



# VI VOICE

THE WORLD IS CHANGING

## LE POUVOIR DE CHANGER

*ETAT DES LIEUX, FREINS ET RESSORTS DU CHANGEMENT*

# Spintank

**Amandine MESSINA**, *Directrice conseil*  
[am@institut-viavoice.com](mailto:am@institut-viavoice.com)

**Adrien BROCHE**, *Chargé d'études*  
[ab@institut-viavoice.com](mailto:ab@institut-viavoice.com)

**Elise CATHALA**, *Chargée d'études*  
[ec@institut-viavoice.com](mailto:ec@institut-viavoice.com)

### **Le pouvoir de changer.**

Étude d'opinion Viavoice pour Spintank.



Interviews effectuées en ligne 13 au 15 avril 2021.



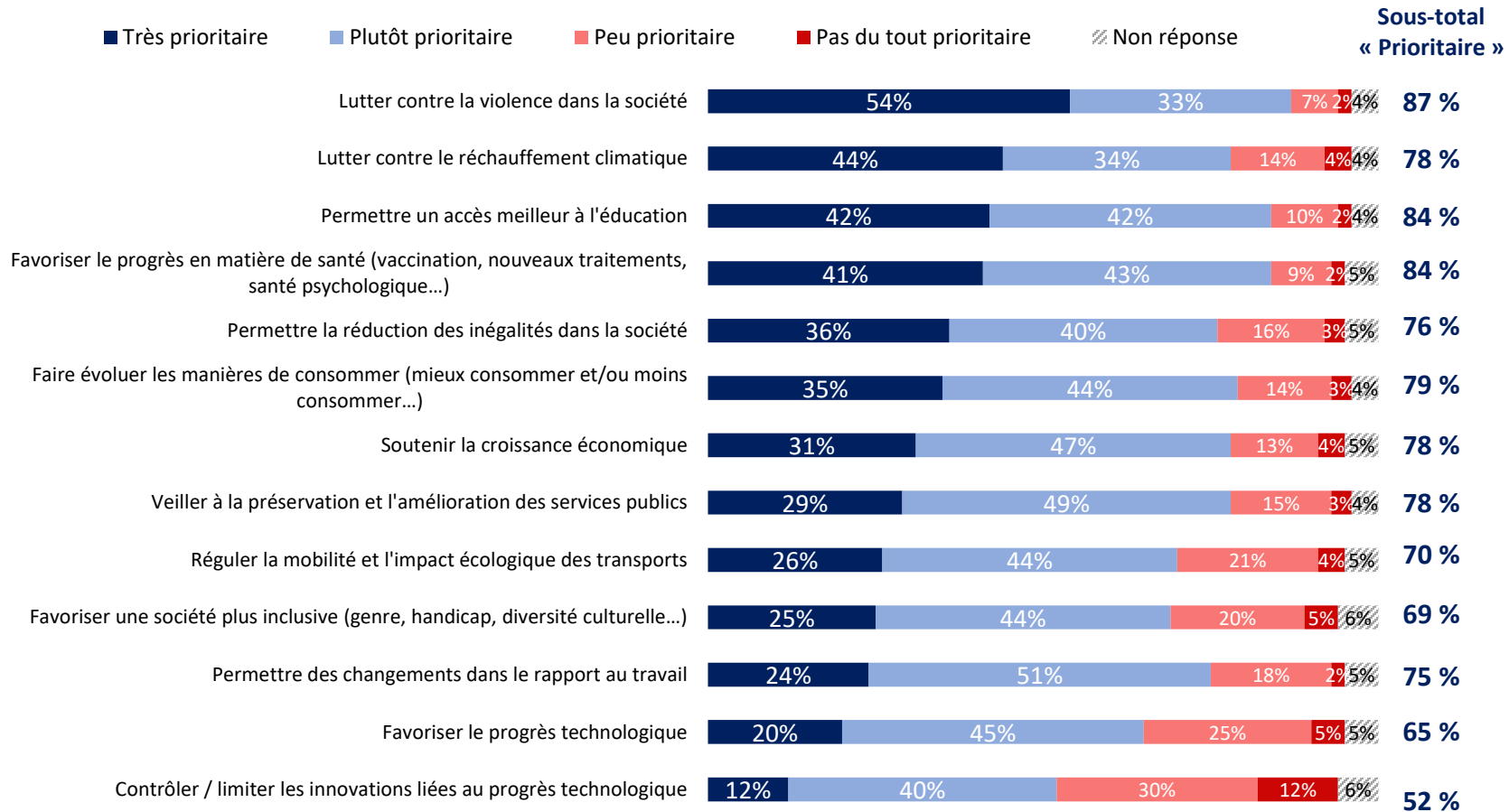
Après d'un échantillon de 1 100 personnes, représentatif de la population habitant en France métropolitaine âgée de 16 ans et plus.



Représentativité assurée par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession, région et catégorie d'agglomération.

Afin de faciliter la lecture des enseignements, l'ordre de présentation des questions a été modifié dans le rapport (par rapport au questionnaire initial).

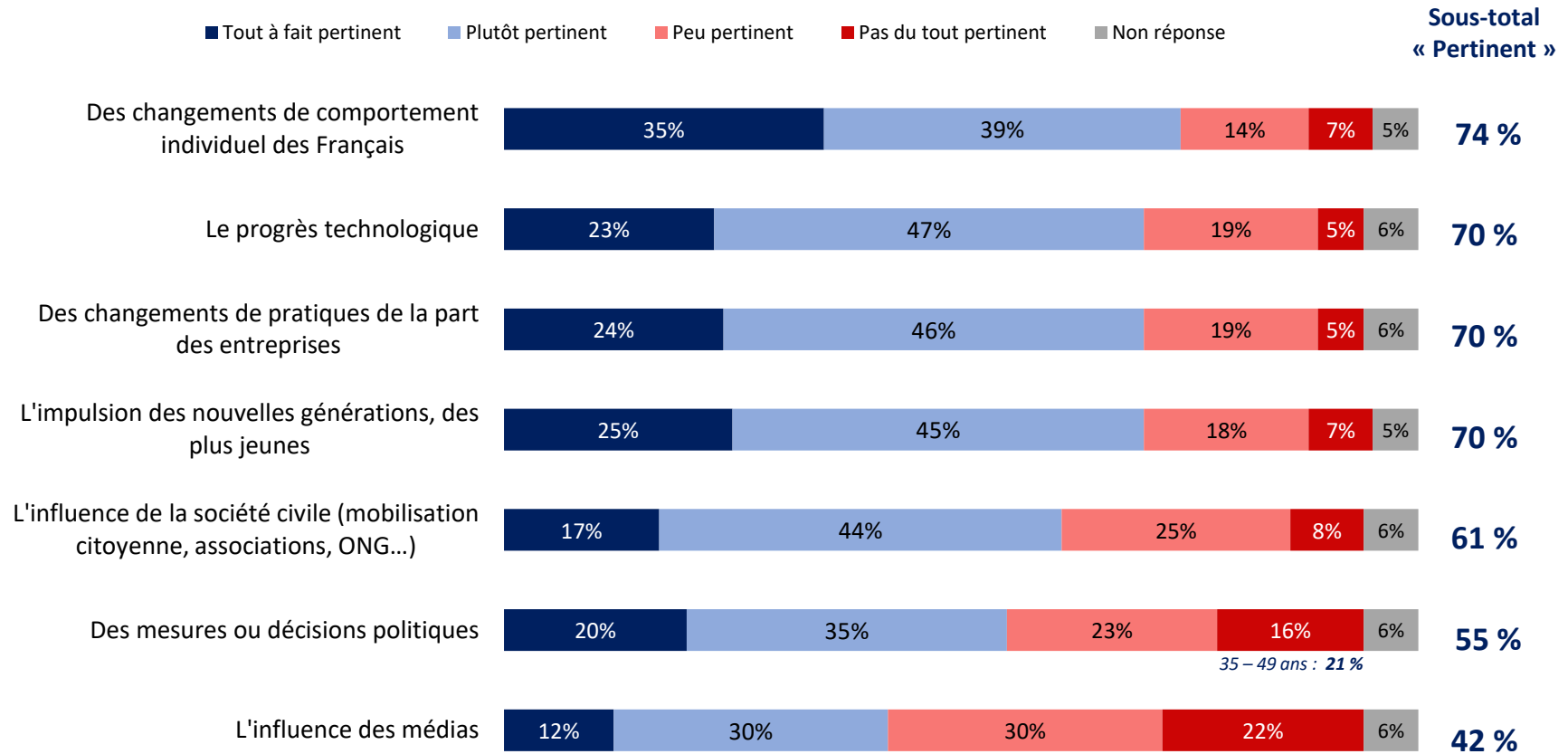
Voici une série de priorités de changement pour l'avenir. Pour chacune d'entre elles, pourriez-vous m'indiquer si elle vous paraît très prioritaire, plutôt prioritaire, peu prioritaire, pas du tout prioritaire ?



- Un consensus sur les défis sociétaux à relever : 8 Français sur 10 reconnaissent les défis à la fois sociaux et écologiques qui les attendent.
- Pour 44 % des Français, le réchauffement climatique apparaît comme un enjeu « très prioritaire », au même niveau qu'un meilleur accès à l'éducation ou les progrès en matière de santé.

Base : Ensemble (1100 personnes)

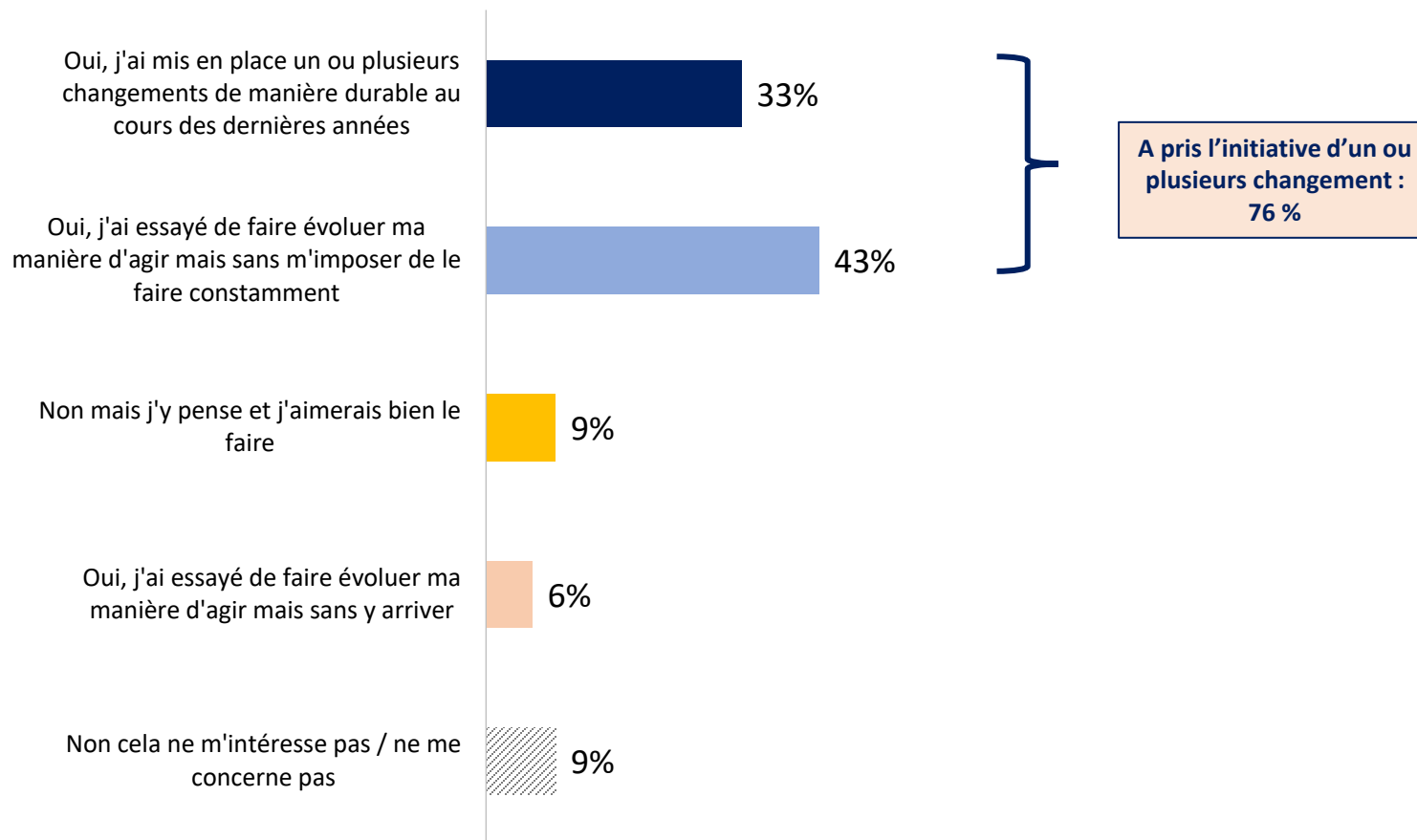
## Les leviers suivants vous paraissent-ils pertinents pour faire face aux enjeux d'avenir de la société ?



- **Affronter les enjeux d'avenir passera d'abord très largement par une prise de conscience et des initiatives individuelles (des particuliers mais aussi des entreprises).**
- **Les acteurs et relais institutionnels, les corps intermédiaires ou les médias apparaissent au second plan en tant que moteurs du changement**

Base : Ensemble (1100 personnes)

A titre personnel, ou au sein de votre foyer, avez-vous déjà fait évoluer votre manière d'agir et de consommer pour répondre à des enjeux d'avenir ?

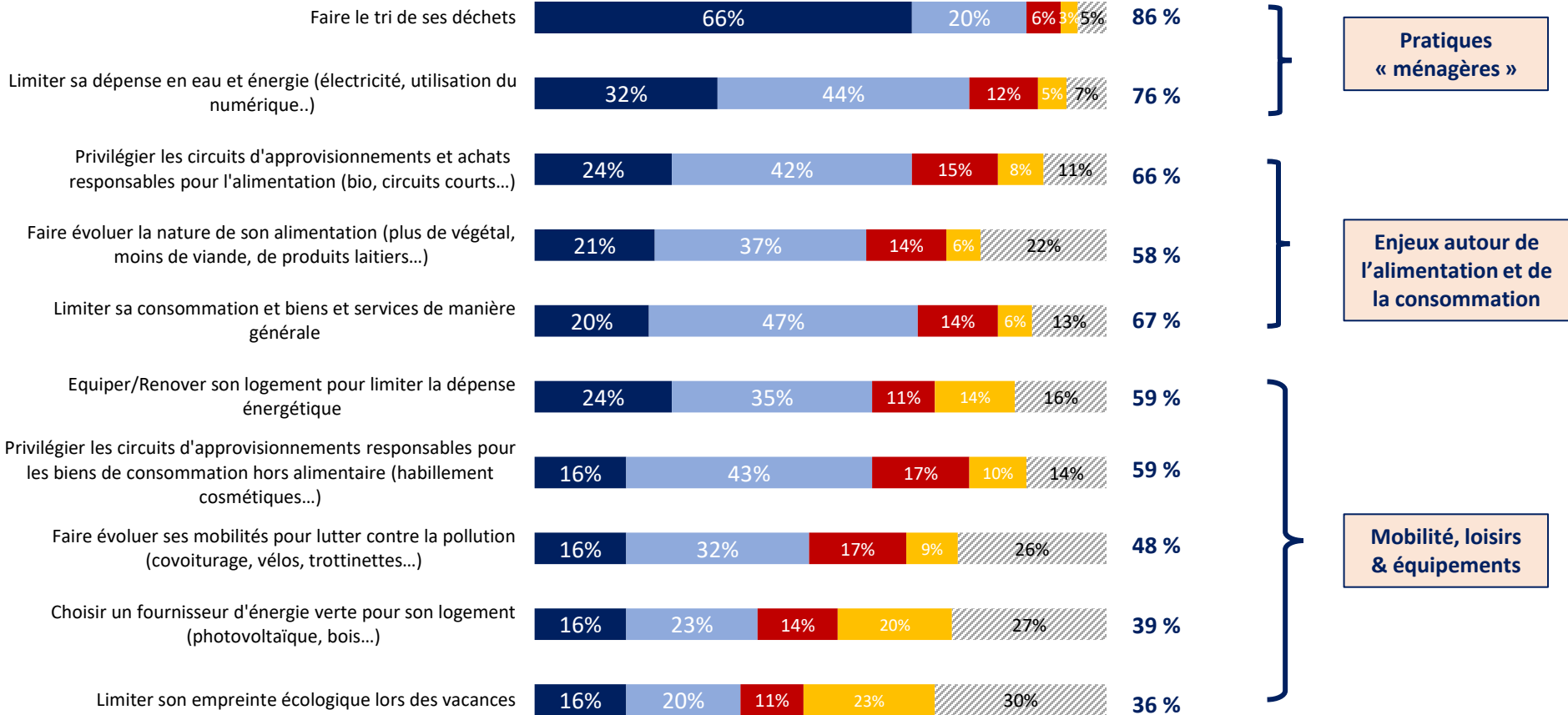


Base : Ensemble (1100 personnes)

## Plus précisément, diriez-vous que pour chacun des enjeux suivants...

- Vous avez mis en place ce changement de manière durable
- Vous essayez de le faire le plus souvent possible
- Vous avez essayé de le faire sans vraiment y arriver
- Vous y pensez et aimeriez bien mettre en place ce changement
- ▨ Cela ne vous intéresse pas / ne vous concerne pas

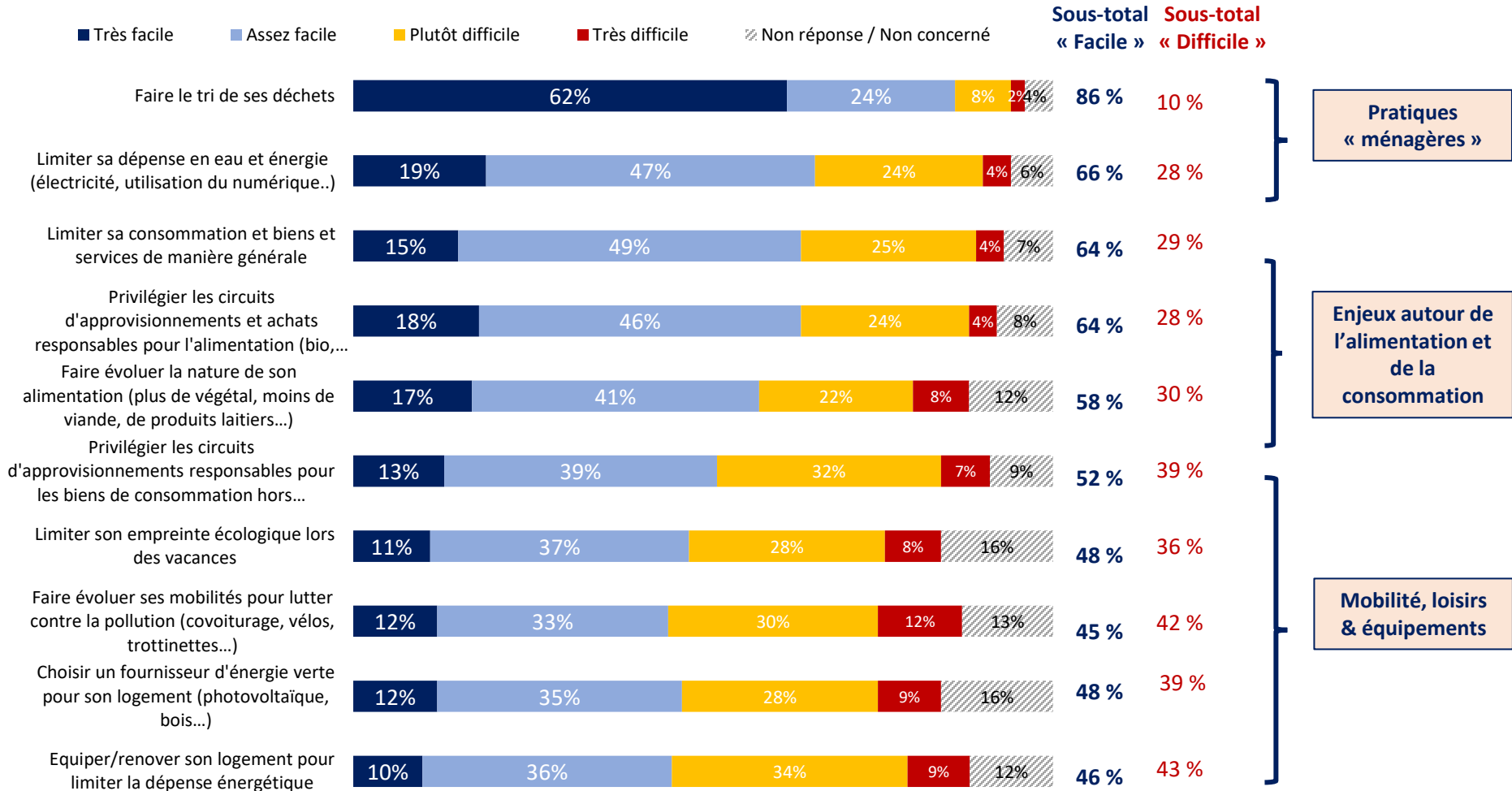
### Sous-Total « Changements »



• Une structuration des niveaux de pratique très claire en fonction de leur registre...

Base : Ensemble (1100 personnes)

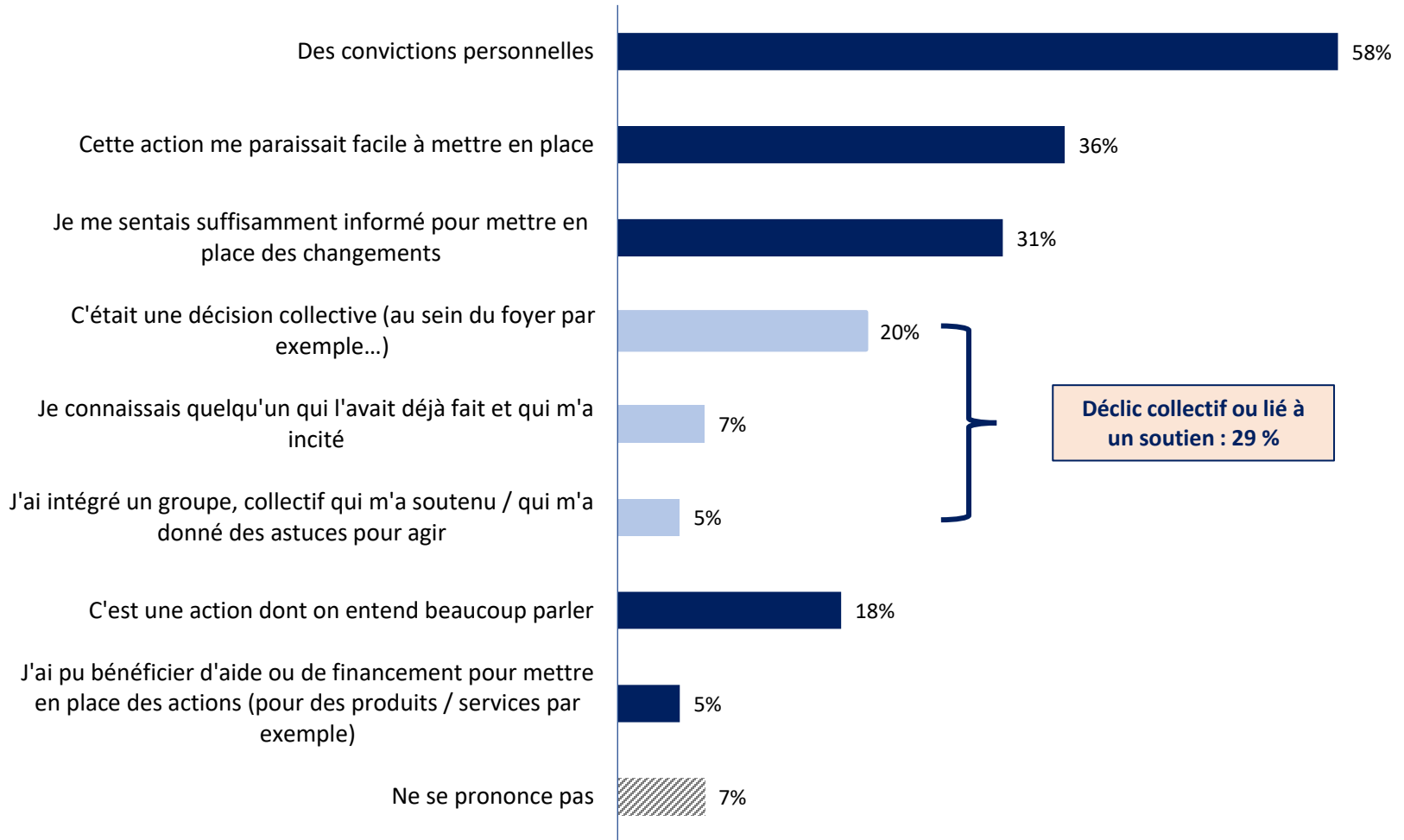
Pour chacun des enjeux suivants, diriez-vous qu'aujourd'hui, faire évoluer votre manière d'agir et de consommer pour répondre aux enjeux d'avenir vous paraît :



• ... et de la facilité perçue de mise en place.

## Quels ont été le ou les déclis qui ont permis de faire évoluer votre comportement ?

Base : ceux qui ont mis en place des changements (1044 personnes)  
Plusieurs réponses possibles (total supérieur à 100 %)

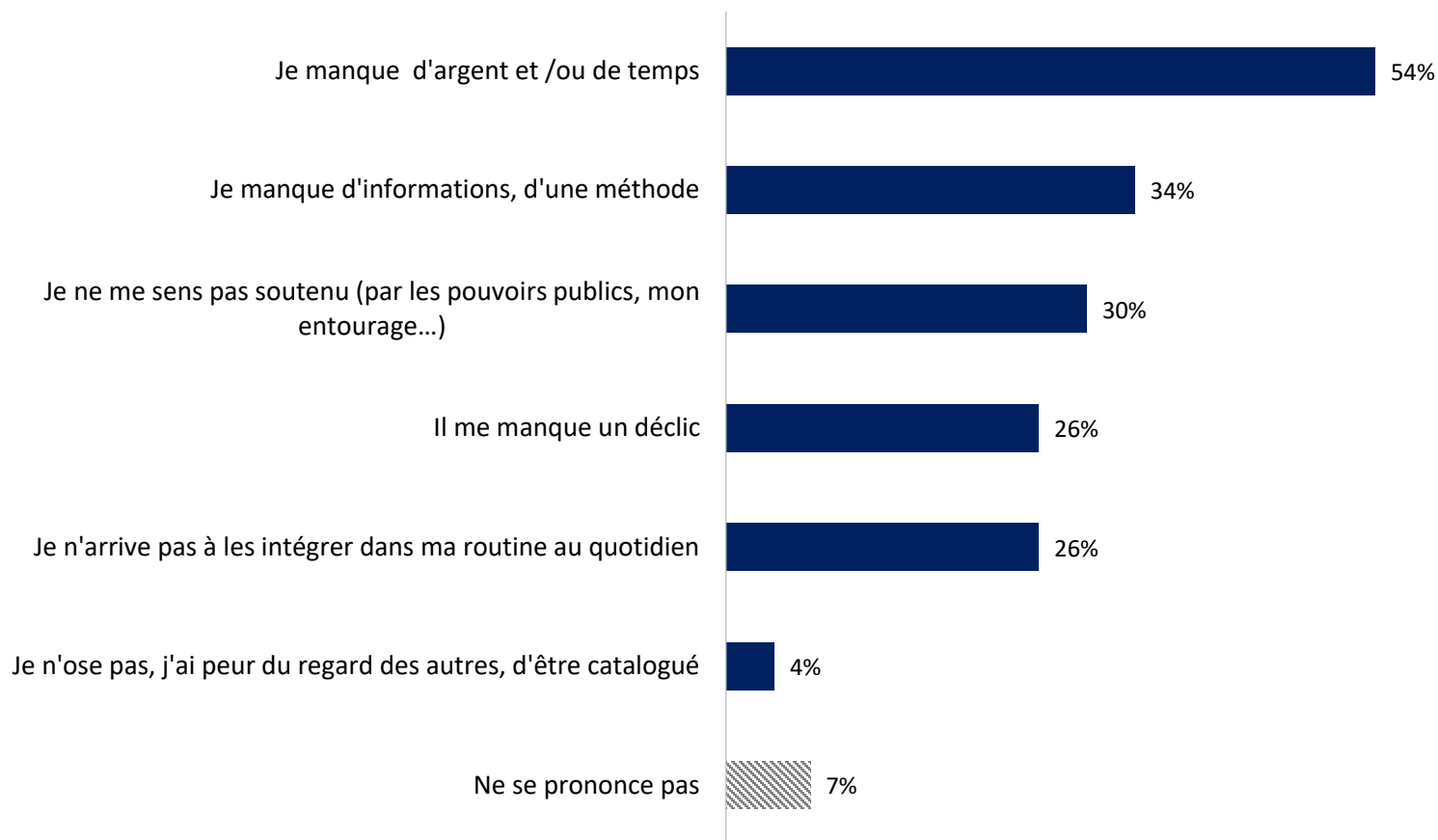


• Si la conviction personnelle apparait comme le premier levier de mise en place d'une pratique, chaque action apparait corrélée à d'autres leviers, plus exogènes.



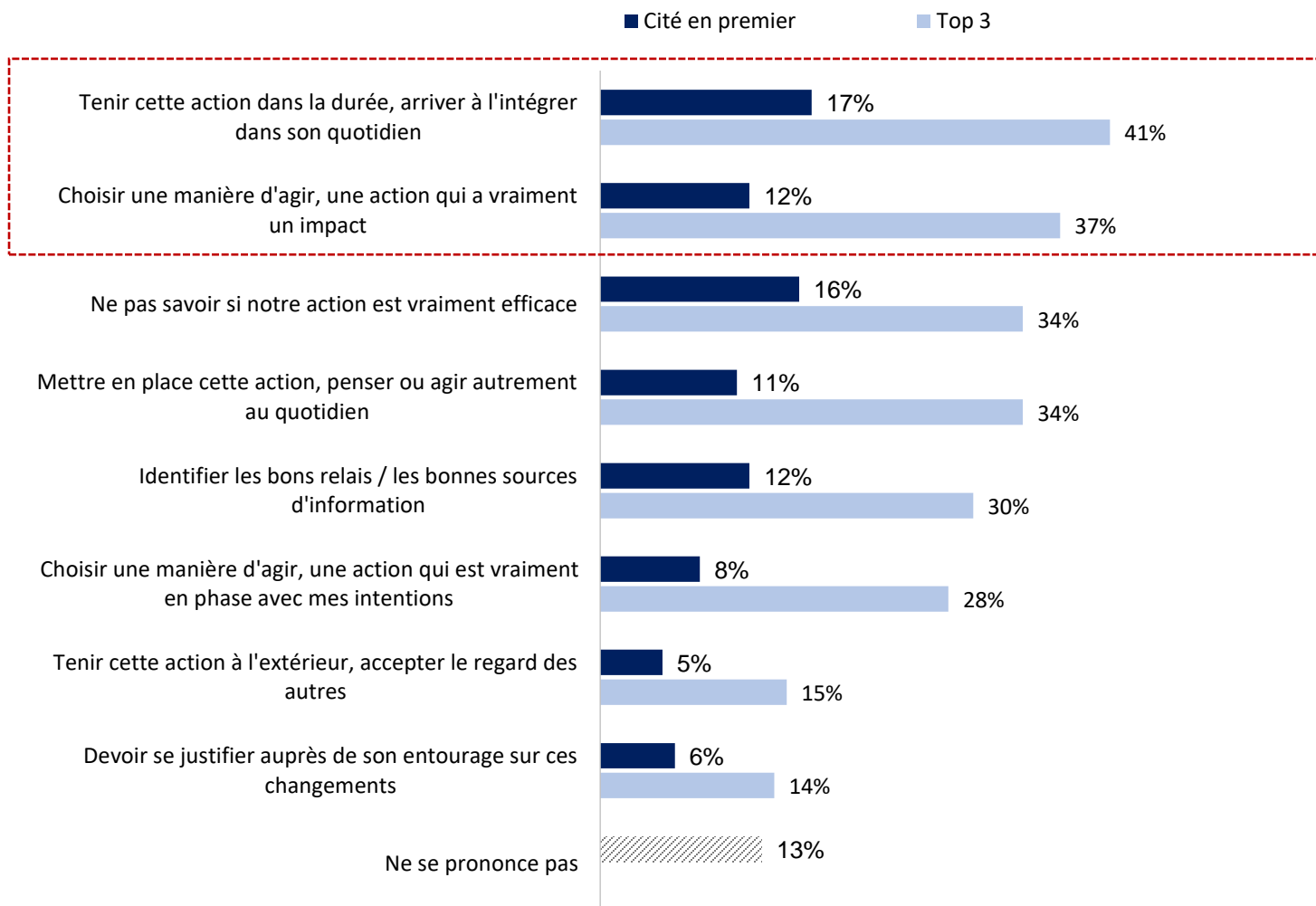
**Pourquoi n'avez-vous pas réussi selon vous à mettre en place les changements que vous souhaitiez faire ? / Si vous aimeriez mettre en place des changements, à l'avenir, quels sont les éléments qui vous freinent actuellement ?**

*Base : ceux qui ont essayé de mettre en place des changements sans y arriver et/ou qui pensent à des changements et qui aimeraient bien les mettre en œuvre (794 personnes)  
Plusieurs réponses possibles (total supérieur à 100 %)*



**Un même constat pour les éléments bloquants : le manque de temps et d'argent dominant mais sont pour chaque action associés à un frein complémentaire.**

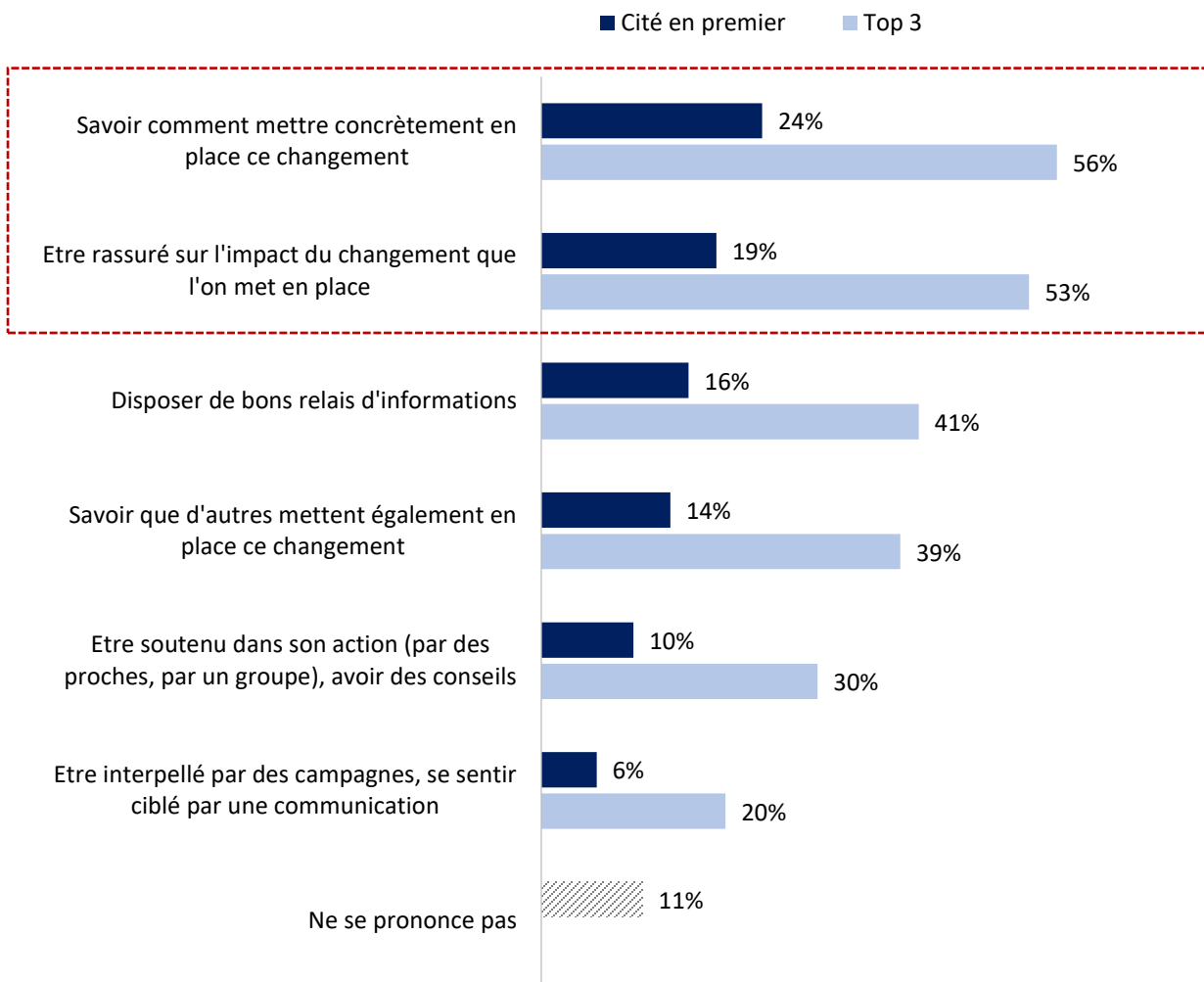
Quels sont, selon vous, les aspects les plus difficiles quand on cherche à faire évoluer certains de ses comportements ?



Tenir une action dans la durée apparaît comme l'aspect le plus contraignant, associé à celui de choisir une manière d'agir qui a un impact réel.

Base : ensemble (1100 personnes)

Et selon vous, parmi les leviers suivants, quels sont ceux qui contribuent le plus à soutenir le changement ?



Deux leviers se distinguent clairement : être guidé dans la mise en place d'un changement et être rassuré sur son impact.

Base : ensemble (1100 personnes)

THE WORLD IS CHANGING

# TYOLOGIE DES PUBLICS-CIBLES

## VISION DU MONDE, PRATIQUES, LEVIERS ET FREINS

*La réalisation de la typologie lors de cette étude a permis d'aboutir à une répartition des Français autour de 4 profils, répartis selon deux axes : le niveau de pratique, et le sens donné à l'action.*

*Cette typologie est issue de la réalisation d'une analyse factorielle, mettant en évidence le niveau de contribution de chaque variable au sujet.*

Une manière très collective d'envisager les pratiques et enjeux d'avenir, une logique de partage

Les investis (19 %)

« Je mets en place des actions à mon niveau et je crois à la force collective de chaque action individuelle »  
 « J'aime partager et échanger sur ces sujets, pouvoir confronter mes pratiques à d'autres »

Les aspirants (15 %)

« Dans ma situation, c'est particulièrement compliqué de mettre en place des actions, notamment celles qui impliquent de l'argent »  
 « Mais j'ai conscience que des gens font des choses, poussent le sujet et qu'il est pertinent de les mettre en avant »

Un passage à l'acte concret sur la question des changements de comportements

Les individualistes (40 %)

« Je fais ma part au sein de mon foyer et il suffirait sûrement que tout le monde fasse pareil »  
 « On entend tout et son contraire, difficile de savoir ce qui a vraiment un impact. Les plus concernés restent les générations à venir qui devront penser autrement »

Une forme d'attentisme / des difficultés en matière de changement de comportements

Les détachés (26 %)

« Je ne pense pas que mon geste aura de l'impact. Les chercheurs trouveront des solutions techniques pour répondre à ces enjeux. Les priorités actuelles de la société restent le progrès et la croissance économique »

Une manière très individuelle d'envisager les pratiques et enjeux d'avenir, une logique de réception

# VIAVOICE

THE WORLD IS CHANGING



World Bank's assets at  
all-time high

World Bank's assets at all-time high

World Bank's assets at all-time high

World Bank's assets at all-time high

World Bank's assets at all-time high

World Bank's assets at all-time high

World Bank's assets at all-time high

**INSTITUT VIAVOICE**

9 rue Huysmans  
75006 Paris

Contact : 01 40 54 13 90

Viavoice est une SAS indépendante