

OBSERVATOIRE DE LA DURABILITE

Note de synthèse globale
Grand public - Entreprises - Pouvoirs publics

Mai 2025

NOTE METHODOLOGIQUE

L'**Observatoire de la durabilité**, réalisé pour Matmut, est destiné à mettre en lumière le regard porté en France sur la notion de durabilité et à mieux comprendre quel rôle les Français sont prêts à confier aux assureurs sur la question.

Cette étude a été déclinée auprès de **3 publics cibles** : le grand public, les chefs d'entreprises, et les représentants des pouvoirs publics en France.

- Le grand public : nous avons interrogé en ligne **un échantillon de 1022 personnes représentatif de la population française âgée de 18 et plus**, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Les interviews ont été réalisées **du 5 au 11 décembre 2024**.
- Les chefs d'entreprise : **501 dirigeants d'entreprise** ont été interrogés par téléphone. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de taille d'entreprise, de secteur d'activité et de région d'implantation. L'échantillon a été raisonné. Les interviews ont été réalisées **du 4 au 26 décembre 2024**.
- Les représentants des pouvoirs publics : **501 élus** ont été interrogés par téléphone, dont 290 maires ou adjoints au maire, 200 membres de la Direction générale des services et 11 assistants de députés européens. L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de fonction et de taille de commune. Les interviews ont été réalisées **du 4 décembre 2024 au 15 janvier 2025**.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : **« Sondage OpinionWay pour Matmut »** et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : **1,5 à 3 points** au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

A. La durabilité est un concept familier qui fait consensus entre tous les acteurs

- **Près de neuf Français sur dix (88%) indiquent avoir déjà entendu parler du principe de durabilité et près de la moitié affirme même bien voir ce dont il s'agit (49%).** Les Français se sentent donc assez familiers du concept. Pourtant, lorsqu'on les interroge sur la définition du principe de « durabilité », rares sont ceux qui parviennent à dépasser les réponses tautologiques : ainsi, pour les Français, **le principe de durabilité désigne avant tout « ce qui dure »** (62%). Une minorité l'associe spontanément à la gestion des ressources et à l'écologie (19%), et une proportion similaire évoque la réparation et le recyclage (19%). Seuls 2% mentionnent spontanément un modèle socio-économique.
- Au premier abord, **le concept semble moins familier chez les chefs d'entreprise** que chez l'ensemble des Français. Seule une moitié (54%) d'entre eux indique avoir déjà entendu parler du principe de durabilité, dont 30% voient bien ce dont il s'agit. Mais chez ceux qui en ont déjà entendu parler, **les chefs d'entreprise témoignent d'une connaissance plus précise** du concept que le grand public : ils mentionnent davantage la gestion des ressources et l'écologie (53% vs. 19% dans le grand public) et sont plus nombreux à associer directement la durabilité à un modèle socioéconomique (9% vs. 2%) ou à la RSE (13% vs. moins de 1%).
- De leur côté, **les élus se montrent d'emblée plus à l'aise avec le terme de « durabilité » que les chefs d'entreprise** : 72% d'entre eux indiquent en avoir déjà entendu parler. Ils le définissent principalement par la gestion des ressources et l'écologie (53%), mais ils mettent davantage l'accent sur les énergies renouvelables (17% vs. 5% chez les chefs d'entreprise et presque aucune mention chez le grand public). Comme les chefs d'entreprise, ils insistent davantage que le grand public sur le modèle socio-économique (10%) et la RSE (9%).
- Ayant des difficultés à définir clairement le concept de durabilité de manière spontanée, les Français ne sont pas non plus unanimes lorsqu'ils se prononcent sur la bonne définition du terme parmi plusieurs propositions. Plus de **la moitié d'entre eux (57%) associent avant tout la durabilité à une démarche visant à préserver les ressources pour les générations futures**, conformément à la définition fondatrice du développement durable¹. Mais plus d'un tiers (36%) rapproche le concept d'une autre de ses définitions possibles, à savoir **une approche intégrant des enjeux économiques, sociaux et environnementaux**. Dans tous les cas, la durabilité est d'abord associée à des définitions neutres plutôt qu'à des jugements critiques : seul un Français sur cinq (20%) associe la durabilité à un concept encore flou et peu appliqué, et un sur sept (14%) l'assimile à un concept à la mode.
- **Les élus insistent particulièrement sur la préservation des ressources pour les générations futures** (52%, loin devant l'approche aux trois piliers, 24%) tandis que chez les dirigeants d'entreprise les deux définitions se concurrencent davantage (43% et 36% respectivement).

¹ Définition du développement durable énoncée dans le rapport Brundtland en 1987.

B. La durabilité est un enjeu qui concerne l'ensemble de la société et un défi à relever collectivement

- Après une mise à niveau garantissant que toutes et tous s'appuient sur une seule et même définition², on observe une **adhésion quasi-unanime** au fait que la durabilité est un **défi important voire prioritaire** à relever pour l'avenir de la société française (95% à 96% selon les cibles). Et pour près de **deux tiers des Français** (65%), il s'agit d'un **enjeu prioritaire. Elus (67%) et chefs d'entreprise (52%) partagent ce sentiment**. La question de l'importance de la durabilité ne fait donc pas débat au sein de la société.
- Interrogées sur les moyens d'actions les plus efficaces pour atteindre les objectifs de durabilité, les trois cibles donnent des réponses assez variables. Ainsi, le grand public cite d'abord les **actions des entreprises** (48%), devant les **actions individuelles** (42%) et celles des **pouvoirs publics** (35%). Ainsi, dans un pays où les attentes qui pèsent sur l'Etat sont traditionnellement fortes, les citoyens ne négligent pas pour autant le rôle des entreprises. La hiérarchie diffère sensiblement chez les dirigeants et les élus, qui mentionnent en premier lieu les **actions collectives** (59% chez les dirigeants, 62% chez les élus) puis celles des **pouvoirs publics** (47% et 49%) et ne citent les actions des entreprises (32% et 26%) qu'après les actions individuelles (37% et 29%).
- Les attentes envers les institutions sont donc particulièrement fortes chez les dirigeants et les élus, plus encore que parmi le grand public, qui compte beaucoup également sur les initiatives privées, qu'elles émanent d'entreprises ou de particuliers. Cet enseignement se confirme **lorsqu'on interroge les trois cibles sur les acteurs les plus décisifs en matière de durabilité à leurs yeux**. Le rôle le plus important est attribué à l'Etat français chez les trois cibles (50% lui attribuent un rôle décisif dans le grand public, 56% chez les dirigeants, 59% chez les élus). Mais le deuxième acteur le plus décisif varie selon la cible : quand le grand public compte d'abord sur les citoyens eux-mêmes (44%), les dirigeants et les élus se tournent vers l'Union européenne (49% et 46%).
- Se plaçant eux-mêmes en deuxième position derrière l'Etat, **les Français ne se dédouanent pas de leur propre responsabilité** dans l'avènement d'un changement de modèle de société. Les dirigeants d'entreprise, quant à eux, ne se placent pas forcément parmi les premiers acteurs du développement de la durabilité : moins de 3 sur 10 (28%) considèrent le rôle des entreprises comme étant décisif en la matière, ce qui les place en 5^e position derrière l'Etat, l'UE, les collectivités locales et les citoyens. De leur côté, les élus ne considèrent pas non plus que les collectivités locales sont les plus décisives en matière de développement durable, les plaçant en sixième position derrière l'Etat, l'Union européenne, les institutions financières, les citoyens et les entreprises.
- Les **institutions financières** n'apparaissent pas d'emblée parmi les acteurs ayant le rôle le plus décisif, tant chez le grand public (25%) que chez les entreprises (25%) ou chez les élus, chez qui elles sont légèrement plus souvent citées (36%).

² Mise à niveau : « La durabilité, c'est agir aujourd'hui pour que chacun ait ce dont il a besoin (se nourrir, se loger, travailler...), tout en préservant les ressources pour les générations futures. Elle repose sur trois piliers : protéger l'environnement, soutenir les personnes, et construire une économie solide et équitable. Chacun a un rôle à jouer, que l'on soit citoyen, dirigeant ou décideur public. »

C. Une volonté d'agir fragilisée par des freins économiques

- Entre l'adhésion au principe d'aller vers une société durable, et la mise en place concrète d'actions pour le faire, on mesure déjà un léger décalage. **Environ deux tiers des interviewés du grand public (68%) affirment que le principe de durabilité influence déjà leurs actions au jour le jour**, dont 18% *beaucoup*. Une majorité modeste lorsqu'on la compare à l'adhésion quasi-unanime (96%) au principe de durabilité. Même chez ceux qui indiquent être guidés par le principe de durabilité dans leur quotidien, près d'un tiers (31%) doute de leur capacité à tenir leur engagement sur le long terme, et près de trois personnes sur dix (29%) indiquent ne pas être convaincues de l'utilité et de l'efficacité des actions qu'elles mènent. Des chiffres qui révèlent **une certaine fragilité dans l'engagement individuel des citoyens**, y compris chez les plus volontaristes en la matière.
- Dans l'absolu, près de trois quarts des Français (73%) estiment que les bénéfices de la durabilité pour la société justifient de faire des sacrifices dans sa vie quotidienne. Mais concrètement, **les Français hésitent à revoir radicalement leurs habitudes ou leurs choix de vie** : près de la moitié (46%) se disent prêts à payer plus cher leurs produits du quotidien s'ils sont produits durablement, mais seuls 8% l'affirment *sans aucun doute*. Dans un autre registre, 48% des interviewés se disent prêts à refuser de travailler pour une entreprise qui n'est pas engagée dans une démarche de durabilité (12% *sans aucun doute*), et 32% se disent prêts à renoncer à la voiture (11% *sans aucun doute*).
- **Parmi les chefs d'entreprise, une large majorité indique prendre en compte la durabilité au quotidien**, tant du point de vue environnemental (86%) que sociétal (80%) ou économique (77%), même si dans les trois cas, les réponses modérées (« *Oui, plutôt* ») sont plus fortes que les réponses fermes (« *Oui, tout à fait* »). Aussi, plus de trois dirigeants sur quatre (77%) indiquent que leur entreprise est prête à fournir des efforts significatifs pour s'inscrire dans une démarche de durabilité, y compris à accepter de nouvelles régulations (dont 21% « *tout à fait* »), signe d'un certain volontarisme sur la question et d'une propension, au moins affichée, à accepter les contraintes afférentes à la démarche. Des chiffres à interpréter avec précaution en raison du biais de désirabilité souvent à l'œuvre sur ce type de sujet.
- **Au premier rang des freins à davantage de durabilité au quotidien figure le coût économique que la transition représente aux yeux des Français**, dans un contexte encore marqué par l'inflation. Mis en avant par la moitié des Français (51%), **le prix des produits et services durables** est de loin la barrière la plus importante au fait de prendre part à cette démarche – devant le sentiment d'impuissance (31%) ou le doute sur l'efficacité de ses actions (29%).
- Chez les **dirigeants et les élus**, les **ressources financières** sont également citées **comme premier frein** : les premiers mettent en avant le **coût élevé des investissements** nécessaires pour prendre part à une démarche durable (54%), plus que d'autres contraintes comme la réticence des clients à adopter des pratiques durables (28%) ou la nécessité d'adapter ses méthodes de travail (19%). Les élus insistent quant à eux sur le **manque de financement** comme premier frein (77%), devant la complexité réglementaire (61%). Notons néanmoins qu'ils mentionnent en troisième position la résistance au changement chez les citoyens (41%).
- En miroir et en toute logique, la dimension économique constitue aussi **l'incitation la plus forte à agir, notamment auprès du grand public**. Citée par près de six Français sur dix (58%), la possibilité de réaliser des économies est la première raison évoquée, pouvant inciter à s'inscrire davantage dans une démarche de durabilité au quotidien, devant l'envie de protéger l'environnement (52%).

- Chez les dirigeants et les élus, **la réduction des coûts (assurance, financement) et les incitations fiscales** pour les structures qui adoptent des pratiques durables apparaissent comme les premiers leviers incitatifs, étant perçus comme efficaces par plus de neuf interviewés sur dix. Elus et dirigeants favorisent davantage les mesures incitatives.

D. Le rôle de l'assureur : favoriser les comportements durables à travers des incitations financières, mais aussi accompagner les acteurs sur le chemin de la durabilité.

- Face à d'autres acteurs tels que l'Etat, les entreprises, les citoyens ou encore les collectivités locales, **les assureurs ne sont pas les plus attendus pour développer le principe de durabilité** au sein de la société française. Néanmoins, lorsque les différents publics cibles sont interrogés spécifiquement sur le rôle que peuvent jouer les assureurs en matière de durabilité, **un consensus se forme pour accorder au secteur assurantiel toute légitimité** pour s'emparer du sujet : 86% des élus, 85% du grand public, 82% des dirigeants d'entreprises estiment que les assureurs devraient jouer un rôle actif dans la prévention des risques liés à la durabilité.
- En dépit de cette unanimité sur le principe, les acteurs quels qu'ils soient **peinent à voir concrètement de quelle façon les assureurs peuvent les accompagner** à adopter des comportements plus durables : ainsi seuls 60% des chefs d'entreprises, 56% du grand public et 51% des élus interrogés affirment comprendre comment les assureurs peuvent les aider sur le sujet.
- Parmi les moyens dont dispose le secteur assurantiel pour inciter les différents acteurs à s'engager dans une démarche plus durable, **les différents publics interrogés plébiscitent en premier lieu, et en toute logique étant donné les freins cités précédemment, les leviers financiers**.
Pour le grand public, les actions prioritairement attendues sont d'une part la mise en place de **primes d'assurances plus avantageuses** pour les assurés ayant des pratiques vertueuses (44% de citations) et d'autre part le **financement de projets durables** (véhicule vert et rénovation de logement, 34%).
Du côté des dirigeants d'entreprise, sont également attendues des **solutions de financement** pour aider les entreprises à transformer leurs pratiques (50% de citations) et des **produits et services adaptés** à la durabilité (46%). Chez les élus, c'est aussi la question du **financement des actions** qui cristallise les attentes, la demande de « financement de projets durables » atteignant 69% des citations.
- Cependant, notamment parmi les chefs d'entreprises, **la demande d'accompagnement est bien présente** : à égalité avec les solutions de financement précitées, la moitié des dirigeants d'entreprises souhaiteraient également que leur assureur **sensibilise les entreprises et les salariés à l'importance de l'adaptation** aux enjeux de liés à la durabilité (50%).

Cette demande est également prégnante du côté des élus : après le financement de projets durables, ils sont aussi en **attente de partenariats pour des initiatives écologiques** (46%). Plus de deux tiers des élus (67%) estiment par ailleurs qu'une **meilleure coopération entre les pouvoirs publics et les assureurs serait efficace pour engager leur territoire** dans une démarche de durabilité.

Cette attente est d'autant plus forte que **les élus semblent se sentir assez peu soutenus** dans leurs efforts en matière de développement durable : à peine la moitié se sent soutenue par les pouvoirs publics nationaux (49%), 42% par les entreprises spécialisées dans le développement durable, 31% par l'Union Européenne, les **assureurs se plaçant en queue de peloton** (16%).

- Concernant à présent la question de la satisfaction des acteurs vis-à-vis de leur assureur quant aux actions menées pour les protéger des risques liés à la durabilité, les résultats sont contrastés. Si près de **sept chefs d'entreprise sur dix se montrent plutôt satisfaits de leur assureur** (69%), ce n'est le cas que pour une **courte majorité du grand public** (56%) et **moins de la moitié des élus** (45%). Des chiffres qui illustrent la nécessité de mieux mettre en valeur les initiatives prises en la matière par le secteur assurantiel.

En conclusion, cette étude révèle quelques grands enseignements :

- **La durabilité est un concept familier qui fait consensus entre tous les acteurs**
 - 9 Français sur 10 ont déjà entendu parler du principe de durabilité mais il leur est difficile de définir plus précisément le concept.
 - **96% d'entre eux estiment que la durabilité représente un enjeu « important voire prioritaire pour l'avenir de la société française »** mais seuls 8% sont tout à fait prêts à payer plus cher leurs produits du quotidien s'ils sont durables.
- **Une fracture générationnelle existe : les jeunes adultes sont moins engagés, que ce que l'on peut penser**
 - Les résultats de l'Observatoire révèlent un écart notable entre les 18-24 ans et leurs aînés en matière de perception et de pratiques liées à la durabilité :
 - **37 % d'entre eux déclarent que la durabilité n'influence pas leurs choix ou actions quotidiennes.**
 - Ils sont également plus nombreux à exprimer un **sentiment d'impuissance (36 %, contre 31% en moyenne)** et de **découragement (29 %, contre 20% en moyenne)**, face à l'ampleur du défi.
 - Malgré cela, leur **motivation première** reste l'envie de **protéger l'environnement (56 %)**, alors que les autres tranches d'âge citent en général d'abord la réduction des dépenses.
- **La durabilité est un enjeu qui concerne l'ensemble de la société et un défi à relever collectivement**
 - Le défi de la durabilité est collectif et chacun doit prendre sa part dans cette transition. Toutefois chacun se retranche derrière ses propres contraintes et attend que les autres agissent, c'est le concept du « **triangle de l'inaction** ».
 - Les acteurs qui doivent agir pour développer la durabilité au sein de la société sont :
 - Pour les Français : l'Etat, puis les citoyens et les entreprises (50%, 44%, 41%)
 - Pour les entreprises : l'Etat, puis l'Union européenne et les collectivités locales (56%, 49%, 31%)
 - Pour les élus : l'Etat, puis l'Union européenne et les institutions financières (59%, 46%, 36%)
 - Les élus sont pris en tenaille entre une difficulté à mobiliser et un sentiment d'abandon des pouvoirs publics :
 - **77% estiment ne pas avoir les ressources financières nécessaires**, en tant que décideur public, pour inciter les entreprises et les citoyens à davantage de durabilité.
 - 56% considèrent que les citoyens ne sont pas prêts à accepter les sacrifices nécessaires pour s'inscrire dans une démarche de durabilité.
 - Seuls 49% d'entre eux se sentent soutenus par les pouvoirs publics nationaux pour engager leur territoire dans une démarche de durabilité.
- **Les entreprises, motrices la durabilité**
 - 77% des chefs d'entreprises déclarent que leur entreprise est prête à fournir des exemples significatifs, y compris à accepter de nouvelles réglementations, pour s'inscrire dans une démarche de durabilité.
 - Le top 3 des leviers : contribuer à la lutte contre le changement climatique, répondre aux demandes des clients et réduire les coûts à long terme.
 - Le top 3 des freins : le coût élevé des investissements, l'incertitude de l'environnement économique et l'incertitude concernant le retour sur investissement, ainsi que le renforcement des exigences en matière de régulation (ex aequo)