sociaux : insulter, télécharger illégalement, (source : POLIS, 2012, Lyon et Grenoble)



Si l'on observe le phénomène des actes comme le téléchargement illégal ou les insultes du côté des auteurs à partir de l'enquête POLIS à nouveau, il apparaît que leur fréquence n'est pas du tout négligeable. Le téléchargement illégal est même une pratique majoritaire, aussi bien chez les filles (53,2%) que les garçons (58,8%). Les insultes sont moins pratiquées, bien évidemment, mais concernent 11,5% des filles et 12,3% des garçons. Rapprochées des résultats sur les victimes des insultes (cf. figure n°1), où l'on voyait que les filles sont deux fois plus touchées, l'enquête suggère que les garçons insultent et humilient les filles, alors que la réciproque n'est pas la règle.

Enfin, les taux de détection par la police, le fait que les adolescents savent que la police a été mise au courant qu'il y ait des poursuites ou non, sont comme on s'en doute particulièrement faibles : le téléchargement illégal est connu des autorités pour 2,5 à 3,1% des auteurs (probablement certains des plus actifs), et pour

les humiliations de 3,4 à 6,5% des cas, les filles semblant moins détectées en tant qu'auteur, bénéficiant sans doute du préjugé selon lequel elles seraient moins déviantes. Le préjugé en question n'est pas infondé pour les violences physiques, mais pour les comportements sur internet, ce n'est pas le cas comme nous venons de le voir (cf. **figure n°3, partie haute**).

Interprétation

Les comportements déviants sur internet sont généralisés et rarement connus des autorités. Le fait de télécharger illégalement est la règle plutôt que l'exception (une majorité d'adolescent l'admet), le fait d'insulter ou d'humilier est moins fréquent que le vol, mais plus que la plupart des autres actes que la loi incrimine. Les filles sont plus victimes des humiliations ou des moqueries (parce qu'elles sont la cible de leur propre sexe et de l'opposé à la foi), mais tiennent la dragée haute aux garçons en tant qu'auteurs : leur usage des technologies, sur ce plan, est peu affecté par le genre.

Sources

UPYC a été dirigé par Sebastian Roché et Sandrine Astor (CNRS et Sciences Po Grenoble, Université de Grenoble). Terrain : avril et juin 2015. Périmètre : adolescents scolarisés (de 12 à 16 ans), collèges des Bouches du Rhône. Échantillon représentatif, plus de 9.300 adolescents ont été interrogés dans les classes tirées au sort.

Question victime :

- Est-ce que l'une des choses suivantes t'est déjà arrivée ? : Quelqu'un s'est moqué de toi ou t'a embêté(e) d'une façon blessante par e-mail, sur un « tchat », snapchat, facebook, sur un site internet (par exemple, ask) ou par SMS ?

POLIS-France a été dirigé par Sebastian Roché et Sandrine Astor (CNRS et Sciences Po Grenoble, Université de Grenoble). Terrain : automne 2012, adolescents scolarisés (de 11 à 19 ans), collèges des agglomérations de Grenoble et Lyon. Échantillon représentatif de 14.000 adolescents interrogés dont les classes ont été tirées au sort.

Questions auteurs/ victimes :

- Tu as / quelqu'un m'a insulté ou humilié quelqu'un par des appels / textos / photos / vidéos ou des remarques blessantes sur le portable ou sur Internet (par exemple des posts sur Facebook)

Question auteur uniquement :

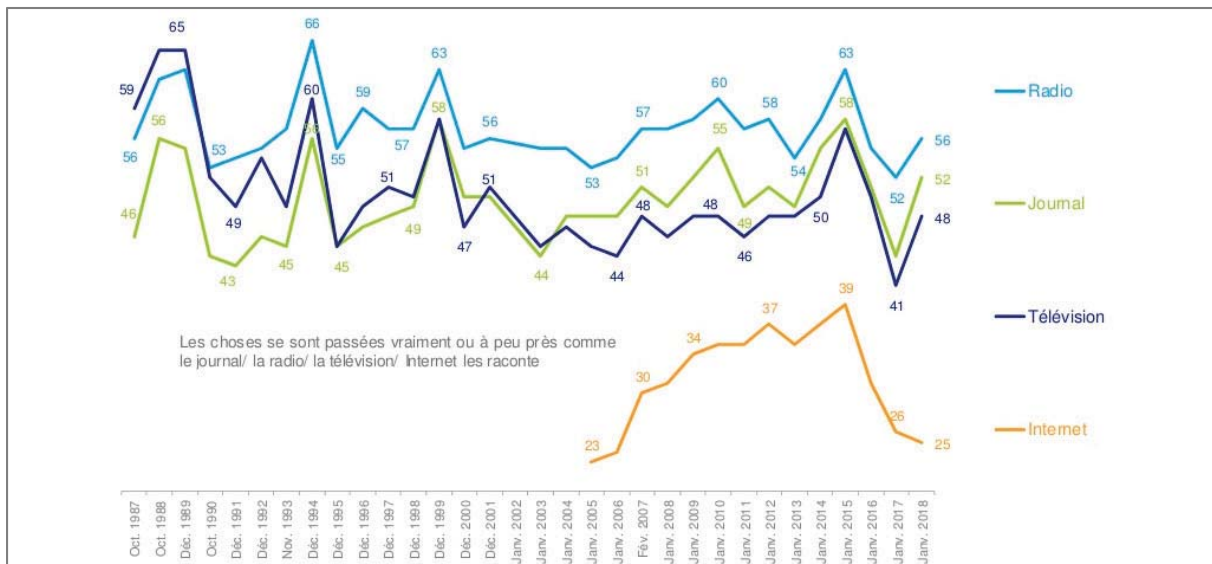
- Tu as téléchargé de façon illégale des musiques ou des films sur internet

FAKE NEWS ET THÉORIE DU COMLOT : UNE DÉFIANCE MARQUÉE VIS-À-VIS DU "SYSTÈME" ET DES MÉDIAS

Les Français se déclarent majoritairement défiants vis-à-vis des médias, qu'ils considèrent comme trop dépendants des pouvoirs politiques et économiques. S'ils sont encore plus méfiants à l'égard des réseaux sociaux et d'Internet, ces supports sont toutefois devenus des sources importantes d'information au cours des dernières années. Un contexte qui a sans doute favorisé la diffusion de fausses nouvelles, puisque 8 Français sur 10 croient à au moins une théorie du complot. Certaines catégories de population sont particulièrement sensibles à ces *fake news*, notamment parmi les personnes sans emplois, les peu diplômés, les sympathisants du Front National ou encore ceux qui s'informent prioritairement à partir des vidéos diffusées sur le Web.

Une défiance marquée des Français vis-à-vis des médias

L'Institut Kantar Sofres réalise chaque année depuis 1987 un baromètre des médias qui permet notamment de mesurer la crédibilité que les Français accordent aux propos rapportés par les différents supports de médias : télévision, journaux, radio et Internet. Cette enquête montre que, de manière générale, les Français sont très sceptiques à l'égard des informations diffusées par les médias : seule environ la moitié d'entre eux pensent que les choses se passent telles que les médias les racontent. Les Français placent aujourd'hui la radio en tête des médias en lesquels ils ont le plus confiance : ils sont ainsi 56% à penser que « *les choses se sont passées vraiment ou à peu près comme ce média les raconte.* » C'est mieux que la presse papier (52% de confiance) et que la télévision (48% de confiance), tandis que seuls 25% des Français croient en la véracité des informations qui sont diffusées par Internet. La confiance dans les médias a connu un effondrement pour toutes les formes de médias depuis 2014-15, mais l'année 2017-18 marque un regain de crédibilité pour les médias traditionnels, tandis que la confiance en Internet continue de reculer. Sur le long terme, à l'exception de la télévision qui marque une perte de confiance assez sensible depuis les années 1990, les médias traditionnels restent à peu près stables.

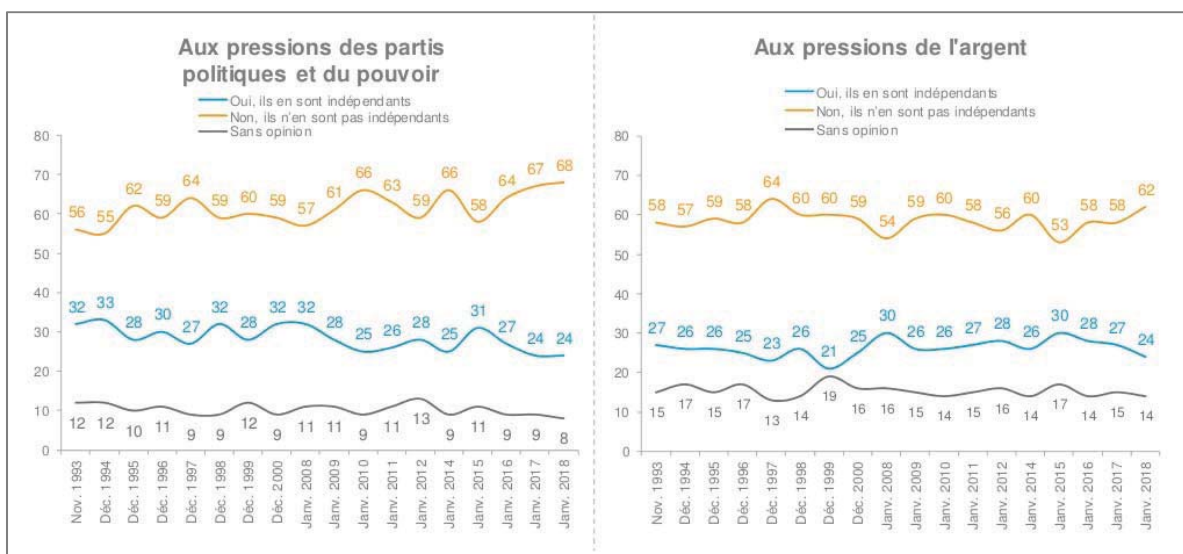


Commentaire : en 2018, 56% des Français sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle « les choses se sont passées vraiment ou à peu près comme la radio les raconte. » Kantar Sofres, 2018

On notera au passage ce paradoxe intéressant : une étude de l'IFOP montre en 2018 que ce sont précisément les médias dans lesquels les Français ont le moins confiance qui sont également les plus utilisés : 44% des Français utilisent majoritairement la télévision pour s'informer sur l'actualité, 29% utilisent majoritairement Internet et seulement 15% la radio et 11% la presse écrite. (IFOP, 2017)

Cette défiance à l'égard des médias, même traditionnels, est sans doute à mettre en lien avec le sentiment très largement partagé par les Français que les journalistes ne sont pas indépendants des pouvoirs politiques et économiques. Cette opinion tend même à s'accroître puisqu'en 2018 68% des Français

estiment que les journalistes ne sont pas indépendants du pouvoir politique, ce qui constitue un record (ils étaient 55% à le penser au début des années 1990). Ils sont également 62% à penser que les journalistes ne résistent pas aux pressions de l'argent.



Commentaire : à la question « Croyez-vous que les journalistes sont indépendants, c'est à dire qu'ils résistent aux pressions des partis politiques et du pouvoir ? », 68% des Français répondent en 2018 « Non, ils n'en sont pas indépendants ». À la question « Croyez-vous que les journalistes sont indépendants, c'est à dire qu'ils résistent aux pressions de l'argent? », 62% des Français répondent en 2018 « Non, ils n'en sont pas indépendants ». Kantar Sofres, 2018

Un contexte qui semble favoriser la croyance en de fausses nouvelles (fake-news)

Les Français sont donc peu confiants à l'égard des journalistes et des médias en général, et moins encore à l'égard d'Internet – ce qui ne les empêche pas d'utiliser de plus en plus ce support pour s'informer. Ce contexte général explique-t-il l'adhésion des Français aux fausses informations ? Une étude de l'IFOP, pour le compte de l'ONG *Conspiracy Watch* et de la Fondation Jean Jaurès, montre que 79% des français croient aujourd'hui à au moins une théorie du complot parmi onze proposées dans le cadre de l'enquête. Deux de ces théories emportent même l'adhésion de la majorité des Français : 55% d'entre eux sont d'accord avec l'idée selon laquelle le ministère de la santé est de mèche avec l'industrie pharmaceutique pour cacher au grand public la réalité sur la nocivité des vaccins ; et 54% sont d'accord avec l'idée que la CIA est impliquée dans l'assassinat du président Kennedy. On notera au passage que même les théories plus improbables obtiennent une adhésion non négligeable : ainsi, 16% des Français pensent que les Américains ne sont jamais allés sur la Lune, et 9% pensent qu'il est possible que la Terre soit plate.

Le contexte de défiance vis-à-vis des médias n'est pas sans effet sur l'adhésion à ces théories : le taux de personnes croyant à au moins une théorie du complot est plus élevé parmi ceux qui croient que les médias sont soumis aux pressions (84%, contre 79% en moyenne nationale) et plus encore parmi ceux qui pensent que les médias relaient une propagande mensongère (87%).

Le moyen d'information privilégié semble également jouer sur l'adhésion aux théories du complot : ainsi, ceux qui privilégient la télévision sont plus nombreux (82%) à croire au moins à une théorie du complot. Ceux qui privilégient Internet ont un taux d'adhésion proche de la moyenne aux théories du complot, mais parmi eux ceux qui s'informent majoritairement sur les portails ou applications d'actualité sont 85% à adhérer à au moins une théorie du complot, et ce taux monte même à 87% chez ceux qui s'informent majoritairement par le biais de vidéos sur Internet (même si l'échantillon en question est faible et donc peu représentatif).

Une perméabilité plus importante aux théories du complot dans certaines catégories de population

Suite aux élections présidentielles américaines, marquées par la propagation de nombreuses fausses rumeurs accusées d'avoir joué un rôle important dans les résultats, un sondage a montré que l'adhésion aux fausses nouvelles était en grande partie liée à l'appartenance politique des individus interrogés : par exemple, près de la moitié des personnes ayant voté pour Donald Trump croient que l'entourage de Hilary Clinton est au cœur d'un réseau pédophile, contre 17% seulement des personnes ayant voté Clinton (rapporté par Vilars, 2016). En France, le sondage IFOP montre que l'appartenance politique joue également un rôle dans la perméabilité aux théories du complot : si les Français sont 79% à croire à au moins une théorie du complot, ce chiffre varie de 68% chez les sympathisants de La République en marche (les moins perméables à ces théories) à 90% chez les sympathisants du FN (les plus perméables).

D'autres facteurs entrent en jeu. Par exemple, les peu diplômés sont plus perméables : 88% des personnes ayant un CAP ou un BEP croient à au moins une théorie du complot, contre seulement 65% des diplômés du second et troisième cycle supérieur. Les habitants des communes rurales sont également plus nombreux en proportion (82%) à croire à au moins une théorie du complot que les habitants de l'agglomération parisienne (71%). Les chômeurs et les employés sont également plus perméables puisque 84% d'entre eux croient à au moins une théorie du complot, contre 66% des cadres et professions intellectuelles supérieures.

L'âge n'est pas un facteur très déterminant, mais on note tout de même que les plus de 65 ans sont les moins aptes à croire les théories du complot (71% croient à au moins une des théories présentées, contre 79% en moyenne), ce qui est d'autant plus surprenant que les 50-64 ans sont au contraire les plus perméables à ces idées (84% des 50-64 ans croient à au moins une théorie du complot) avec les plus jeunes (81% des 18-24 ans croient à au moins une théorie du complot).

Note bibliographique et méthodologique

-IFOP, 2017. Enquête sur le complotisme. IFOP pour la Fondation Jean Jaurès et Conspiracy Watch, décembre 2017 (sondage auprès d'un échantillon de 1252 personnes représentatif de la population française de 18 ans et plus, méthode des quotas basée sur sexe, âge et profession après stratification par région et catégorie d'agglomération. Questionnaire en ligne du 19 au 20 décembre 2017).

URL : http://www.ifop.com/media/poll/3942-1-study_file.pdf

-Kantar Sofres, 2018. La confiance des Français dans les médias. Kantar Public pour La Croix, janvier 2018 (sondage auprès d'un échantillon de 1000 personnes représentatif de la population française de 18 ans et plus, méthode des quotas basée sur sexe, âge et profession après stratification par région et catégorie d'agglomération. Questionnaire en tête à tête mené du 4 au 8 janvier 2018).

URL : <https://fr.kantar.com/m%C3%A9dias/digital/2018/barometre-2018-de-la-confiance-des-francais-dans-les-media/>

-Vilars T., 2016. Un sondage édifiant montre le carton des théories du complot aux Etats-Unis, mis en ligne sur nouvelobs.com, le 29 novembre 2016.

URL : <https://www.nouvelobs.com/monde/l-amerique-selon-trump/20161229.OBS3194/un-sondage-edifiant-montre-le-carton-des-theories-du-complot-aux-etats-unis.html>

L'adhésion à différentes théories complotistes : Indicateur

	Ne croit à aucune théorie (%)	Croit à 1 théorie (%)	Croit à 2 théories (%)	Croit à 3 théories (%)	Croit à 4 théories (%)	Croit à 5 à 6 théories (%)	Croit à 7 théories et plus (%)
ENSEMBLE	21	18	14	13	9	12	13
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)							
Homme	23	18	14	12	8	13	12
Femme	20	17	13	14	10	11	15
AGE DE L'INTERVIEWE(E)							
Moins de 35 ans							
18 à 24 ans	19	13	13	11	8	15	21
25 à 34 ans	21	16	11	12	7	12	21
35 ans et plus							
35 à 49 ans	22	19	14	13	9	12	11
50 à 64 ans	22	17	13	15	8	12	13
65 ans et plus	16	17	17	14	10	13	13
65 ans et plus	29	23	13	11	9	10	5
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)							
ACTIF							
PCS+							
Travailleur indépendant	26	21	8	15	3	14	13
Cadre et prof. int. supérieure	33	17	11	12	7	7	13
Profession intermédiaire							
.....	18	24	9	14	7	15	13
PCS-							
Employé	16	14	16	16	12	12	14
Ouvrier	19	14	20	9	8	14	16
INACTIF							
Retraité	22	18	14	12	9	12	13
Autre inactif	25	20	15	13	9	11	7
Autre inactif	16	13	11	12	9	15	24
STATUT DE L'INTERVIEWE(E)							
Actif en activité							
Dirigeant d'entreprise							
.....	22	18	13	13	9	11	14
Salarité							
Salarité							
.....	30	17	7	18	7	9	12
Salarité							
.....	21	18	14	13	9	11	14
Salarité du secteur privé	19	17	14	12	10	12	16
Salarité du secteur public	24	20	14	15	7	10	10
Chômeur	15	12	17	15	4	22	15
NIVEAU D'EDUCATION							
Sans diplôme / CEP / BEPC							
.....	15	21	15	14	8	13	14
CAP, BEP							
.....	12	13	19	11	11	15	19
Baccalauréat							
.....	20	14	11	17	10	15	13
1er cycle du supérieur							
.....	23	20	12	15	10	10	10
2e et 3e cycle du supérieur							
.....	35	24	10	10	6	7	8
En cours d'études							
.....	19	14	17	6	6	17	21
REGION							
Région parisienne							
.....	29	18	12	10	8	12	11
Province							
.....	20	17	14	13	9	13	14
Nord est	19	15	11	14	9	17	15
Nord ouest	22	19	17	10	9	9	14
Sud ouest	14	16	15	17	7	16	15
Sud est	22	19	13	15	9	10	12
TAILLE D'UNITE URBAINE							
Communes rurales							
.....	18	17	16	11	7	16	15
Communes urbaines de province							
.....	21	18	13	14	9	11	14
Agglomération parisienne							
.....	29	18	12	10	8	12	11
PROXIMITE POLITIQUE							
Gauche							
La France insoumise							
.....	21	15	12	14	8	15	15
Parti Socialiste							
.....	20	11	10	14	10	21	14
Europe Ecologie / Les Verts							
.....	23	21	14	11	8	7	16
La République en marche !							
.....	24	14	12	12	8	23	7
Modem (*)							
.....	32	29	10	14	7	4	4
Droite							
UDI (*)							
.....	30	11	16	10	9	15	9
Les Républicains							
.....	23	22	13	12	9	11	10
Debout la France (*)							
.....	21	28	24	13	-	9	5
Front National							
.....	27	22	11	9	10	11	10
Sans sympathie partisane							
.....	11	20	17	14	14	13	11
.....	10	12	16	14	10	15	23
.....	19	14	17	12	10	12	16

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

Commentaire : 21% des Français ne croient à aucune des 11 théories du complot présentées dans l'enquête, ce qui signifie en miroir que 79% des Français croient à au moins une théorie du complot. IFOP, 2017.

Question : Et pour chacune des opinions suivantes, êtes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout ?

	TOTAL D'accord (%)	Tout à fait d'accord (%)	Plutôt d'accord (%)	TOTAL Pas d'accord (%)	Plutôt pas d'accord (%)	Pas d'accord du tout (%)	TOTAL (%)
• Le ministère de la santé est de mèche avec l'industrie pharmaceutique pour cacher au grand public la réalité sur la nocivité des vaccins	55	17	38	45	26	19	100
• La CIA est impliquée dans l'assassinat du président John F Kennedy à Dallas	54	11	43	46	34	12	100
• Le virus du sida a été créé en laboratoire et testé sur la population africaine avant de se répandre à travers le monde	32	10	22	68	33	35	100
• Les groupes terroristes djihadistes comme Al-Qaïda ou Daech sont en réalité manipulés par les services secrets occidentaux	31	7	24	69	35	34	100
• La révolution française de 1789 et la révolution russe de 1917 n'auraient jamais eu lieu sans l'action décisive de sociétés secrètes tirant les ficelles dans l'ombre	28	4	24	72	39	33	100
• Il existe un projet secret appelé le « Nouvel Ordre Mondial » et consistant à mettre en place une dictature oligarchique planétaire	24	6	18	76	36	40	100
• Certaines traînées blanches créées par le passage des avions dans le ciel sont composées de produits chimiques délibérément répandus pour des raisons tenues secrètes	20	5	15	80	33	47	100
• Dieu a créé l'homme et la Terre il y a moins de 10 000 ans	18	5	13	82	22	60	100
• Les Etats-Unis ont développé une puissante arme secrète capable de provoquer des tempêtes, des cyclones, des séismes et des tsunamis en n'importe quel endroit du monde	17	4	13	83	34	49	100
• Les Américains ne sont jamais allés sur la lune et la NASA a fabriqué des fausses preuves et de fausses images de l'atterrissage de la mission Apollo sur la lune	16	4	12	84	30	54	100
• Il est possible que la Terre soit plate et non pas ronde comme on nous le dit depuis l'école	9	2	7	91	18	73	100

IFOP, 2017.

WWW.

RETROUVEZ
TOUTES LES ÉTUDES SUR

MILLENAIRE3.

COM

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