

« Quelles solutions climat afin de Mieux sensibiliser pour mieux impliquer »

Contexte

La France a été choisie pour organiser la COP21, la 21ème Conférence des Nations Unies sur le changement climatique, qui se tient à Paris en décembre 2015. Elle accueille près de 50 000 acteurs et délégués internationaux.

Au-delà de l'importance des enjeux liés à la réussite des négociations entre les 196 pays qui y prendront part, ce grand rendez-vous Paris Climat 2015 est une opportunité exceptionnelle de valoriser toutes les solutions et initiatives mises en œuvre sur l'énergie, la mobilité, le bâtiment et bien d'autres secteurs, en France et ailleurs, par les entreprises, les institutions, les collectivités territoriales, les divers organismes et centres de recherche et d'innovation.

Dossier thématique réalisé dans le cadre du groupe thématique « Mieux sensibiliser pour mieux s'impliquer » de Solutions COP21 :

Afin de contribuer au contenu et de donner collégialement du sens à leurs actions, les partenaires fondateurs de Solutions COP21 ont souhaité dès octobre 2014 créer des dossiers sur des thématiques transversales qu'ils ont définies : « Mieux se nourrir » ; « Mieux consommer, moins gaspiller » ; « Mieux se loger » ; « Mieux (se) transporter » ; « Mieux financer et assurer » ; « Mieux sensibiliser pour mieux s'impliquer ».

Très mobilisés, les partenaires ont organisé plusieurs réunions en 2014 et 2015 afin de présenter les enjeux de ces thématiques et faire connaître les solutions existantes ou en projet pour le climat. Ils ont à travers ces dossiers mis en lien et en perspective les Solutions déjà en ligne sur le [Hub des Solutions climat](#).

Le présent dossier a été réalisé dans le cadre des travaux du Groupe « Mieux sensibiliser pour mieux s'impliquer » de Solutions COP21.

Son élaboration a été copilotée par l'Inpi avec l'Ademe et Climate Kic, Generali, l'ORSE La Poste, Schneider Electric, Veolia, partenaires fondateurs de Solutions COP21, avec le soutien des équipes de Solutions COP21.

Réunions du Groupe « Mieux s'informer, s'impliquer » :

- 17 février 2015
- 11 mars 2015
- 8 avril 2015
- 2 octobre 2015

NOTA : Le présent dossier a été réalisé dans le cadre des travaux du Groupe « Mieux sensibiliser pour mieux s'impliquer » de Solutions COP21. Il a été rédigé de façon collégiale. Il n'engage pas l'opinion des organisateurs et des autres partenaires de Solutions COP21.

STRUCTURE DU DOSSIER

Après un état des lieux sur la sensibilisation et l'implication des français sur le climat, ce dossier présente « La journée de Lucas » qui découvre des solutions de sensibilisation tout au long de sa journée pour mieux s'impliquer pour le climat dans la vie quotidienne des citoyens.

I ETAT DES LIEUX sur la sensibilisation et l'implication des français sur le climat¹

- **Des Français préoccupés mais mal informés**

Malgré une baisse liée à la crise et à des préoccupations plus prégnantes d'ordre économique ou concernant leur santé et celles de leurs proches, les deux-tiers des Français se déclarent préoccupés par l'environnement. Changement climatique et qualité de l'air sont les sujets auxquels ils s'intéressent le plus. Au fil des années, la compréhension générale de ces thématiques (notamment le concept de développement durable) a progressé. Mais une certaine confusion demeure concernant le changement climatique, ses causes et ses conséquences, ses mécanismes, les mesures d'atténuation et d'adaptation... Ainsi, un cinquième de la population confond effet de serre et couche d'ozone.

On observe une meilleure acceptation du phénomène et de ses causes anthropiques parmi les habitants de zones où les effets du changement climatique - tels que la multiplication des tempêtes ou des inondations - sont déjà visibles, ainsi qu'aux moments des pics de pollution. Les plus jeunes et les plus diplômés sont également les plus convaincus de la réalité du changement.

Les Français sont conscients qu'ils vont devoir modifier leurs modes de vie pour s'adapter au changement climatique.

- **Un passage à l'acte difficile**

Si une majorité des Français reconnaissent qu'une modification des modes de vie serait pertinente pour mieux protéger l'environnement, ils sont de moins en moins nombreux à penser que c'est d'abord aux ménages d'agir. En cause : des freins financiers, l'absence d'offre alternative, mais aussi un certain fatalisme face à la hausse des gaz à effet de serre et l'impression que les gestes individuels ne suffiront pas à changer la donne.

Les motivations économiques sont aujourd'hui les plus puissantes chez les Français. Elles favorisent les gestes permettant de réduire leur consommation et d'éviter le gaspillage, mais freinent les investissements nécessitant d'emprunter et présentant des temps de retour sur investissement incertains ou trop lointains qu'implique le plus souvent la rénovation thermique.

Les Français se concentrent en priorité sur les équipements les plus énergivores de leur logement, au détriment d'autres pratiques sobres à l'impact plus difficile à quantifier. En matière d'énergie, ils sont nombreux à se montrer favorables aux compteurs électriques intelligents et plus largement à tout ce qui peut les aider à piloter leur consommation, et affichent de fortes attentes en matière d'accompagnement. En revanche, la proportion de ceux qui se disent prêts à réaliser des travaux de rénovation énergétique est en légère baisse même si le taux de réalisation lui-même se stabilise.

Côté approvisionnement énergétique, une majorité de Français se dit prête à payer plus cher une énergie plus propre et à soutenir financièrement les énergies renouvelables en y plaçant une partie de leur épargne. Mais ils connaissent rarement les dispositifs existants d'aide dans leur région.

Enfin, c'est dans les transports quotidiens que les changements d'habitude semblent les plus difficiles à envisager, en grande partie par manque d'alternatives à la voiture individuelle.

¹ Dossier réalisé à partir des études suivantes : Opinions et pratiques environnementales des Français en 2014 (Etude du Commissariat général au développement durable) ; Etude Ademe : Les Français et l'environnement Ademe & vous, Stratégie et études, N° 41 – 22 janvier 2015 ; Etude Ifop pour Solutions COP21 - Les français et leur implication en faveur du climat – Septembre 2015. Voir référence en annexe de ce dossier.

- **Les vertus de la pédagogie**

Ces observations prouvent la nécessité de la pédagogie dans la compréhension du changement climatique mais aussi pour donner l'envie d'agir pour le limiter autant que possible. Cette pédagogie doit s'envisager à tous les âges, auprès des élèves, des étudiants, des créateurs d'entreprises, des salariés, et dans différentes situations de la vie quotidienne : dans l'entreprise, en voyage, dans les activités de loisirs, etc.

Cet effort pédagogique doit notamment mettre en évidence, de façon concrète et illustrée par l'exemple, les causes et conséquences du réchauffement, les coûts engendrés par l'inaction et les co-bénéfices qui découlent de l'action climatique en termes de santé publique, de qualité de vie, d'emplois et de création de richesse...

- **Des entreprises et des territoires en pointe**

Les Français sont de plus en plus nombreux à estimer que les entreprises ont une responsabilité et un rôle essentiel à jouer dans le changement climatique. De leur côté, les entreprises s'engagent et développent des solutions destinées aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises.

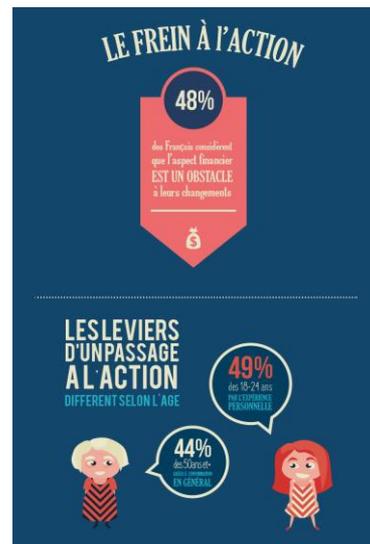
En amont de la COP21, les engagements de groupes internationaux se multiplient, notamment en faveur d'une alimentation énergétique à 100% d'origine renouvelable. La présidence française de la COP21 a souhaité faire la part belle aux solutions proposées par la société civile (entreprises, collectivités, associations, ONG rassemblées au sein de l'Agenda des solutions.

Les français et le climat : un besoin de solutions concrètes

Les études réalisées par l'Ifop pour Solutions COP21 en septembre et octobre 2015 marquent un tournant dans la perception des Français : les Français sont conscients qu'ils vont devoir modifier leurs modes de vie pour s'adapter au changement climatique et pour eux, ils ont un rôle moteur à jouer.

Selon eux les meilleures solutions pour limiter les émissions de gaz à effet de serre sont d'abord la modification de nos habitudes de consommation (19%), ce chiffre montant à 30% pour les 18-24 ans, devant un plus grand recours aux énergies renouvelables (16%) et une meilleure entente des pays du monde (16%),

Ainsi, ils n'esquivent pas leur propre responsabilité et à titre individuel attendent à l'occasion de cette conférence plus d'informations sur les solutions concrètes qu'ils pourront mettre en œuvre en tant qu'individu (40%), plutôt qu'une meilleure information pour mieux comprendre la problématique liée au climat (20%) ou un déclin individuel (9%).



Source : Études on line réalisée semaine 37 et 42 par l'IFOP sur un échantillon de 1000 personnes représentatif de la population française

II « LA JOURNÉE DE LUCAS : Des solutions à chaque instant pour être sensibilisé agir sur les enjeux climat »

Ce matin, Lucas traverse à pied la zone pavillonnaire où il réside pour aller à l'école, en compagnie de plusieurs élèves de tous âges. Ils sont accompagnés par un parent du voisinage. Ce système a été mis en place dans le cadre d'un [plan de déplacement d'établissement scolaire](#) (PDES). En classe, le maître propose ce jour-là une [séance consacrée au développement durable](#), portant plus précisément sur le changement climatique. En fin de journée, l'instituteur suggère aux enfants de « mener l'enquête » dans leur entourage, en se renseignant sur le niveau de connaissance et d'action des uns et des autres.

En sortant de l'école, Lucas questionne d'abord sa baby-sitter Julie, qui le ramène chez lui. Elle lui explique qu'elle a postulé pour participer à un programme de bénévolat pour le développement de l'accès à une énergie propre et abordable dans les pays en développement l'été prochain. Elle espère travailler ensuite dans une entreprise responsable qui aura développé un programme de formation aux métiers de l'énergie, pour permettre aux populations locales de découvrir de nouveaux métiers, de maintenir et développer leurs infrastructures et solutions d'énergie et de développer leur tissu économique. À moins qu'elle ne décide de créer sa propre start-up. Si elle apporte une solution innovante à l'une des causes du changement climatique, elle pourra bénéficier d'un accompagnement spécifique.

En arrivant chez lui, Lucas va trouver son grand frère Arthur, scolarisé en terminale. Arthur est justement en train de consulter un site afin de s'informer sur les différents [métiers de l'environnement et les formations](#) qu'il pourrait suivre après le Bac pour s'y préparer. Il a hâte de tester un « [serious game](#) » axé sur le changement climatique qu'il vient de découvrir.

Plus tard, sa mère rentre. Elle lui explique que son entreprise vient de mettre en place un [plan de déplacement d'entreprise \(PDE\)](#). Dans ce cadre, elle effectue désormais les trajets domicile/travail avec une collègue qui habite dans le même quartier. Il est temps de prendre un goûter. Un fruit fera l'affaire, d'autant que la barquette d'emballage donne désormais des informations sur [l'affichage environnemental](#) du produit.

Le lendemain, c'est mercredi, la grand-mère de Lucas, qui rentre de voyage, vient passer la journée avec lui. Lucas lui raconte son « enquête » sur ce que savent et ce que font les membres de son entourage concernant les enjeux climatiques. Elle lui parle de la [compensation carbone](#), que lui a proposée la compagnie aérienne qu'elle a empruntée et lui propose de lui montrer sur un ordinateur comment cela est calculé et à quoi va servir ce qu'elle a payé.

À son tour, Lucas lui montre un [site ludique d'informations](#) dont leur a parlé son instituteur. La prochaine fois, ils [joueront aux cartes](#) tous les deux, tout en apprenant des tas de choses sur la préservation des ressources naturelles.

Dans la matinée, le facteur sonne pour délivrer un colis. Lucas l'interpelle. « Vous savez que les voitures sont responsables d'une part importante des émissions de CO2 et donc du changement climatique ? Elle pollue beaucoup, la vôtre ? »

Le [facteur](#) explique que son véhicule est électrique et que La Poste donne des [cours d'éco-conduite](#) à tous ses facteurs, et même aux salariés d'autres entreprises. Il en profite à son tour pour informer Lucas que ses parents pourraient bénéficier [d'aides spécifiques](#) s'ils décidaient d'engager des travaux de [rénovation thermique](#). Ils pourront par exemple aller se renseigner auprès d'un Espace info Energie.

Entendant cela, le frère de Lucas regarde sur un [logiciel spécialisé](#) quelle a été la consommation de la famille au cours des derniers jours. Il se dit qu'ils devraient peut-être envisager [de changer de chaudière](#), et que ce serait pas mal de bénéficier de [conseils](#) sur la meilleure façon d'économiser l'énergie...il faudra qu'il en dise un mot à ses parents.

POUR EN SAVOIR PLUS :

Les Solutions du Hub :

Les nouveaux outils et usages des technologies de l'information et de la communication (NTIC) bouleversent et transforment les modes et écosystèmes d'apprentissage. La connaissance et la formation tout au long de la vie aux enjeux climatiques, aux comportements, méthodes, outils, process permettant d'agir en faveur du Climat sont par conséquent facilitées. Retrouver les solutions et initiatives déjà en marche sur le hub des solutions climat : <http://www.plateformesolutionsclimat.org>

Etudes et opinion :

Opinions et pratiques environnementales des Français en 2014

Etude du Commissariat général au développement durable

Chiffres et statistiques - Numéro 624 - Avril 2015

<http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/CS624.pdf>

Etude Ademe : Les Français et l'environnement

Ademe & vous, Stratégie et études, N° 41 – 22 janvier 2015

[http://www.ademe.fr/mediatheque/recherche?f\[0\]=field_resource_document_type%3A8056&query=ADEME%20%26%20Vous%20magazine&items_per_page=All&sort_by=changed&sort_order=DESC](http://www.ademe.fr/mediatheque/recherche?f[0]=field_resource_document_type%3A8056&query=ADEME%20%26%20Vous%20magazine&items_per_page=All&sort_by=changed&sort_order=DESC)

Etude Ifop pour Solutions COP21

Les français et leur implication en faveur du climat – Septembre 2015

<http://www.solutionscop21.org/fr/les-francais-et-leur-implication-en-faveur-du-climat/>

A propos de Solutions COP21



Lancé en juillet 2014 en vue de la COP21, Solutions COP21 est un dispositif de **valorisation des solutions concrètes pour le climat**, porté par le [Comité 21](#) avec le [Club France Développement durable](#) (rassemblant plus de 100 réseaux publics et privés) et réalisé avec [Hopscotch Groupe](#) et le [cabinet Alliantis](#).

L'objectif : montrer à un large public les multiples produits, services, process et innovations existants et en projet à travers le monde pour lutter contre le dérèglement climatique et ses impacts.

Solutions COP21 a lancé dès janvier 2015 un [Hub des Solutions climat](#), 1^{re} plateforme contributive multi-acteurs dédiée aux solutions climat et organise une Exposition à Paris au **Grand Palais du 4 au 10 décembre 2015 ouverte gratuitement à tous les publics**.

Contact presse – Hopscotch - Lauriane Chalard / 01 58 65 01 24 / lchalard@hopscotch.fr

www.solutionscop21.org

Twitter, Facebook et Instagram [@solutionscop21](#)

Appli disponible sur Apple Store et Android