COMMUNIQUE DE PRESSE

Les allemands sont les plus nombreux à se considérer « écologiques » et à considérer que leurs employeurs le sont aussi. Le Royaume-Uni et les Etats-Unis sont largement devancés par les pays d'Europe centrale sur cette question.

Les entreprises et les gouvernements doivent-ils s'impliquer davantage ?

LONDON, PARIS, HAMBURG – 10 Mars 2008- *Pour diffusion immédiate***-** Des fluctuations économiques jusqu'au commerce équitable, les défis que doivent relever les entreprises sont aujourd'hui nombreux. Et la nécessité de se montrer responsable vis-à-vis de l'environnement n'est pas exempte de la liste. En ce qui concerne la communication des labels écologiques, les entreprises allemandes semblent occuper la première place avec 43% des salariés allemands qui considèrent que leur employeur est "écologique" comparé à 30% en Italie, 28% en Espagne, 21% au Royaume-Uni et aux Etats-Unis et à peine 19% en France.

Les allemands sont également plus nombreux à être conscients que leur employeur adopte une politique « citoyenne » respectueuse de l'environnement, avec 41% des salariés allemands déclarant en être informés contre 32% des salariés au Royaume-Uni et 30% en France, en Italie et en Espagne.

Une leçon de prudence

Cette enquête révèle également que les entreprises qui mettent en avant leurs labels écologiques doivent rester prudentes car presque la moitié (49%) des personnes interrogées au Royaume-Uni et un tiers des participants des autres pays sondés exprime un certain scepticisme à l'égard de la sincérité de la démarche de ces entreprises (37% des personnes interrogées en Allemagne, 36% en France, 33% en Espagne, 30% en Italie, 30% aux Etats-Unis). Il faut cependant noter que les entreprises qui parviennent avec succès à promouvoir leurs labels écologiques pourraient bénéficier d'un avantage commercial car ce sondage dévoile également une volonté des consommateurs de dépenser plus pour des produits et des services plus écologiques. En Italie, 57% des personnes interrogées sont prêtes à dépenser un peu plus, la France se place en deuxième position avec un peu moins de la moitié (46%), suivie du reste des pays sondés qui enregistrent des pourcentages similaires (43% aux Etats-Unis, 42% en Allemagne, 41% en Espagne, 37% au Royaume-Uni).

Le changement climatique

Le niveau de préoccupation le plus élevé face au changement climatique est constaté en France où 90% des participants expriment leur inquiétude ; viennent ensuite l'Espagne (88%) et l'Italie (81%). Ces deux derniers pays sont cependant touchés par des enjeux plus immédiats comme la pollution (92%) et l'enseignement (91%) en Espagne; le crime (90%), l'économie (87%) et la pollution (87%) en Italie. En Allemagne, le niveau d'inquiétude face au changement climatique n'atteint que 73 %, mais cette thématique n'en demeure pas moins la deuxième préoccupation des allemands après l'enseignement (77%). En ce qui concerne les Etats-Unis et le Royaume-Uni, les niveaux de préoccupation enregistrés sont comparables (70% aux Etats-Unis et 68% au Royaume-Uni) mais les similitudes entre ces deux pays ne concernent que les pourcentages car le changement climatique constitue l'avant-dernière préoccupation sur la liste des américains alors qu'elle est placée, au Royaume-Uni, en 4ème position en partant de la fin.

Les moyens d'agir contre le changement climatique

L'ensemble des pays interrogés partage le sentiment que les enjeux environnementaux nécessitent une action à l'échelle mondiale (au moins 79% dans chaque pays), et que l'Etat, les entreprises et les consommateurs doivent tous agir pour réduire le changement climatique (citations supérieures à 70%). On observe cependant le sentiment que les efforts des gouvernements nationaux ne sont pas suffisants. Le pays qui bénéficie du soutien le plus important de sa population est la France où à peine 29% des personnes interrogées pensent que l'Etat fait de son mieux. L'ensemble des autres pays sondés n'enregistrent que le soutien d'une personne sur cinq (16% en Allemagne, 13 % en Espagne, 11% en Italie, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis).

Selon Janet Blackburn, Directrice d'Etudes "le manque d'action des gouvernements tel qu'il est perçu par le public est accompagné du sentiment que les entreprises pourraient être également plus actives dans le domaine des enjeux environnementaux. En Allemagne, 10 % seulement des personnes interrogées considèrent que les entreprises font tout leur possible pour contribuer aux questions de l'environnement et les autres pays sondés n'atteignent pas des résultats beaucoup plus élevés (18% aux Etats-Unis, 14% au Royaume-Uni, 13% en France et en Italie, 12% en Espagne). Une proportion significative des participants dans chaque pays pensent qu'ils pourraient également s'impliquer davantage eux-mêmes. 65% des français et 65% des espagnols ont le sentiment qu'ils font tout leur possible pour améliorer la situation, suivis des italiens (54%), des britanniques (43%), des allemands (41%) et des américains. (33%)."

Qui respecte l'environnement ?

Le nombre des personnes interrogées se considérant «respectueux de l'environnement » (extrêmement, très, ou moyennement) est beaucoup plus faible aux Etats-Unis et au Royaume-Uni que dans le reste des pays sondés. En pourcentage, cela correspond à moins de la moitié des participants du Royaume-Uni (47%) et à 37% des américains à peine alors que 70% des participants allemands se considèrent écologiques. L'Allemagne est suivie de l'Italie (65%), l'Espagne (60%) et la France (59%).

En termes de comportement écologique, le recyclage constitue l'initiative écologique la plus répandue parmi les pays cités. Il est intéressant de remarquer que le Royaume-Uni, le pays qui atteint les résultats les plus faibles en ce qui concerne l'achat de produits respectueux de l'environnement (46% des personnes interrogées) et la réduction de la consommation des ressources naturelles comme le pétrole, le charbon et l'eau (38%), est également celui qui atteint les mêmes niveaux de résultats sur le recyclage régulier (80% des personnes interrogées) que l'Allemagne (83%), meilleur score en Europe. Le Royaume-Uni arrive également en avant-dernière position pour l'usage des transports publics pour raisons écologiques (23%) et les Etats-Unis en dernière position (14%).

* * * * * * * * * * * * * * *

Méthodologie

Ces résultats sont issus d'un nouveau sondage réalisé par Harris Interactive auprès de 6 590 adultes âgés de 16 à 64 ans en France (1 075), en Allemagne (1 114) en Grande-Bretagne (1 117), en Espagne (1 076) et aux Etats-Unis (1 108) et âgés de 18 à 64 ans en Italie (1 100) entre le 1er novembre et le 14 novembre 2007.
Le cas échéant, les données on été redressées sur les facteurs tels que l'âge, le sexe, le niveau d'éducation, la région et l'utilisation d'Internet pour obtenir une représentation réelle de la population. La méthode « Propensity Scoring » a été utilisée pour ajuster la propension des répondants à être connectés à Internet.

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

A propos d'Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (13ème rang mondial). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.
Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll® » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Presse
Laurence Lavernhe
5-7 rue du Sahel – 75012 Paris
Tel: 01 44 87 60 94 – Fax: 01 44 87 60 31
llavernhe@harrisinteractive.fr