

**SONDAGE EXCLUSIF Havas Paris-Ipsos**
**COP21 : LES FRANÇAIS FACE AU CHANGEMENT CLIMATIQUE  
 77% des Français ont le sentiment que les grandes entreprises peuvent agir de  
 façon efficace mais 65% pensent qu'elles ne sont pas assez mobilisées**
**HAVAS PARIS LANCE L'OFFRE *CLIMATE*  
 pour accompagner les entreprises jusqu'à la COP21**

A moins de 10 mois des négociations internationales qui se dérouleront à Paris dans le cadre de la COP21 du 30 novembre au 11 décembre prochain, l'agence Havas Paris publie une enquête inédite sur les Français face au changement climatique et lance l'offre *Climate*. Pour accompagner les entreprises jusqu'à ce grand rendez-vous et plus largement sur les questions de réputation posées par leur engagement sur le changement climatique, Havas Paris renforce ainsi son expertise. Déjà fortement active sur ces problématiques pour le compte d'institutions et d'entreprises (la Fondation des Nations Unies, AXA, CDC Climat, la Fondation Nicolas Hulot, ADEME, Vinci et La Fabrique de la cité, Schneider Electric, etc.), l'agence s'appuie sur un réseau international d'experts – le Havas Worldwide Climate Practice – basés à Londres, New York et Sydney, ainsi qu'à Paris sous la responsabilité de Coralie France-Savin.

- **Le sondage Havas Paris-Ipsos montre que les Français sont inquiets des effets du changement climatique tout en étant pleinement conscients qu'ils ont pour cause l'activité humaine. Les Français demeurent volontaristes. Loin d'être résignés, ils sont convaincus qu'il existe des solutions collectives mais aussi individuelles et personnelles et qu'ils peuvent encore agir pour lutter contre le changement climatique.**
- **Les entreprises, au même titre que les pouvoirs publics, sont identifiées comme les premiers pouvoirs agissants. Paradoxalement et malgré le grand nombre d'initiatives engagées par elles, les Français considèrent que le secteur privé n'est pas assez mobilisé. Un moindre gaspillage et une réduction de la consommation d'énergie constituent selon eux les premières actions envisageables. Les Français considèrent que la réglementation et la pression des consommateurs constituent les arguments les plus efficaces vis-à-vis des entreprises, suivies par les perspectives de croissance.**
- **Les entreprises identifiées comme luttant contre le changement climatique sont prioritairement perçues comme étant en phase avec la société, à même de fidéliser les clients plus longtemps tout en donnant envie d'y travailler.**

**CONTACT PRESSE :**

Yaël DORFNER  
 Tél : 01 58 47 95 26 – 06 16 94 16 81  
[yael.dorfner@havasww.com](mailto:yael.dorfner@havasww.com)

**SUIVEZ-NOUS SUR :**

[havasparis.paris](http://havasparis.paris)  
[facebook.com/havaswwparis](https://facebook.com/havaswwparis)  
[twitter.com/havaswwparis](https://twitter.com/havaswwparis)  
[youtube.com/havasworldwideparis](https://youtube.com/havasworldwideparis)  
[linkedin/company/havasworldwideparis](https://linkedin/company/havasworldwideparis)

« 2015 est une année décisive pour le climat et l'humanité toute entière. En décembre 2015 à Paris, 195 pays devront parvenir à un accord si nous voulons éviter des changements climatiques irréversibles et leurs conséquences pour des millions d'habitants. Aujourd'hui nous le savons : les solutions existent, elles naissent partout dans la société civile. Des associations, des entreprises, des collectivités inventent, créent, lancent des initiatives pertinentes et efficaces. Faisons que les bonnes idées isolées deviennent les standards de demain. » explique Nicolas Hulot, envoyé spécial du Président de la République pour la protection de la planète et Président fondateur de la Fondation Nicolas Hulot, dans le cadre du petit-déjeuner débat sur le climat organisé par Havas Paris pour la présentation des résultats de ce sondage.

« La lutte contre le changement climatique est devenue une urgence pour l'opinion et la COP21 suscite beaucoup d'espairs. Les entreprises ont mis la COP21 à leur agenda, mais elles vont devoir répondre aux attentes des institutionnels, des investisseurs, des consommateurs et plus largement de l'opinion, qui les considèrent à la fois comme causes et solutions au problème climatique. Et si paradoxalement ce sont les entreprises qui en ont fait le plus pour réduire ces vingt dernières années leurs émissions de gaz à effet de serre, elles sont toujours perçues comme les mauvais élèves. Au delà des innovations et des actions à mener, elles devront montrer leur détermination et mieux faire connaître leurs solutions pour ouvrir la voie et embarquer avec elle les consommateurs. » explique Coralie France-Savin, Partner en charge de l'expertise climat d'Havas Paris.

Méthodologie : Sondage réalisé par Ipsos du 19 au 26 janvier 2015 auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 995 personnes de 15 ans et plus et interrogé on line.

**1/ Le changement climatique est une préoccupation majeure des Français qui se déclarent inquiets de ses conséquences. Mais loin d'être résignés, ils sont convaincus qu'il est possible d'agir tant au niveau collectif qu'individuel.**

- 77% des Français se déclarent personnellement inquiets du changement climatique.
- 89% des Français ont l'impression que le climat a déjà changé. Cette impression se matérialise en priorité à travers les inondations pour 75% des Français et des tempêtes pour 70% d'entre eux.
- 80% pensent que le changement climatique est dû en grande partie à l'activité humaine.
- Si le changement climatique se confirme, les conséquences en France seront importantes sur les dépenses publiques pour 84% des Français et sur leur santé pour 80% des Français, dont 34% déclarent redouter des conséquences très importantes sur la santé.

#### CONTACT PRESSE :

Yaël DORFNER  
 Tél : 01 58 47 95 26 – 06 16 94 16 81  
 Yael.dorfner@havasww.com

#### SUIVEZ-NOUS SUR :

havasparis.paris  
 espacepresse.havasworldwideparis.fr  
 facebook.com/havaswwparis  
 twitter.com/havaswwparis  
 youtube.com/havasworldwideparis  
 linkedin/company/havasworldwideparis

- Face à ces inquiétudes, les Français nourrissent un sentiment d'urgence (52%) et ressentent le besoin d'une mobilisation (30%). Convaincus qu'il existe un pouvoir d'action, 88% pensent que des solutions novatrices existent pour réduire l'impact du changement climatique au niveau collectif et 71% qu'ils peuvent agir personnellement, pour contribuer à la réduction de l'impact du changement climatique.
- Si 57% des Français ont entendu parler de la COP21 et 22% disent savoir précisément ce dont il s'agit, ils sont 65% à penser que les précédentes conférences climat n'ont pas été utiles. En revanche, 91% des personnes interrogées ont le sentiment que la prochaine COP21 en France est une vraie chance pour arriver à la signature d'un accord, qu'elle est bénéfique au rayonnement de la France (90%) et de ses entreprises (91%) mais aussi qu'elle permettra de sensibiliser les Français à la lutte contre le changement climatique (93%).

## **2/ Les Français considèrent que le rôle des entreprises est crucial mais qu'elles ne sont pas assez mobilisées**

- 65% des Français considèrent que les entreprises ne sont pas assez mobilisées dans la lutte contre le changement climatique.
- 77% des Français ont pourtant le sentiment que les grandes entreprises peuvent agir de façon efficace.
- 69% des Français pensent que les entreprises peuvent agir aussi efficacement que les pouvoirs publics dans la lutte contre le changement climatique voire même plus efficacement encore pour 14% d'entre eux.
- Ils attendent que les entreprises ouvrent la voie et qu'elles réduisent leur propre empreinte environnementale. Selon eux, elles doivent agir elles-mêmes avant d'inciter les autres à agir, soit en réduisant l'impact de leur activité (68%) soit en innovant pour permettre à leurs clients-consommateurs de s'adapter (32%). Concrètement, elles doivent commencer par faire moins de gaspillage de leurs matières premières (63%), réduire leur consommation d'énergie ou d'eau (44%).
- Parmi les incitations les plus efficaces à l'endroit des entreprises, les Français placent d'abord la réglementation édictée par les pouvoirs publics - pour 40% des Français - suivie par la pression des clients-consommateurs pour 32% d'entre eux. Les perspectives de croissance (vendre de nouveaux produits ou pénétrer de nouveaux marchés) constituent également un levier de conviction important pour 31% des Français.
- Les entreprises identifiées comme luttant contre le changement climatique sont prioritairement perçues comme étant innovantes (92%), en phase avec la société (91%), à même de rendre les clients plus fidèles (81%) tout en donnant envie d'y travailler (77%).

### **CONTACT PRESSE :**

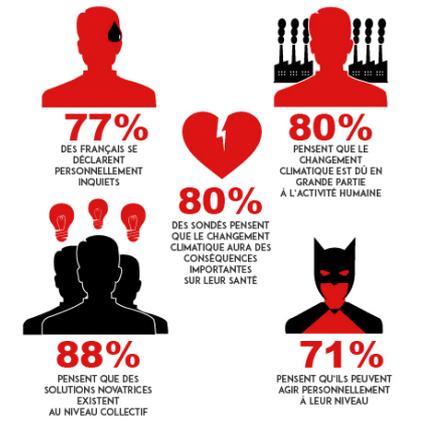
Yaël DORFNER  
 Tél : 01 58 47 95 26 – 06 16 94 16 81  
 Yael.dorfner@havasww.com

### **SUIVEZ-NOUS SUR :**

havasparis.paris  
 espacepresse.havasworldwideparis.fr  
 facebook.com/havaswwparis  
 twitter.com/havaswwparis  
 youtube.com/havasworldwideparis  
 linkedin/company/havasworldwideparis

**COP21 : LES FRANÇAIS FACE AU CHANGEMENT CLIMATIQUE**

Fortement mobilisée sur les enjeux climatiques et de RSE, l'agence Havas Paris livre la 1ère étude sur les Français face au changement climatique et leurs attentes dans la perspective de la COP21.

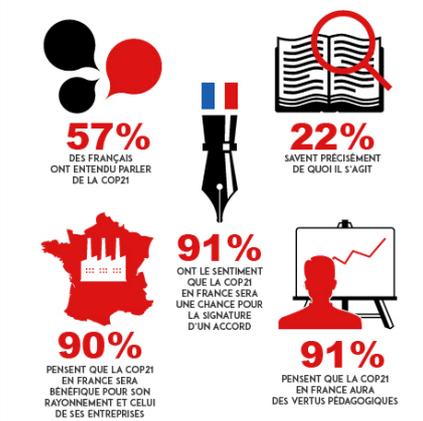
**LES FRANÇAIS INQUIETS MAIS PAS RÉSIGNÉS**  
 SONDAGE HAVAS PARIS-IPSONS


**HAVAS**  
 WORLDWIDE  
 PARIS

Sondage quantitatif réalisé par Ipsos pour Havas Paris entre le 19 et 26 janvier 2015, sur un échantillon de 900 personnes de 15 ans et plus représentatives de la population française. Interrogées en ligne.

**COP21 : LES FRANÇAIS FACE AU CHANGEMENT CLIMATIQUE**

Fortement mobilisée sur les enjeux climatiques et de RSE, l'agence Havas Paris livre la 1ère étude sur les Français face au changement climatique et leurs attentes dans la perspective de la COP21.

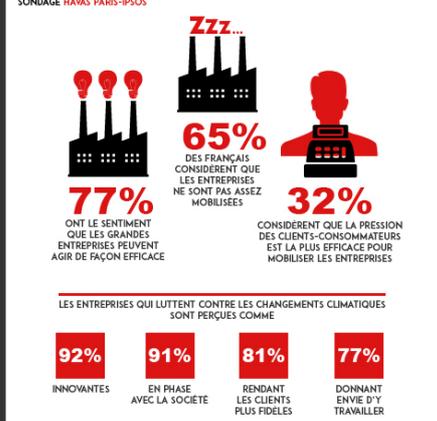
**LES FRANÇAIS ET LA COP21**  
 SONDAGE HAVAS PARIS-IPSONS


**HAVAS**  
 WORLDWIDE  
 PARIS

Sondage quantitatif réalisé par Ipsos pour Havas Paris entre le 19 et 26 janvier 2015, sur un échantillon de 900 personnes de 15 ans et plus représentatives de la population française. Interrogées en ligne.

**COP21 : LES FRANÇAIS FACE AU CHANGEMENT CLIMATIQUE**

Fortement mobilisée sur les enjeux climatiques et de RSE, l'agence Havas Paris livre la 1ère étude sur les Français face au changement climatique et leurs attentes dans la perspective de la COP21.

**COP21 : LES ATTENTES DES FRANÇAIS VIS-A-VIS DES ENTREPRISES**  
 SONDAGE HAVAS PARIS-IPSONS


**HAVAS**  
 WORLDWIDE  
 PARIS

Sondage quantitatif réalisé par Ipsos pour Havas Paris entre le 19 et 26 janvier 2015, sur un échantillon de 900 personnes de 15 ans et plus représentatives de la population française. Interrogées en ligne.

## A propos de Havas Paris

Havas Paris (réseau Havas Worldwide) est une agence de communication parmi les leaders en France. Emmenée par Agathe Bousquet, Présidente-Directrice Générale et Christophe Coffre, Président en charge de la création, l'agence mène des missions globales, créatives, digitales et internationales au service de toutes les dimensions de la marque et de ses publics. Dotée d'une intelligence historique des enjeux d'opinion, d'influence et de réputation, l'agence intègre une communauté de savoir-faire et de talents autour du conseil, de la création et des contenus.

### CONTACT PRESSE :

Yaël DORFNER  
 Tél : 01 58 47 95 26 – 06 16 94 16 81  
 Yael.dorfner@havasww.com

### SUIVEZ-NOUS SUR :

havasparis.paris  
 espacepresse.havasworldwideparis.fr  
 facebook.com/havaswwparis  
 twitter.com/havaswwparis  
 youtube.com/havasworldwideparis  
 linkedin/company/havasworldwideparis