

Enquête BVA pour ENGIE Solutions : « Les attentes des Français sur le monde de demain »

Reconsidérer les territoires et privilégier le tissu local : l'attente majeure des Français post-crise

Pour les Français, la crise sanitaire que nous traversons va créer une rupture dans notre société : 72 % d'entre eux estiment que rien ne sera comme avant lorsque la crise sera terminée.

Les transformations plébiscitées par les Français laissent entrevoir un dénominateur commun : une aspiration forte à se réapproprier leur territoire de proximité. 60% des Français déclarent souhaiter modifier leur manière de consommer en privilégiant des achats locaux et 57 % évoquent une volonté d'un retour à des rapports de proximité.

La question de la reconsidération des territoires semble devenir une nécessité pour les Français, que ce soit sur leur manière de consommer, leur rapport aux autres, mais également sur leur engagement : 41 % d'entre eux souhaitent s'impliquer davantage dans la vie de leurs communes.

Les Français appellent à une action de l'État (pour 73 % d'entre eux), des collectivités locales (pour 67 % d'entre eux) et des entreprises (pour la moitié d'entre eux – 49 %) pour opérer ces transformations et accompagner le développement économique et durable des territoires.

Les principales attentes à l'égard de ces différents acteurs sont étroitement liées à la reconsidération des territoires de proximité : 62 % des Français souhaitent que les villes soutiennent les commerçants locaux, près de la moitié des Français (46 %) souhaitent que les entreprises relocalisent certaines de leurs activités, 42 % des Français souhaitent que les entreprises soutiennent l'économie locale en privilégiant les circuits courts et 41 % des Français souhaitent que les villes agissent sur leur impact environnemental et aillent vers plus de durabilité.

ENGIE Solutions, partenaire de la transition zéro carbone des entreprises, industries et collectivités, publie ce jour les résultats de l'enquête « Les attentes des Français sur le monde de demain », réalisée en partenariat avec l'institut BVA.

La crise sanitaire qui impacte nos sociétés depuis plusieurs mois n'est pas sans conséquence sur les préoccupations et les attentes formulées par les Français quant au monde de demain. **Pour 72 % d'entre eux, cette crise va créer une rupture et transformer en profondeur leurs modes de vie, si bien que rien ne sera plus jamais comme avant.**

La crise les invite en premier lieu à reconsidérer leurs préoccupations, en se concentrant sur leurs besoins fondamentaux, avec en tête la santé (pour 54 % d'entre eux). Arrivent ensuite des préoccupations liées à la crise économique générée par la crise : 42 % se disent préoccupés par leur pouvoir d'achat, tandis que 27 % le sont par l'emploi et



24 % par les inégalités sociales. Ce contexte participe par ailleurs à donner une résonance plus forte à des préoccupations déjà présentes chez les Français. **C'est le cas de l'écologie qui arrive en troisième position des préoccupations avec plus d'un tiers des répondants qui citent la protection de l'environnement (33 %) et la lutte contre le réchauffement climatique (30 %) comme une priorité.**

Pour ce qui est de leurs comportements, les changements anticipés par les Français au sortir de la crise laissent entrevoir un dénominateur commun : **une aspiration forte à se réapproprier leur territoire de proximité.**

En effet, 60 % des répondants anticipent une modification de leur manière de consommer et mentionnent notamment **l'envie de faire des achats plus locaux, en circuit court et de privilégier les petits producteurs, surtout lors des courses alimentaires.**

En matière d'emploi, 59 % des actifs déclarent anticiper un changement de leur rapport au travail et **formulent de nouvelles attentes à l'égard des entreprises.** En cohérence avec leurs aspirations à consommer plus local, **42 % des Français considèrent que les entreprises doivent soutenir l'économie locale en privilégiant les circuits courts.**

Selon les Français, les collectivités locales et les entreprises sont en première ligne pour opérer ces transformations et accompagner le développement économique et durable des territoires.

Au sortir de la crise, 96 % des répondants estiment que les collectivités locales auront un rôle important à jouer (dont 67 % un rôle primordial). Parmi les principales priorités, 62 % considèrent que les collectivités devront soutenir les commerçants locaux et 41 % qu'elles devront rendre les villes plus vertes et durables et engager des actions de rénovation des logements insalubres ou vétustes. Enfin, 38% estiment que la principale priorité sera de repenser la mobilité au sein de la ville.

Pour ce qui est des entreprises, les attentes des Français sont également fortes : 91 % des répondants estiment qu'elles auront un rôle majeur à jouer dans le contexte post-crise (dont 49 % un rôle primordial). En matière de priorisation, 46 % citent en premier lieu la relocalisation de certaines activités, 43 % la préservation de l'emploi des salariés et 40% une meilleure prise en compte de leur bien-être. Dans une moindre mesure, ils sont 33 % à relever l'importance de faire évoluer leurs pratiques actuelles de fonctionnement (modes de communication, télétravail...) et 28 % à souhaiter qu'elles réduisent leur impact environnemental. Si les Français s'accordent sur le rôle que les entreprises ont à jouer pour construire le monde de demain, ils affichent cependant un certain scepticisme quant à leur capacité à opérer de véritables changements afin d'accompagner les transformations en cours. En effet, pour 34 % d'entre eux, l'organisation des entreprises au sortir de la crise demeurera inchangé.

Pour Wilfrid Petrie, Directeur Général Adjoint d'ENGIE en charge d'ENGIE Solutions « *La crise de nous traversons crée une rupture profonde dans nos modes de vie et de consommation. Les Français nourrissent des attentes fortes quant au monde de demain qui convergent vers une nécessité de réinvestir et reconsidérer les territoires de proximité, qui constituent leurs lieux de vie et de travail. Les collectivités locales et les entreprises sont en première ligne pour accompagner ces transformations et adopter des pratiques qui soient plus durables, résilientes et qui encouragent le développement économique des territoires. Pour autant, les Français affichent un certain scepticisme quant à leur capacité à véritablement les mettre en œuvre.*



Parce que les entreprises et les collectivités qui sortiront renforcées de cette crise seront celles qui auront su créer les conditions de la confiance avec les citoyens en répondant à leurs attentes, ENGIE Solutions s'investit de cette responsabilité de les accompagner dans cette transition majeure en développant des dispositifs qui répondent à leurs nouveaux impératifs en matière de transition énergétique, de verdissement des énergies et de réinvention des lieux de vie et de travail ».

A propos d'ENGIE Solutions - www.engie-solutions.com

ENGIE Solutions accompagne les villes, les industries et les entreprises du secteur tertiaire en leur apportant les réponses au défi de la transition énergétique grâce à des offres clés en main et sur-mesure.

Les experts d'ENGIE Solutions mettent tout leur savoir-faire au service de trois objectifs : optimiser l'usage des énergies et des ressources, verdir les énergies et réinventer les environnements de vie et de travail.

ENGIE Solutions, c'est la promesse d'un interlocuteur unique et d'une combinaison d'offres complémentaires qui vont au-delà de l'énergie. S'engageant sur les résultats, les 50 000 collaborateurs, présents sur l'ensemble du territoire (900 implantations), sont capables d'intervenir sur des champs d'action très divers allant de la conception à l'exploitation des infrastructures & services, en passant par le financement, l'installation et la maintenance.

ENGIE Solutions fait partie du groupe ENGIE, groupe mondial de référence dans l'énergie bas carbone et les services, dont l'ambition est de devenir le leader de la transition zéro carbone.

CA : 10 Milliards d'euros

Contact presse ENGIE Solutions : Eugénie Boullenois - 06 03 18 42 67 – eugenie.boullenois@engie.com

Méthodologie de l'enquête

Recueil :

Enquête réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 1 007 Français âgés de 18 ans et plus, interrogés par internet du 5 au 7 mai 2020.

Échantillon :

La représentativité de l'échantillon a été assurée grâce à la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes: sexe, âge et profession de la personne de référence et de l'interviewé, région et catégorie d'agglomération.

Résultats détaillés

SANTÉ, POUVOIR D'ACHAT, ENVIRONNEMENT : LA CRISE RENFORCE LES PRÉOCCUPATIONS DES FRANÇAIS SUR LEURS BESOINS FONDAMENTAUX

Alors que l'épidémie continue de sévir, la santé devient assez logiquement la préoccupation majeure des Français (pour 54 % d'entre eux), notamment pour les seniors (61 % des 65 ans et plus).

Conséquence collatérale à l'épidémie, la crise économique que le pays se prépare à affronter révèle quant à elle de nouvelles inquiétudes parmi les répondants : 42 % se disent préoccupés par leur pouvoir d'achat, tandis que 27 % le sont par l'emploi et 24 % par les inégalités sociales. Ces inquiétudes participent d'un certain pessimisme chez les Français qui sont 64 % à faire part de ce sentiment à l'évocation du Monde de demain. Les jeunes demeurent la catégorie la plus optimiste (42 % des moins de 35 ans) et les femmes, souvent en première ligne dans cette crise, sont les plus pessimistes (68 %).

Dans le même temps, la crise participe à donner une résonance plus forte à des préoccupations déjà présentes chez les Français. C'est le cas de l'écologie qui arrive en troisième position des préoccupations avec plus d'un tiers des répondants qui citent la protection de l'environnement (33 %) et la lutte contre le réchauffement climatique (30 %) comme une priorité.



CONSOMMATION, EMPLOI, PROXIMITÉ : LA CRISE CREE UNE RUPTURE PROFONDE VERS UNE REAPPROPRIATION DES TERRITOIRES

Les Français envisagent la crise comme une transition profonde : **72 % des Français déclarent qu’au sortir de la crise, « rien ne sera comme avant ou presque »**, notamment les femmes (79 %), la catégorie socio professionnelle des employés et des ouvriers (76 %) ainsi que les habitants des agglomérations de moins de 100 000 habitants (73 %).

Parmi les principaux changements de comportement anticipés par les Français, on observe notamment des modifications en matière de consommation (60%), de rapport à l’emploi (59 %) et une reconfiguration de leurs priorités et valeurs (57%), qui ont pour dénominateur commun une volonté forte de se réapproprier leur territoire de proximité.

En effet, parmi les 60 % des répondants qui anticipent une modification de leur manière de consommer, on observe notamment l’envie de faire des achats plus locaux, en circuit court et de privilégier les petits producteurs, surtout lors des courses alimentaires. Ils confient par ailleurs porter une plus grande attention à l’écologie, à la qualité des produits et un certain rejet du consumérisme pointé également.

En matière d’emploi, 59 % des actifs déclarent anticiper un changement de leur rapport au travail et formulent de nouvelles attentes en matière d’emploi. En cohérence avec leurs aspirations à consommer plus local, 46 % des Français considèrent que relocaliser certaines activités doit être une priorité pour les entreprises après la crise et 42 % qu’elles doivent soutenir l’économie locale en privilégiant les circuits courts.

Enfin, parmi les 57 % qui envisagent une reconfiguration de leurs priorités et valeurs, il ressort que ces changements tiennent essentiellement aux rapports qu’ils entretiennent aux autres, notamment leurs proches. Après l’éloignement, les Français sont 36 % à avoir l’intention de profiter davantage de leurs proches et déclarent pour cela ne plus souhaiter courir après le temps voire même être prêts à déménager pour se rapprocher de leur famille. La crise sanitaire aura cependant marqué les comportements et les réflexes de distanciation semblent voués à perdurer chez une part non négligeable de la population.

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET DURABILITÉ DES TERRITOIRES : LES COLLECTIVITÉS LOCALES ET LES ENTREPRISES EN PREMIÈRE LIGNE

Pour les Français, les pouvoirs publics, notamment locaux, et les entreprises doivent se réinventer afin d’accompagner la sortie de crise tout en soutenant l’économie locale et en perpétuant la transition écologique à l’œuvre dans les territoires.

Si l’État est majoritairement cité comme devant jouer un rôle « primordial » (73 % pour 93 % qui jugent ce rôle au moins « important »), les collectivités locales sont l’acteur qu’ils sont les plus nombreux à considérer comme devant jouer un rôle important (96 %, dont 67 % qui estiment ce rôle « primordial »). Les ordres de grandeurs restent les mêmes pour les autres acteurs : 94 % des répondants estiment que la société civile aura un rôle d’importance et 91% pensent de même pour les entreprises. Les associations devront elles aussi prendre leur part selon 84% des Français.

Les Français considèrent que la priorité première des collectivités locales devra être de soutenir les commerçants locaux (pour 62 % d’entre eux). Le fait de rendre les villes plus vertes et durable arrive en seconde position avec 41 % des répondants, puis rénover les logements insalubres ou vétustes (41 %) et revoir la mobilité au sein de la ville (38 %). Une majorité de citoyens considère par ailleurs comme souhaitable que soit revu l’aménagement des communes (81 % dont 31 % qui pensent que cela devra être fait « en profondeur »). Les plus nombreux à le souhaiter sont les 50 ans et plus (86 %) et les habitants d’agglomération de plus de 100 000 habitants (84 %). Pour ces derniers, il



semble logique qu'un réaménagement des espaces de la ville intervienne afin de permettre une meilleure distanciation.

Pour ce qui est des entreprises, les attentes des Français sont également fortes : 91 % des répondants estiment qu'elles auront un rôle majeur à jouer dans le contexte post-crise (dont 49 % leur attribuent un rôle « primordial », dont 55 % des salariés du secteur privé). En matière de priorisation, 46 % citent en premier lieu la relocalisation de certaines activités comme une priorité pour les entreprises, 43 % la préservation de l'emploi des salariés et 40% une meilleure prise en compte de leur bien-être. Dans une moindre mesure, ils sont 33% à relever l'importance de faire évoluer leurs pratiques actuelles de fonctionnement (modes de communication, télétravail, ...) et 28 % à souhaiter qu'elles réduisent leur impact environnemental.