

1ère édition du Baromètre GEO-CSA de l'éco-engagement des Français

Les pratiques éco-responsables des Français progressent !

Convaincu de l'importance de disposer d'indicateurs fiables afin de mieux s'appropriier les défis à relever pour réussir la transition environnementale, GEO en partenariat avec l'institut CSA lance la 1ère édition de son baromètre de l'éco-engagement des Français à l'occasion de ses 45 ans. Si les pratiques responsables des Français progressent et se répandent dans la société, le passage à l'acte reste encore un défi dans plusieurs pans de leur quotidien, pourtant cruciaux pour l'environnement et le climat.

Parce que pour GEO, information et action doivent aller de pair, ce nouveau rendez-vous propose une vision complète de l'état et de l'évolution de l'engagement des Français dans des pratiques éco-responsables à travers 6 catégories : le mode de vie, le numérique, la consommation, les transports, le tourisme et l'engagement citoyen. **Un scoring établi à partir des réponses aux différentes catégories a permis de définir un indice d'engagement sociétal (voir ci-après).** Cet indice sera réévalué chaque année afin de mesurer l'évolution des pratiques des citoyens Français.

Les Français atteignent un score de 69/100 sur leurs réflexes éco-responsables dans leur vie quotidienne

À la maison, près de 9 Français sur 10 déclarent veiller à limiter le gaspillage alimentaire régulièrement au sein de leur foyer (87%) et s'impliquent pour réaliser des économies d'énergie (85%). Ils sont tout autant engagés dans le respect du tri-sélectif dans la gestion de leurs déchets (89%).

Cette prise de conscience se traduit aussi directement dans leur comportement d'achat. En effet, trois quarts des consommateurs indiquent faire souvent attention à la classe énergétique lors de l'acquisition d'un appareil électro-ménager (78%). Certains modes de consommation plus vertueux et circulaires se banalisent. Ainsi, la moitié d'entre eux cherchent souvent à faire réparer leurs vêtements s'ils sont abîmés, tandis qu'ils revendent ou donnent ceux qu'ils ne portent plus.

Alors que le numérique représente 3 à 4% des émissions de gaz à effet de serre dans le monde (un peu plus que l'aviation commerciale), les bons réflexes sont aussi répandus en ligne. Plus de 80% des internautes trient régulièrement leur boîte mail et se désabonnent des newsletters inutiles.

Malgré les bonnes volontés, d'importants progrès restent à faire avec un indice d'engagement environnemental inférieur à 50 points sur 100 dans les transports ou le tourisme

Les résultats du baromètre mettent cependant en évidence un décalage entre la prise de conscience et la concrétisation des efforts. L'inflation peut également se révéler un frein au changement pour les plus modestes.

Contact presse

Louis André
louis.andre@havas.com
06 49 44 14 02

Inès Descamps
Ines.descamps@havas.com
07 86 18 65 93

À propos de Prisma Media

Le groupe Prisma Media accompagne le quotidien des Français depuis plus de 40 ans pour les divertir et les informer. Il est aujourd'hui le leader de la presse magazine et des médias en ligne. Chaque mois, 2 Français sur 3 consultent une marque de Prisma Media. Avec un portefeuille de 30 marques de référence, le groupe est présent sur les principaux segments grand public et luxe. Prisma Media a pour ambition de devenir le leader européen des marques médias désirables.

Site.prismamedia.com/ / [Linkedin](#) / [Instagram](#) / [X](#) / [Daily Motion](#)

Pour les vacances, près de la moitié des foyers privilégient le plus souvent des activités qui préservent l'environnement. Si l'envie de limiter son impact carbone existe, seulement 27% des Français ont régulièrement recours à des séjours à faible empreinte et ils sont plus de la moitié à refuser de renoncer à un voyage parce qu'il nécessite de prendre l'avion (58%).

Si les Français sont attachés au bio (4 consommateurs sur 5), seuls 37% d'entre eux en consomment régulièrement. De même, ils sont près des trois quarts à déclarer se passer d'un produit « pas écolo », mais moins d'un quart de manière récurrente.

Enfin, la prise de conscience éco-citoyenne ne se traduit pas que dans les gestes du quotidien. Les Français interrogés se sont mobilisés politiquement, 24% en signant des pétitions pour le climat ou la biodiversité ou en allant manifester pour ces causes. Ils sont aussi 43% à avoir fait des dons de vêtements, livres ou denrées à des associations et 29% des dons monétaires aux plus démunis.

L'indice d'engagement sociétal

Une mesure a été établie à partir des résultats obtenus sur l'ensemble des pratiques testées dans le baromètre et vise à évaluer le degré d'implication environnementale des Français. Cet indice (en points, sur un total maximum de 100) permet de quantifier dans sa globalité l'engagement des citoyens et d'appréhender à terme son évolution dans le temps.

Principaux résultats

- Engagement sociétal des Français (moyenne de l'ensemble des catégories) : **53 points / 100**
- Engagement des Français dans leurs modes de vie et les éco-gestes : **69 points / 100**
- Engagement dans les transports : **45 points / 100**
- Engagement dans le tourisme : **43 points / 100**

GEO 45 ans, d'information au service de la planète

Une communauté de lecteurs plus engagée que la moyenne. Après avoir testé un échantillon de lecteurs GEO, le baromètre révèle un engagement plus important chez les lecteurs que la moyenne des Français avec un indice sociétal moyen à 60 points. (61 chez les visiteurs du site et 58 chez les abonnés du magazine).

Conscient du **rôle décisif de l'information dans la transition environnementale**, la sensibilité accrue de ses lecteurs conforte GEO dans le choix de renforcer sa ligne éditoriale avec des contenus engagés pour préserver la planète et ses habitants, depuis sa nouvelle formule de décembre 2023.

Pour ses 45 ans, **le magazine publie un numéro anniversaire le 25 septembre**, qui retrace son engagement depuis le numéro 1 de 1979.

« Nous sommes fiers de lancer la 1ère édition du baromètre GEO sur l'engagement éco-citoyen des Français. **Parce que nous croyons dans le pouvoir de l'information afin de préserver la planète, disposer d'informations fiables et mesurables est un outil indispensable pour poursuivre ce combat que GEO mène avec conviction depuis maintenant 45 ans.** Comme le démontre la sélection d'archives que nous proposons dans ce numéro anniversaire, avec entre autres une enquête remarquable sur le réchauffement parue en 1984, soit quatre ans avant la fondation du Giec » **souligne Myrtille Delamarche, rédactrice en chef de GEO.**

Méthodologie

Étude réalisée par l'institut CSA auprès d'un échantillon représentatif de 1026 Français âgés de 18 ans et plus, de 1005 visiteurs du site GEO.fr et 477 abonnés au magazine GEO. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas sur les critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de région et de catégorie d'agglomération.