

## NOTE DE CONJONCTURE SOCIÉTALE

# *2016 À Paris comme ailleurs :* FLUCTUAT NEC MERGITUR

**CONFIDENTIEL**

Document réservé aux souscripteurs du système d'enquête  
« Conditions de vie et aspirations »

**Lucie Brice, Patricia Croutte, Emilie Daudey, Nelly Guisse, Sandra Hoibian, Franck Lehuède**

142, rue du Chevaleret  
75013 PARIS

Tél. 01 40 77 85 32  
Fax 01 40 77 85 09



# Table des matières

---

<b>AVANT-PROPOS MÉTHODOLOGIQUE.....</b>	<b>3</b>
<b>PRINCIPAUX RÉSULTATS.....</b>	<b>4</b>
<b>I. EFFETS DES ATTENTATS DU 13 NOVEMBRE .....</b>	<b>5</b>
1. Un sentiment de peur et la crainte d'un vivre ensemble fragilisé.....	5
2. Les craintes sécuritaires restent au niveau de celles exprimées l'an dernier .....	6
3. Un mal-être intériorisé ?.....	8
4. Un besoin d'ordre qui dépasse le champ sécuritaire .....	10
<b>II. MAINTENIR LA COHÉSION SOCIALE EN FRANCE : L'ENTRAIDE ET L'ÉDUCATION CONTRE LE REPLI SUR SOI.....</b>	<b>11</b>
1. La peur d'une société fragilisée par le repli communautaire.....	11
2. La confiance dans les autres n'est pourtant pas entamée.....	12
3. De fortes attentes à l'égard de l'école .....	12
<b>III. L'ENVIE DE VIVRE PLEINEMENT ET LIBREMENT .....</b>	<b>14</b>
1. Pour la première fois, les Français en faveur de l'adoption pour les couples de même sexe sont majoritaires .....	14
2. Profiter de la vie en donnant plus de place aux loisirs.....	15
<b>IV. MORAL ÉCONOMIQUE : LA LÉGÈRE EMBELLIE DE 2015 SE PROLONGE.....</b>	<b>17</b>
1. Le moral économique se maintient .....	17
2. Les Français en attente d'une augmentation de leur pouvoir d'achat .....	20
3. Le retournement de la courbe du chômage attendu par les Français.....	21
4. Un léger mieux économique qui redonne un certain souffle.....	22
5. Quelques critiques s'élèvent, à la marge, contre les entreprises .....	22
<b>V. LES FRANÇAIS ATTENDENT QUE LES ENTREPRISES S'OCCUPENT PLUS D'ENVIRONNEMENT.....</b>	<b>24</b>
1. Un léger regain d'intérêt pour l'environnement suite à la COP21 .....	24
2. Les entreprises responsabilisées .....	25
<b>VI. LES PRATIQUES COLLABORATIVES APPRIVOISÉES.....</b>	<b>27</b>
1. Des pratiques aujourd'hui bien installées dans les comportements de consommation des Français.....	27
2. Les motivations mercantiles aux pratiques collaboratives, toujours dominantes, reculent face à l'essor des valeurs de partage.....	28
<b>VII. EN FILIGRANE, UN BESOIN DE RECONNAISSANCE .....</b>	<b>31</b>
<b>VIII. UNE TYPOLOGIE DE L'OPINION .....</b>	<b>34</b>
1. L'Espace général des Opinions au début 2016 : approche méthodologique.....	35
2. Cinq groupes de Français, aux idées et positionnements bien tranchés.....	37

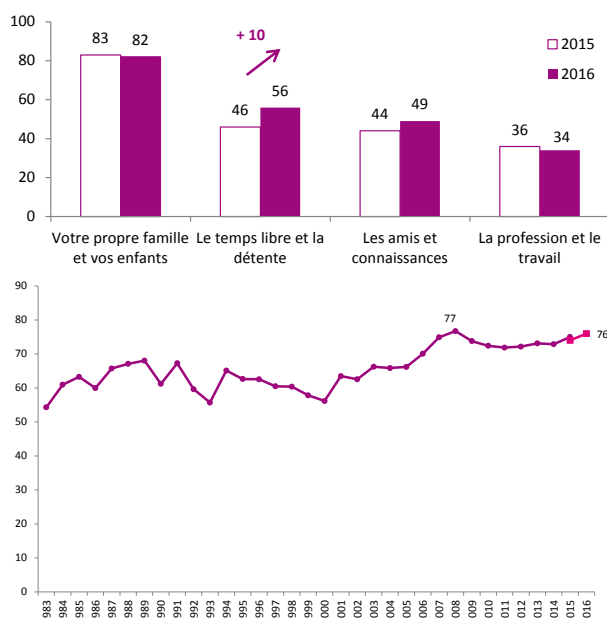
## Avant-propos méthodologique

L'enquête a été réalisée au début de l'année 2016 (décembre 2015- janvier 2016), auprès d'un panel en ligne de **3 050** interviewés habitant sur tout le territoire français (France métropolitaine, Corse et DOM-TOM) âgés de 15 ans et plus, sélectionnés selon la méthode des quotas. Ces quotas (région, taille d'agglomération, âge, sexe, habitat individuel ou collectif et catégorie socioprofessionnelle) ont été calculés d'après le dernier recensement général de la population, actualisé grâce à l'enquête Emploi et aux données démographiques de l'INSEE. Par ailleurs, les résultats ont été redressés par une variable qui tient compte à la fois de l'âge et du diplôme.

Afin d'assurer la représentativité par rapport à la population nationale, un redressement final a été effectué<sup>1</sup>. Les enquêtes des vagues précédentes étaient menées en face-à-face sur un échantillon de 2 000 personnes et sur un champ plus restreint : les individus de 18 ans et plus, résidant en France métropolitaine, hors Corse. La vague d'enquête de janvier 2015 a été menée, à l'identique, parallèlement en face-à-face et en ligne, ce qui permet d'assurer la **continuité des indicateurs**<sup>2</sup>.

Dans l'ensemble du document, les graphiques présentant un historique respectent la règle suivante:

- Lorsque seule la comparaison 2015/2016 est effectuée, nous avons privilégié les chiffres de l'enquête en ligne de manière à commenter les évolutions à **mode de collecte constant**.
- Lorsque la comparaison porte sur un **historique plus long : l'ensemble des résultats sont présentés avec des légendes différentes selon le mode de collecte** (face-à-face/ on line). Dans l'exemple ci-dessous, les années des enquêtes en face-à-face sont symbolisées par des ronds et les années des enquêtes en ligne par des carrés.



<sup>1</sup> Pour plus de précisions sur les caractéristiques techniques de l'enquête, on pourra se reporter au rapport intitulé « Premiers résultats de la vague de début 2016 » (CREDOC, à paraître) où l'on trouvera, par ailleurs, les résultats de l'ensemble des questions généralistes de l'enquête.

<sup>2</sup> Un travail d'analyse des différences liées au mode de collecte a été mené en partenariat avec des chercheurs de l'Ined et de l'INSERM. A paraître : Patricia Croutte, Emilie Daudey, Sandra Hoibian, CREDOC, Stéphane Legleye, INED, Université Paris-Saclay, Univ. Paris-Sud, UVSQ, CESP, INSERM, Villejuif, France et Géraldine Charrance, INED, *Une approche de l'effet du passage sur Internet d'une enquête en population générale*

Ce travail a notamment permis de mettre à jour les variables sur lesquelles le changement de mode de collecte avait un impact, de celles sur lesquelles il était sans aucun ou avec un effet très limité.

## Principaux résultats

---

L'année 2016 est marquée par de nombreux évènements et mouvements sociétaux :

1. **Les attentats de novembre 2015** ont largement marqué l'opinion, qui témoigne d'un fort sentiment de peur, surtout chez les catégories aisées, les jeunes et les seniors, et craint les effets délétères de ces évènements tragiques sur le vivre ensemble.
2. Le **phénomène de repli sur soi, ou communautaire** inquiétant nos concitoyens ne s'observe pourtant pas dans nos différents indicateurs, qu'il s'agisse de la confiance en autrui, ou du regard porté sur l'immigration.
3. **Les craintes sécuritaires** restent à un niveau élevé, proche de celui observé l'an dernier après les attentats de Charlie Hebdo et de l'Hyper cacher, mais moins fortes qu'après le 11 septembre 2001. La population affiche un certain détachement par rapport à différents risques du quotidien, et semble avoir d'une certaine manière intériorisé ses inquiétudes comme en témoigne une augmentation des maux psychiques (maux de dos, de tête, insomnies, etc). Le **besoin d'ordre** continue sa lente et certaine progression, mais il dépasse largement les questions de sécurité pour renvoyer à de nombreux sources d'insécurité (professionnelles, écologiques, etc)
4. Par défi ? les Français ont encore plus envie que par le passé de **profiter de leur vie**, et en particulier de leurs **loisirs** et de leurs amis. Ils soutiennent également particulièrement les **libertés individuelles** et pour la première fois une majorité de Français voit d'un œil favorable l'homoparentalité.
5. La **légère embellie de 2015 du moral économique se poursuit**. Les Français restent très pessimistes, mais, plusieurs signaux sont enfin timidement au vert pour la deuxième année consécutive, après huit années de crise : le sentiment de restriction diminue, la population anticipe une baisse du chômage, les opinions sur le niveau de vie s'améliorent un peu. La population se déclare même un peu plus souvent heureuse, donnant le sentiment à l'instar de la devise de Paris que si le bateau est battu par les flots, il ne coule pas.
6. **L'environnement**, passé en second plan des préoccupations pendant plusieurs années, est un peu plus à l'honneur, notamment dans la suite de la COP 21.
7. Les **pratiques collaboratives** se développent, se diffusent et les avantages qui leur sont associées semblent se diversifier : au-delà des premières motivations pécuniaires s'ajoutent un peu plus l'espoir que ces pratiques nourriront des nouvelles formes de lien social.
8. En filigrane, la population n'a jamais eu autant besoin d'être reconnue, écoutée, valorisée, intégrée dans les processus de décisions, tant le besoin de **construire un récit de soi, valorisé par autrui** est devenu le moteur de la construction des identités individuelles.

La note de conjoncture sociétale du CRÉDOC est élaborée à partir de l'enquête annuelle « Conditions de vie et aspirations », réalisée en ligne auprès d'un échantillon représentatif de la population française comprenant en 2016 3 050 personnes (méthode des quotas). Les analyses portent en particulier sur les résultats de la vague du début 2016, mais aussi sur l'ensemble des vagues d'enquêtes réalisées chaque année depuis 1979. C'est un outil d'analyse privilégié de la conjoncture et des grandes tendances sociétales qui se dégagent sur une longue période.

## I. Effets des attentats du 13 novembre

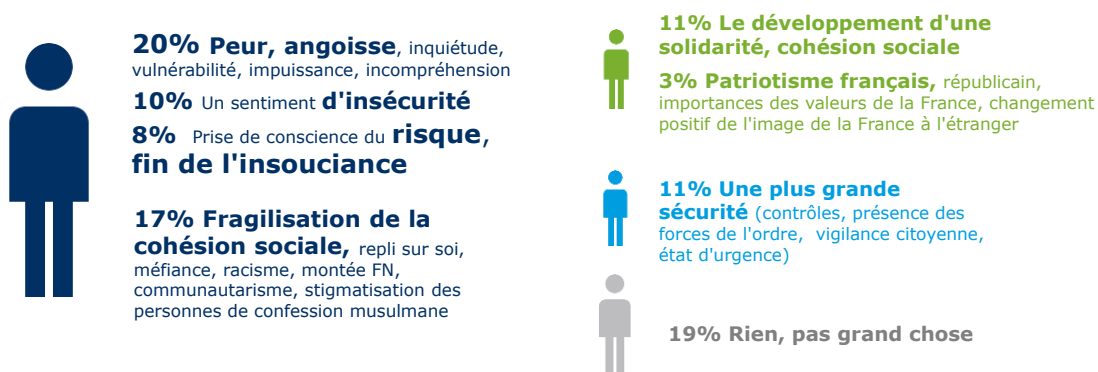
### 1. Un sentiment de peur et la crainte d'un vivre ensemble fragilisé

« Trois heures d'horreur, 130 morts, près de 400 blessés, et un pays à jamais transformé ». C'est ainsi que le Parisien résume les attentats perpétrés dans la soirée du 13 novembre 2015 à Paris en France. Ces attentats, revendiqués par Daech l'organisation terroriste dite État islamique à Saint-Denis, aux abords du stade de France, où se joue un match amical de football France-Allemagne— auquel assiste le Président de la République ; dans plusieurs rues des 10<sup>e</sup> et 11<sup>e</sup> arrondissements, où trois individus mitraillent des terrasses de cafés et de restaurants; et dans la salle de spectacle du Bataclan ont secoué la France. Hommages dans de très nombreux pays du monde, état d'urgence, débats sur la déchéance de nationalité des terroristes bi-nationaux, ... les conséquences de ces événements semblent nombreuses et difficiles à prévoir. Interrogée sur les effets possibles des attentats en France, la population perçoit, quant à elle, **deux grands types d'impact** sur la société française.

- D'abord et avant tout, « **un climat de peur** », « **un sentiment de vulnérabilité** » domine dans les discours : un Français sur cinq en fait état. Dans la même veine, l'insécurité est évoquée par 10%, et 8% évoquent « **une prise de conscience** » du danger, de la gravité de la situation, et le sentiment que « **ça n'arrive pas qu'aux autres** ».
- Le deuxième grand registre exprimé par nos concitoyens a trait à la **fragilisation de la cohésion sociale** : la méfiance qui s'insinue dans les relations ; « **la montée du racisme et de la haine** » et des préjugés envers les « **migrants** », les « **musulmans** », ou les « **immigrés maghrébins** ».

#### Graphique 1 – Les deux principaux effets perçus des attentats du 13 novembre : la peur et la fragilisation de la cohésion sociale

Selon vous, qu'est-ce que les attentats du 13 novembre 2015 en région parisienne ont changé en France ?  
Question ouverte, principales réponses (supérieures à 5% de l'échantillon)



Source : CRÉDOC, enquête « Conditions de vie et Aspirations », 2016

Au total, **près d'une personne sur deux (48% exactement) mentionne un impact négatif des attentats** sur la France. Seule une petite minorité (15%) évoque quelques conséquences **plus positives** : 11% décrivent un sursaut de solidarité « *Les Français savent rester unis et solidaires quand ils le veulent* », 3% mettent en avant la prise de conscience, la fierté des valeurs du modèle français : la « *prise en compte de la chance d'être Français* », un certain patriotisme.

11% mettent en avant l'état d'urgence, un déploiement plus important des forces de l'ordre, une vigilance citoyenne. Dans laquelle, certains, moins nombreux (3%) voient une atteinte à la liberté. D'autres idées, plus minoritaires sont aussi évoquées : les conséquences pour l'économie et le tourisme (3%), une certaine morosité, « *sinistrose* » (2%), l'incapacité du gouvernement à agir (2%) ou au contraire les virages politiques

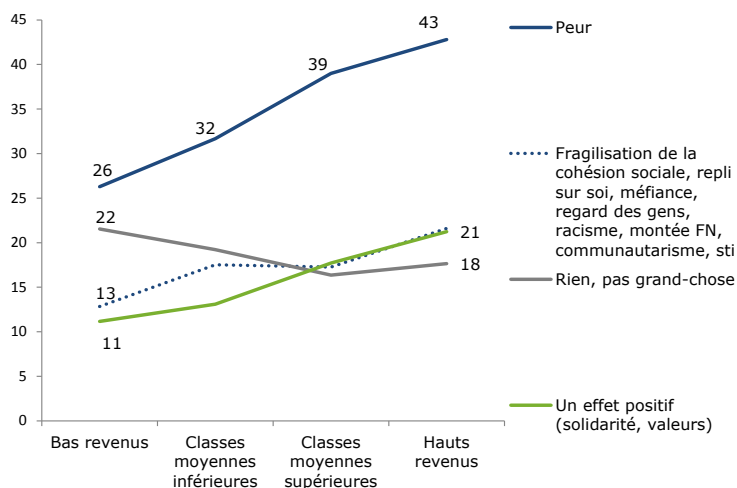
(2% également), les tensions internationales et les craintes de guerre (1%), une plus grande considération pour les forces de l'ordre, l'envie plus grande de vivre et de profiter de la vie.

Enfin, une part non négligeable de la population, **une personne sur cinq (19%) ne considère que les attentats n'ont rien changé en France** ou pas grand-chose. **Les bas revenus, et les jeunes seniors sont les plus détachés** de l'évènement. La **peur culmine aux deux extrémités de l'échelle des âges** : chez les plus jeunes, qui s'identifient probablement plus fortement aux victimes des attentats, et les plus âgés, traditionnellement plus inquiets. Le sentiment de crainte **grandit fortement à mesure que le niveau social s'élève**. Les **hauts revenus en particulier** balayent plus largement les conséquences possibles : ils s'inquiètent à la fois davantage des effets possiblement délétères des attentats sur le vivre ensemble, mais perçoivent également plus souvent des effets positifs sur la solidarité ou les valeurs. Et surtout 43% d'entre eux expriment l'angoisse, l'inquiétude qui les a saisis suite aux événements tragiques (contre 20% en moyenne). Le taux est d'autant plus marquant que ces publics sont, en règle générale, moins inquiets et préoccupés dans leur quotidien par les questions d'insécurité. L'identification de ces derniers avec les victimes des attentats est vraisemblable : les hauts revenus sont en effet plus consommateurs de sorties et loisirs ; ils entretiennent une plus grande proximité avec la capitale, à la fois car ils sont nombreux à résider dans l'agglomération parisienne (25% contre 16% en moyenne) ou s'y rendent probablement plus régulièrement dans la mesure où ces groupes sont plus mobiles à la fois dans leur trajectoire de vie ou de par leur habitude des voyages. Toutefois la proximité géographique ne suffit pas à expliquer la force de leurs craintes qui **dépasse de loin celles des habitants de l'agglomération parisienne** (33% expriment ce sentiment).

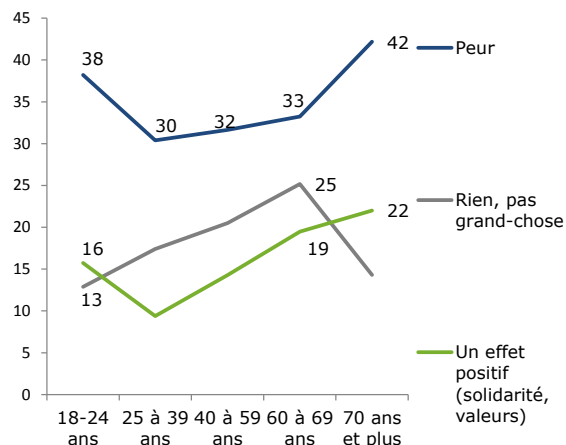
### Graphique 2 – Les deux principaux effets perçus des attentats du 13 novembre : la peur et la fragilisation de la cohésion sociale

« Selon vous, qu'est-ce que les attentats du 13 novembre 2015 en région parisienne ont changé en France ? »  
Question ouverte, principales réponses (supérieures à 5% de l'échantillon), en %

#### Selon le niveau de revenus



#### Selon l'âge



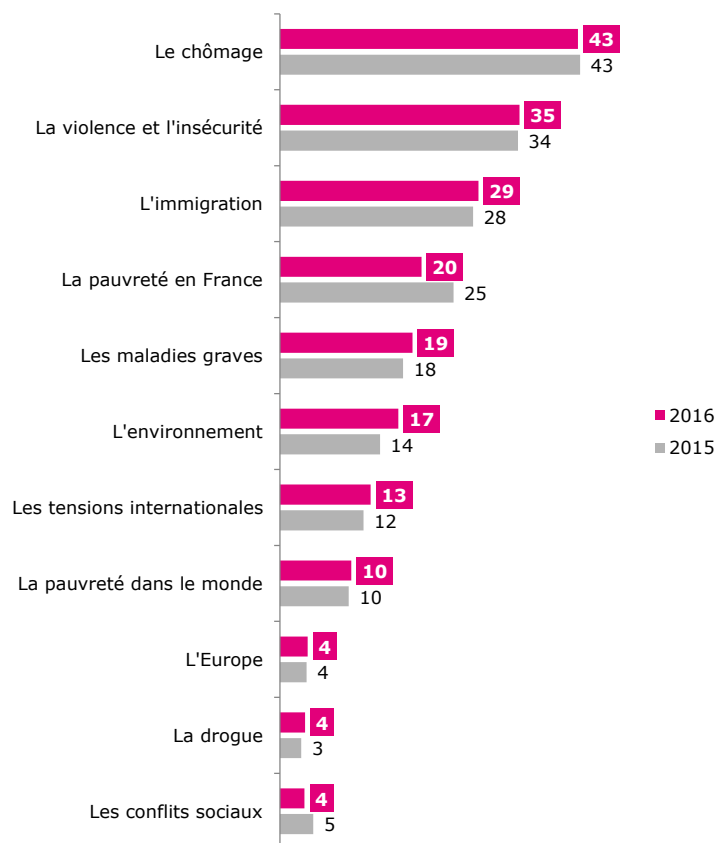
Source : CRÉDOC, enquête « Conditions de vie et Aspirations », 2016

## 2. Les craintes sécuritaires restent au niveau de celles exprimées l'an dernier

Compte tenu de l'ampleur médiatique et sociétale prise par les attentats de Charlie Hebdo et de l'Hyper cacher au début 2015 et à nouveau par les attentats du 13 novembre, le niveau de peur exprimé dans les paroles des interviewés pouvait laisser supposer que les préoccupations de l'opinion se focalisent cette année sur la **question de la violence et de l'insécurité**.

Or les préoccupations des Français n'ont pas subi de bouleversement par rapport à celles observées l'an dernier. Le **chômage** arrive toujours en tête même si, par rapport aux années antérieures, il n'est plus aussi prédominant : 43% de nos concitoyens le citent parmi leurs deux principales préoccupations (Cf. chapitre IV, p.17).

**Graphique 3 – Une hiérarchie des préoccupations inchangée**  
« Parmi les sujets suivants, quels sont les deux qui vous préoccupent le plus ? », en %

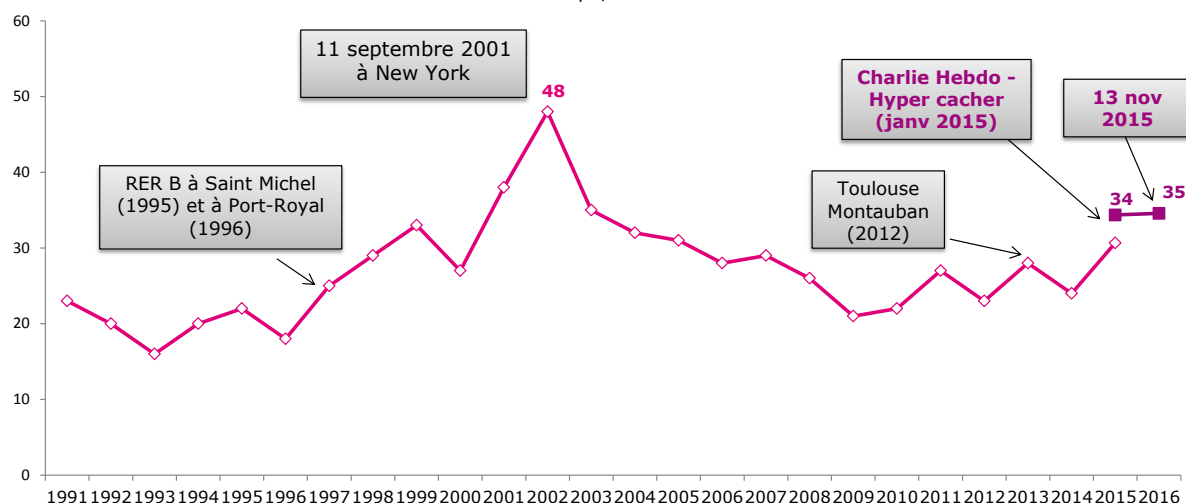


Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

Les préoccupations vis-à-vis de la violence et l'insécurité sont élevées (35%), mais finalement, ces craintes restent **contenues par rapport à celles qui avaient été observées par le passé**. Elles sont, tout d'abord, loin d'atteindre le pic qui avait été atteint suite aux attentats du 11 septembre à New York qui avaient, à l'époque, beaucoup plus fortement marqué l'opinion. Elles restent quasiment (+1 point) au niveau de celles observées l'an dernier, juste avant les attentats de Charlie Hebdo. Autre indicateur convergent, le sentiment de ne pas être, personnellement, en sécurité dans sa vie quotidienne progresse, lui aussi, de manière très limitée : 18% de la population, +2 points par rapport à l'an dernier. Doit-on comprendre que le terrorisme fait aujourd'hui partie du **paysage** ; doit-on y voir une sorte d'effet d'accoutumance ?

### Graphique 4 – Les préoccupations pour la violence et l'insécurité restent contenues

Proportion de personnes citant « la violence et l'insécurité » parmi les deux sujets qui les préoccupent le plus au sein d'une liste de onze thèmes incluant Le chômage, Les maladies graves, La dégradation de l'environnement, La pauvreté en France, La pauvreté dans le monde, La drogue, La violence et l'insécurité, Les tensions internationales, Les conflits sociaux, L'immigration, L'Europe, en %



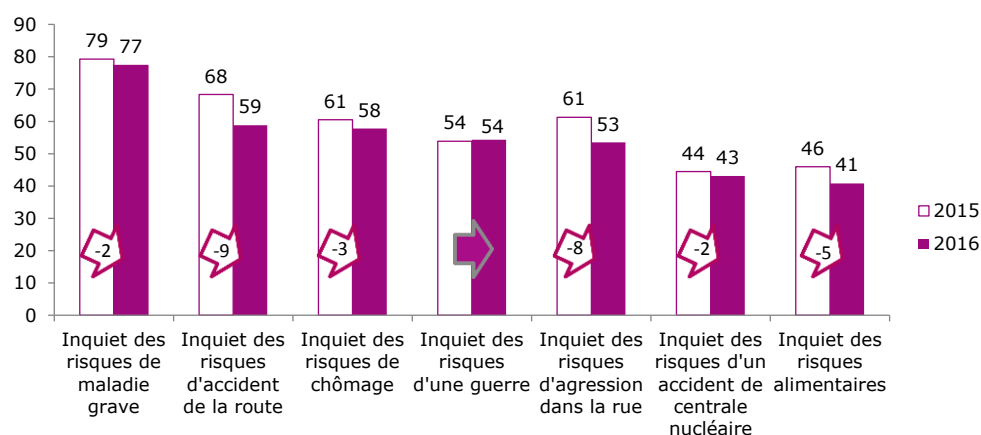
Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

### 3. Un mal-être intériorisé ?

Les **priorités** et soucis ou inquiétudes du quotidien semblent, d'une certaine façon, revisités. Les Français se montrent moins inquiets des risques d'agression dans la rue (-8 points), des risques d'accident de la route (-9 points) ; les risques alimentaires semblent moins importants (-5 points), et même le chômage, la crainte d'un accident de centrale nucléaire ou la probabilité de tomber malade occupent moins les esprits (-2 ou -3 points). Seuls les risques de guerre inquiètent autant que l'an passé. Ce regard empreint d'un certain détachement vis-à-vis des inquiétudes du quotidien s'accompagne, pourtant, de signes dénotant une certaine forme **d'intériorisation**. On décompte davantage de personnes déclarant avoir souffert d'un état dépressif dans les quatre semaines ayant précédé l'enquête (+4 points), une certaine nervosité est plus présente (+5 points), la population se plaint davantage de maux de tête (+4 points) ou de maux de dos (+4 points).

### Graphique 5 – Les inquiétudes vis-à-vis des risques du quotidien sont moins fortes

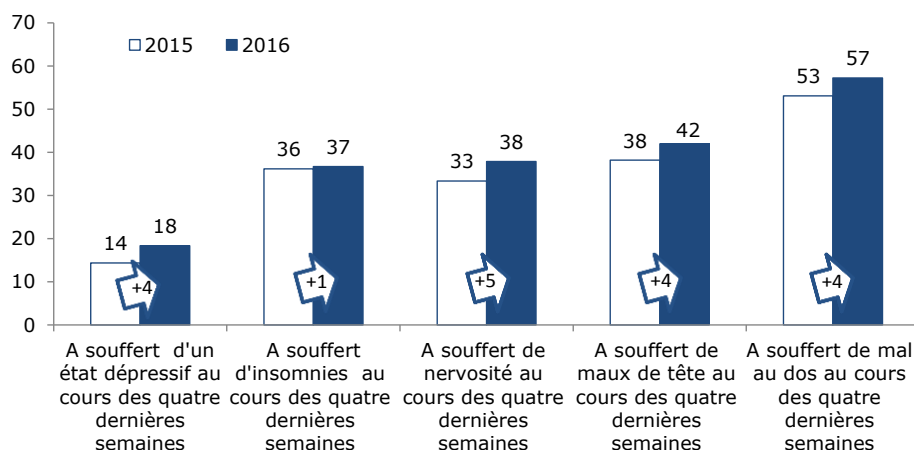
Proportion de personnes beaucoup ou assez inquiètes vis-à-vis de différents risques, en %



Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »



**Graphique 6 – Les maux psychiques sont plus marqués, en %**



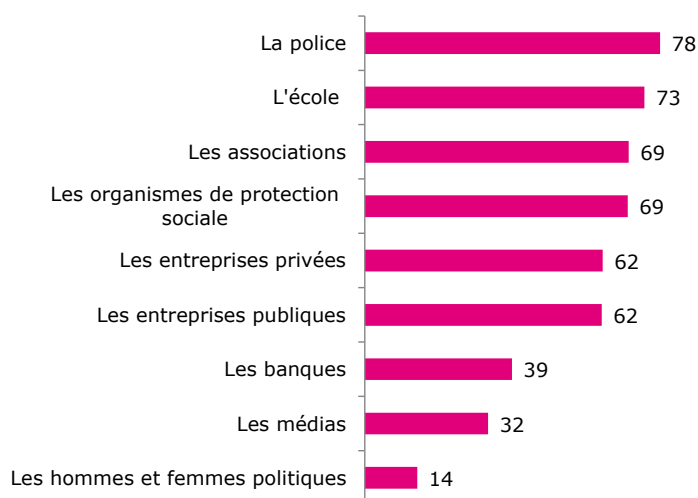
Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

Autre signe de ces inquiétudes, notons le très grand crédit dont jouit **la police en ce début 2016** : 78% de nos concitoyens lui accordent leur confiance. Un niveau qui place la police parmi les institutions les plus valorisées, devant l'école, les associations, les organismes de protection sociale... et très loin devant les médias et le gouvernement qui, depuis longtemps, ferment la marche.

Les 22% de nos concitoyens défiants vis-à-vis de la police sont un peu surreprésentés parmi les jeunes, les peu diplômés ou les individus qui se classent eux-mêmes parmi les « défavorisés ». La défiance dans la police va de pair avec un sentiment d'insécurité dans la vie quotidienne et une faible satisfaction vis-à-vis du cadre de vie. Ces publics sont aussi **fréquemment en rupture avec toute forme d'organisation** : ils expriment ainsi une défiance à l'égard de nombreuses institutions, banques, entreprises, associations, etc. Ils déclarent plus souvent que les autres ne pas voter et sont plus souvent en faveur de plus de liberté en France.

**Graphique 7 –Panorama de la confiance**

« Globalement avez-vous confiance dans les acteurs suivants ? »  
Cumul des réponses « Très confiance » et « Plutôt confiance », en %



Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

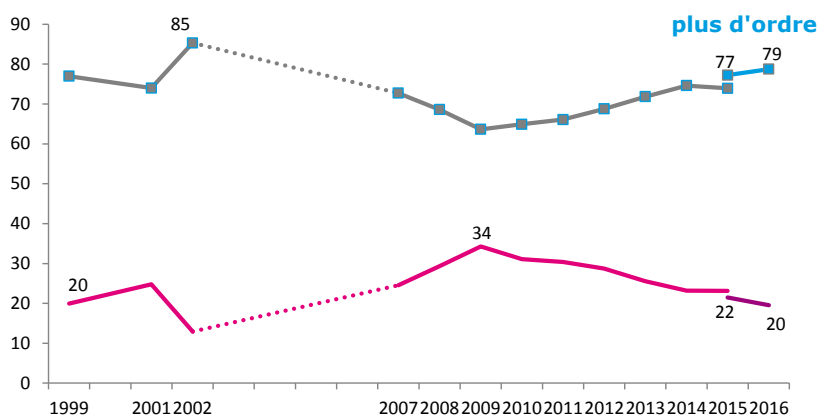
#### 4. Un besoin d'ordre qui dépasse le champ sécuritaire

Crise économique, crise des migrants, crise européenne, crise écologique, crise de la dette, attaques terroristes... les menaces semblent si nombreuses et répétées ces dernières années, qu'elles nourrissent un sentiment de vivre dans un **univers incertain et insécurisant**. Depuis 2008, la proportion de Français qui réclament une société avec « **plus d'ordre** » (plutôt que davantage de liberté) progresse année après année. La légère augmentation de la **demande d'ordre** entre 2015 et 2016 (+2 points) vient ainsi poursuivre le mouvement amorcé dès 2009, avant les attaques terroristes.

Les personnes les plus en demande d'ordre se retrouvent ainsi parmi des publics très différents : individus préoccupés par l'immigration, la violence et l'insécurité, septuagénaires, mais aussi classes moyennes (tarabustées par le sentiment de déclassement), personnes inquiètes des risques de chômage pour elles-mêmes ou leurs proches... Se nourrissant ainsi d'une multitude de facteurs d'incertitude et d'inquiétude (tant sur le plan sécuritaire qu'économique), le **besoin d'ordre** est quasiment aujourd'hui de même envergure qu'au moment de l'effondrement des Twin towers. La mise en place de l'Etat d'urgence, récente et provisoire à l'époque de l'enquête (décembre 2015 - janvier 2016), ne semble pas suffisante à apaiser ce besoin.

##### Graphique 8 – La demande pour plus d' « ordre » dans la société progresse

Proportion de personnes qui estiment que la société française a besoin de beaucoup plus d'ordre (vs. un peu plus d'ordre ou plus de liberté) pour mieux fonctionner, en %



Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

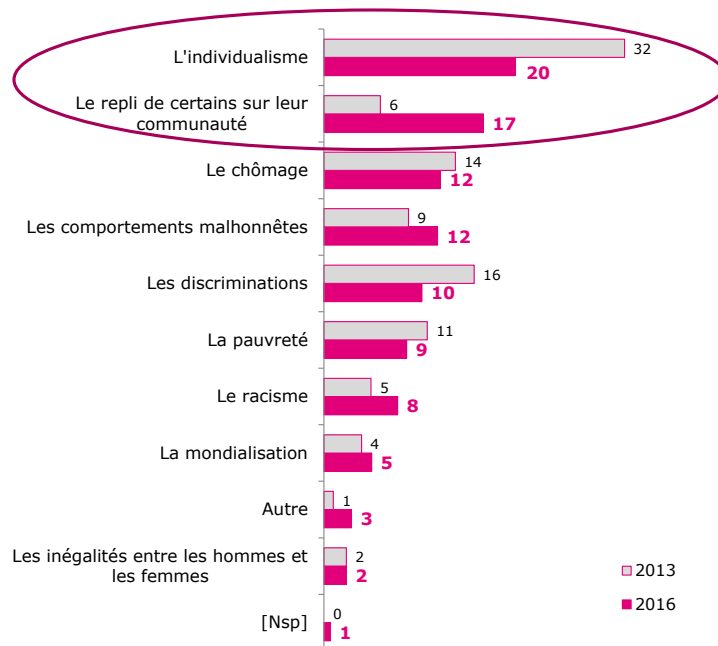
## II. Maintenir la cohésion sociale en France : l'entraide et l'éducation contre le repli sur soi

### 1. La peur d'une société fragilisée par le repli communautaire

Nombreux sont donc les Français qui expriment, avec leurs mots, le sentiment que la tuerie du Bataclan et les autres événements tragiques du 13 novembre auront des conséquences sur la force de la cohésion sociale. Pendant plusieurs années, l'individualisme était, loin devant tous les autres facteurs proposés (chômage, pauvreté, discriminations, mondialisation, etc.), considéré comme le principal obstacle du vivre ensemble. Le désir des uns et des autres d'assouvir librement et prioritairement leurs besoins et aspirations personnelles était ainsi perçu comme le primat d'un « chacun pour soi » antinomique avec toute possibilité d'une société unie. Si l'**individualisme** reste toujours en tête des facteurs de fragilité des liens sociaux (20% des réponses), il inquiète beaucoup moins (-12 points/ 2013). La médiatisation de manifestations de solidarité, notamment face aux attentats (l'initiative #PorteOuverte à titre d'exemple) a peut-être donné le sentiment à nos concitoyens que, placés en situation difficile, les individus savaient faire preuve de solidarité. Mais, plus probablement, au vu des autres réponses, c'est la crainte d'un **repli communautaire** qui semble aujourd'hui plus souvent qu'hier, créer des lignes de fracture dans la société (+11 points par rapport à 2013). Finalement l'intégration dans des communautés, valorisant pourtant davantage le collectif que l'individu, apparaît aujourd'hui davantage facteur de cloisonnement que de rassemblement.

**Graphique 9 – Le développement d'une peur du repli communautaire**

« Selon vous, qu'est-ce qui, aujourd'hui en France, fragilise le plus la cohésion sociale ? », en %



Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

Les freins à la cohésion sociale apparaissent en 2016 davantage liés à des questions **d'appartenance culturelle ou comportementale** - comportements malhonnêtes (+3) et racisme (+3) - **qu'à des questions socioéconomiques** : le chômage (-2 points) et la pauvreté (-2 points) sont moins souvent pointés du doigt.

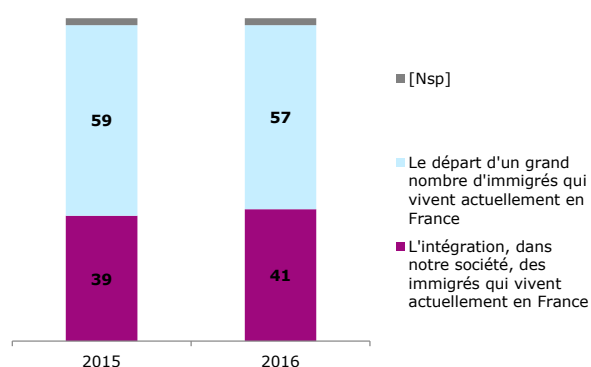
## 2. La confiance dans les autres n'est pourtant pas entamée

Au-delà des attaques terroristes, l'accroissement du nombre de migrants tentant de rejoindre l'Union Européenne, les débats politiques entourant la gestion de la crise humanitaire et des possibilités d'accueil, ont marqué l'actualité de l'année 2015. Cette série d'événements auraient pu laisser présager - comme le pensent d'ailleurs la population - une montée de la peur de l'autre et du repli sur soi.

Les différents indicateurs présents dans l'enquête Conditions de vie et Aspirations montrent que **l'actualité – si anxiogène et dense qu'elle ait été en 2015 – n'a pas bouleversé les opinions. L'immigration** reste certes une source récurrente de préoccupation des Français (29% des interviewés la cite en 1ère ou 2ème position) mais dans des proportions quasi identiques à celles observées en 2015 (+1 point). De même, une majorité de la population indique toujours souhaiter le départ d'un grand nombre d'immigrés (57% en 2016, - 2 points par rapport à l'année dernière), plutôt que leur intégration, mais le ratio reste dans la continuité des années précédentes. Plus généralement, la possibilité d'accorder sa confiance aux autres est également très peu affectée par le contexte actuel, et se maintient à un niveau proche de celui observé depuis 2011 (47% de Français confiants vs. 52% de Français méfiants). Et la proportion de personnes jugeant la cohésion sociale importante dans leur vie est même en légère progression (24%, +2 points).

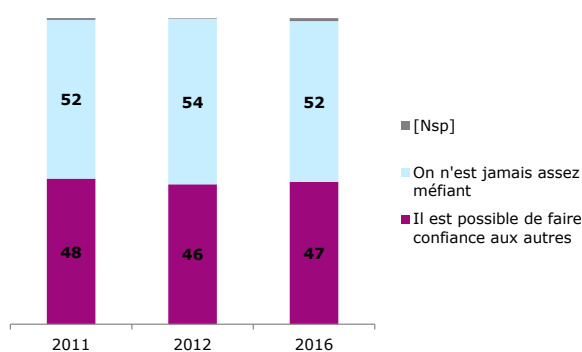
**Graphique 10 Une quasi-stabilité des opinions sur le traitement des immigrés vivant en France**

« Vous, personnellement, souhaiteriez-vous que dans les prochaines années, on favorise en priorité ? », en %



**Graphique 11 – Une stabilité de la confiance dans les autres**

« Et en règle générale, pensez-vous qu'il est possible de faire confiance aux autres ou que l'on n'est jamais assez méfiant ? », en %



Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

## 3. De fortes attentes à l'égard de l'école

Stressés par la crise, n'ayant plus confiance dans les institutions et leur capacité d'infléchir le réel, inquiets des risques de déresponsabilisation du modèle social et valorisant la liberté et l'autonomie individuelle, les Français voient depuis plusieurs années **l'individu** à la fois comme l'un des principaux ennemis, mais aussi comme l'une des principales ressources et moteurs du vivre ensemble (baromètre cohésion sociale 2011 à 2014) : **les efforts de chacun pour vivre ensemble** arrivent ainsi, année après année, en tête des facteurs renforçant la cohésion sociale selon la population.

Les Français mettent ensuite davantage en avant cette année l'importance des processus d'**entraide collectifs, socialisés**. La solidarité **familiale est davantage mise en avant** (+3 points). L'insertion dans des cercles **associatifs** (+1 point) est aussi plus citée. **L'école** est aussi plus particulièrement valorisée cette année (25%, +2 points), probablement parce qu'elle joue à la fois un rôle d'intégration sociale, en proposant aux enfants des moments d'échange et de socialisation, et constitue un vecteur de transmission de valeurs permettant de « faire société ». Les vertus de l'école sont louées par des personnes aux opinions très diverses,

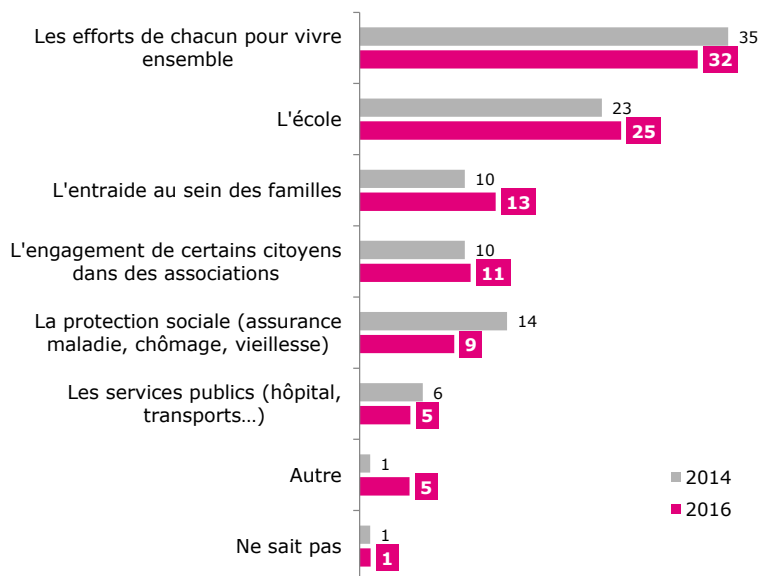
qu'elles soient inquiètes des tentations de repli communautaire, ou pointant les dangers de la montée du racisme et des discriminations.

De fait, suite aux attentats, l'école a été beaucoup mobilisée : organisation de minutes de silence, formation de cellules psychologiques dans les établissements d'Île de France<sup>3</sup>, cours d'instruction civique et création d'outils pédagogiques dédiés par des journaux ou sites en ligne<sup>45</sup> ou par l'Éducation Nationale<sup>6</sup>.

Finalement, les processus de socialisation semblent de manière symétrique inquiéter un peu plus la population au travers des dangers liés à un repli communautaire, mais aussi davantage se parer de vertus intégratrices.

### Graphique 12 – Les efforts de chacun et l'école restent au cœur du renforcement de la cohésion sociale

« Selon vous, aujourd'hui en France, qu'est-ce qui contribue le plus à renforcer la cohésion sociale ? », en %



Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

<sup>3</sup> Une minute de silence dans les établissements scolaires lundi, Article du Figaro du 14/11/16. <http://www.lefigaro.fr/actualite-france/2015/11/14/01016-20151114ARTFIG00229-une-minute-de-silence-dans-les-etablissements-scolaires-lundi.php>

<sup>4</sup> « Minute de silence : dans les écoles, des comportements « moins polémiques » qu'en janvier », Article des Echos du 16/11/16. [http://www.lesechos.fr/16/11/2015/lesechos.fr/021482991461\\_minute-de-silence---dans-les-ecoles--des-comportements--moins-polemiques--qu-en-janvier.htm](http://www.lesechos.fr/16/11/2015/lesechos.fr/021482991461_minute-de-silence---dans-les-ecoles--des-comportements--moins-polemiques--qu-en-janvier.htm)

<sup>5</sup> Exemples d'outils pédagogiques : <http://www.cahiers-pedagogiques.com/Des-ressources-pour-parler-avec-les-enfants>

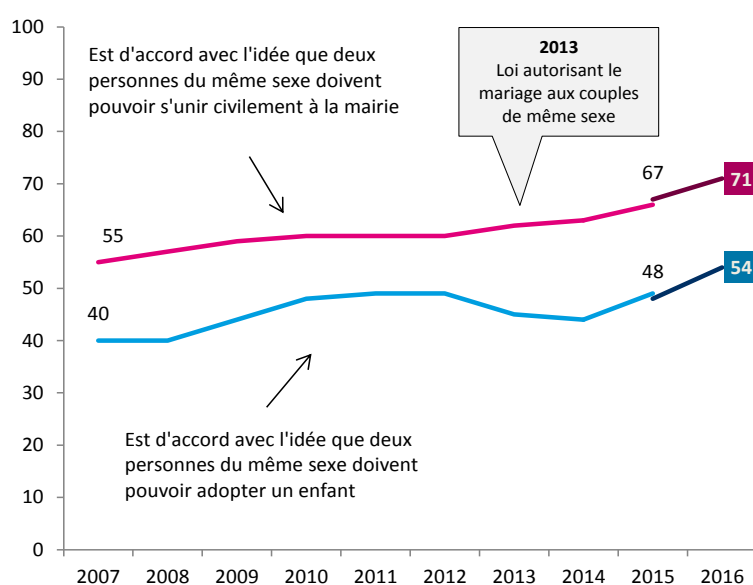
<sup>6</sup> « Savoir accueillir la parole des élèves après les attentats terroristes en Ile-de-France » <http://eduscol.education.fr/cid95370/savoir-accueillir-la-parole-des-eleves-apres-les-attentats-terroristes-en-ile-de-france.html>

### III. L'envie de vivre pleinement et librement

#### 1. Pour la première fois, les Français en faveur de l'adoption pour les couples de même sexe sont majoritaires

L'attachement de nos concitoyens à la liberté individuelle n'est pas nouveau, mais apparaît renforcé cette année. Trois ans après l'adoption de la loi autorisant le mariage pour les couples du même sexe, le soutien de la population à leur mariage continue de progresser avec, en 2016, plus de sept Français sur dix cautionnant la nouvelle loi. Parallèlement, si la question de l'homoparentalité fait davantage débat, on observe cette année une **bascule de l'opinion** qui se montre pour la première fois majoritairement favorable au principe de l'adoption par les couples de même sexe.

**Graphique 13 – L'opinion des Français sur le mariage et l'adoption pour les couples de même sexe**  
Réponses « tout à fait » ou « assez d'accord », en %

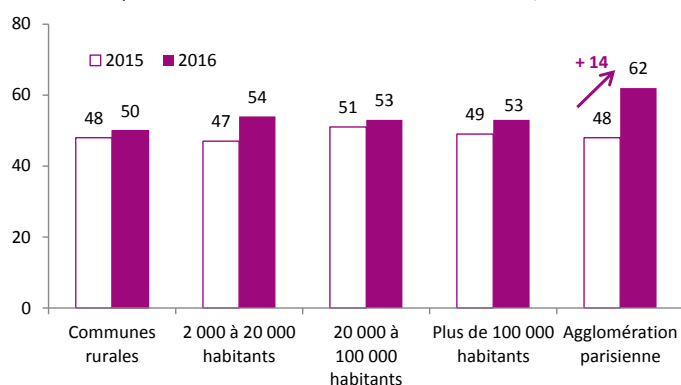


Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

Ces évolutions prolongent certes des mouvements entamés depuis une dizaine d'années. Mais les attentats semblent avoir eu un effet **d'accélération**. En effet, si le mouvement en faveur de la libéralisation des mœurs traverse globalement l'ensemble du corps social, la bascule de l'opinion en faveur de l'homoparentalité est particulièrement marquée dans **l'agglomération parisienne**, cible des attentats (+14 points entre 2015 et 2016 contre +6 points en moyenne). Parmi tous les marqueurs sociodémographiques testés (sexe, âge, niveau de diplôme, niveau de vie, catégorie socioprofessionnelle, situation familiale), le fait de vivre en agglomération parisienne apparaît sur ce point comme le plus discriminant.

## Graphique 14 – La bascule de l’opinion sur la question de l’adoption par les couples homosexuels est la plus marquée dans l’agglomération parisienne

Réponses « tout à fait » ou « assez d’accord », en %



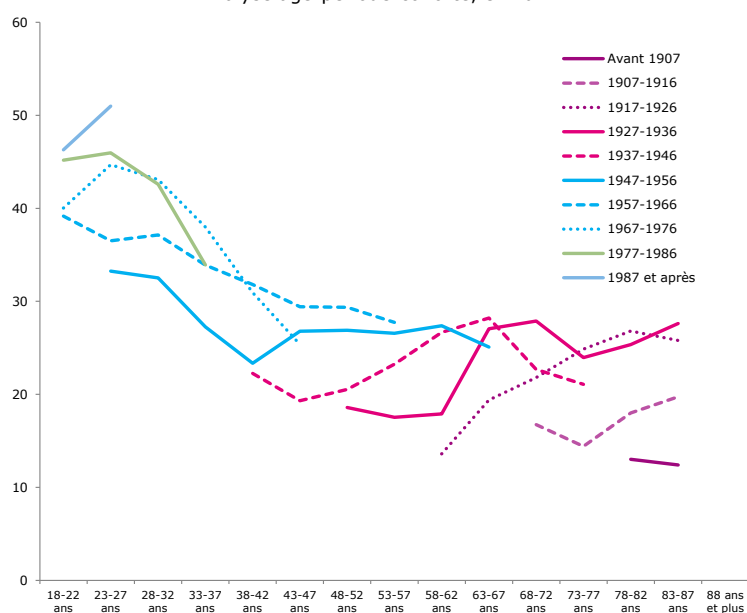
Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

## 2. Profiter de la vie en donnant plus de place aux loisirs

Les **loisirs et le temps libre** occupent, sur longue période, une place grandissante dans la plupart des pays occidentaux<sup>7</sup>. La France, bien qu’un peu en retard par rapport à ses voisins, est également prise dans ce mouvement, et la population investit de plus en plus cette facette de la vie, qu’il s’agisse du temps consacré dans une journée aux activités de temps libre (+ 47 minutes par jour entre 1986 et 2010), du budget dépensé pour les loisirs (passé de 6,5% en 1959 à 8,1% en 2012), ou de la place symbolique du temps libre dans les priorités de nos concitoyens (+12 points entre 1985 et 2012). Des analyses générationnelles confirment par exemple l’importance grandissante donnée à **la vie sociale** et au temps libre. Ainsi à un âge donné, les générations les plus jeunes reçoivent par exemple, plus souvent leurs amis, à leur domicile pour partager des moments de convivialité que leurs aînés.

## Graphique 15 – Proportion d’individus qui reçoivent au moins une fois par semaine des amis

Analyse âge-période-cohorte, en %



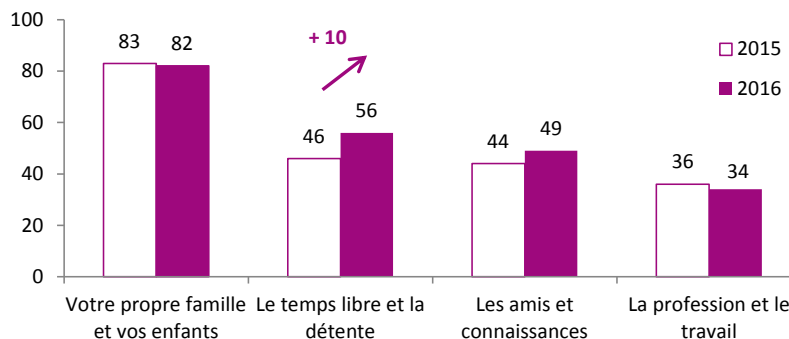
Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations ».

<sup>7</sup> Régis Bigot, Emilie Daudey, Sandra Hoibian, La société des loisirs dans l’ombre de la valeur travail, Cahier de recherche n°305, décembre 2013, <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C305.pdf>,

La période récente marquée par une crise économique de longue durée et de forte importance avait eu tendance à **arrêter pour un temps** ce mouvement. Puis, après s'être contractée en 2012 (-1,4%) et 2013 (-1,1%) la consommation de loisirs a retrouvé le chemin de la croissance en 2014 (+0,6%). En liaison avec le début de **reprise** (les dépenses de loisirs étant très fortement connectées), ou probablement aussi en lien avec les **attentats** du 13 novembre, on observe cette année une **nette progression** de l'importance accordée par les Français à leurs loisirs et à leur vie sociale. Derrière la vie familiale, jugée très importante par plus de huit Français sur dix (note 6 ou 7 sur une échelle allant de 1 à 7), plus d'un Français sur deux **accorde une place très importante dans leur vie au temps libre et de détente (56%) et 49% à leurs amis et connaissances (soit une progression, respectivement, de 10 points et 5 points par rapport à 2015)**. Là encore, c'est dans l'agglomération parisienne que le renforcement de la valorisation du temps libre est le plus marqué (62% en 2016 contre 46% en 2015, soit une progression de 16 points).

### Graphique 16 – L'importance accordée aux grands domaines de la vie

« Pour chacun des domaines de la vie suivants, pouvez-vous attribuer une note de 1 à 7 selon l'importance que vous lui accordez? » Proportion de répondants ayant donné les notes 6 ou 7 sur chacun des domaines, en %



Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »



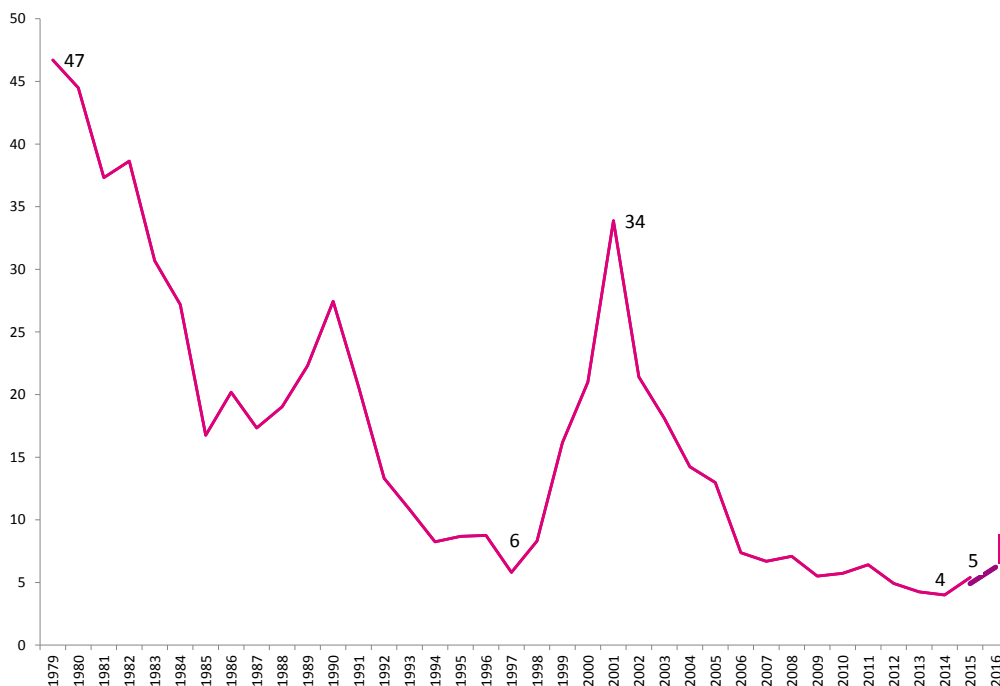
## IV. Moral économique : la légère embellie de 2015 se prolonge

### 1. Le moral économique se maintient

Au lendemain des années 2000 et de l'éclatement de la bulle internet, les Français s'étaient peu à peu enfoncés dans un pessimisme sur les questions économiques et l'appréciation de leur propre niveau de vie. Ce défaitisme s'était encore accru après la crise de 2008 et la population semblait ne jamais pouvoir s'en remettre : jamais le moral économique de la population n'était resté aussi longtemps dans le creux de la vague. L'année 2015 avait été marquée, quant à elle, par une timide remontée du moral économique. **Cette année les Français continuent sur leur lancée, sans pour autant être devenus de grands optimistes :**

- ils ne sont toujours que 20% à penser que leur **niveau de vie s'est amélioré depuis 10 ans** et 6% à penser que le niveau de vie de l'ensemble des Français s'est amélioré sur cette période, mais ces deux indicateurs vont dans le sens d'une amélioration depuis 2014 qui se poursuit en 2015 (respectivement +1 point et + 1 point).

**Graphique 17 – Proportion de Français considérant que le niveau de vie de l'ensemble des Français s'est amélioré au cours des 10 dernières années, en %**

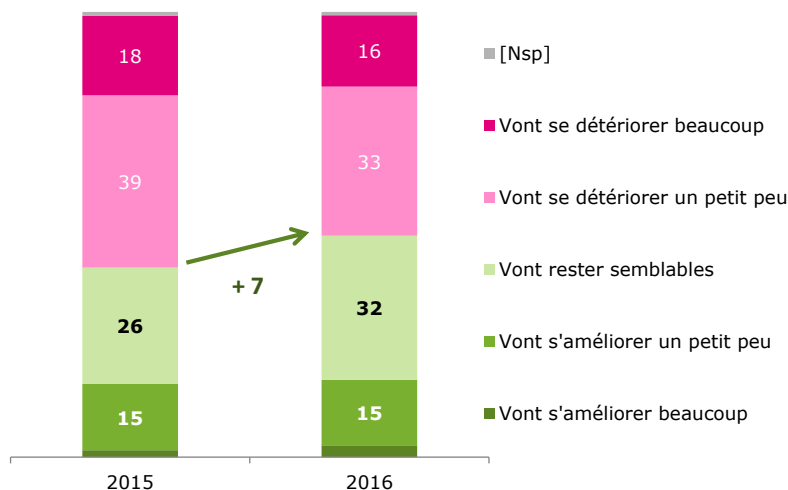


Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations »

- les **perspectives économiques aussi s'améliorent** : la part d'optimistes reste stable (18%, +1 point) et surtout la population est de moins en moins nombreuse à anticiper dans les cinq années à venir une détérioration de ses conditions de vie : -7 points depuis 2015 (de 57% à 50%).

**Graphique 18- Une proportion croissante de Français anticipent que leurs conditions de vie à venir vont s'améliorer**

« Pensez-vous que vos conditions de vie vont s'améliorer ou se détériorer au cours des cinq prochaines années? », en %



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations »

Ces frémissements de l'opinion **convergent avec les observations des économistes** : après plusieurs années de stagnation, voire de décroissance du pouvoir d'achat, une **inversion de la tendance**, certes timide mais notable, a vu le jour en France depuis 2015 malgré une conjoncture mondiale restée maussade (notamment en Chine). Après quatre années consécutives de baisse, le pouvoir d'achat a rebondi en 2014 et 2015 principalement grâce à la chute du prix du pétrole<sup>8</sup>, une très légère baisse d'impôts (-0,15% du revenu des ménages), et une baisse des prix des matières premières industrielles. Ainsi, la consommation en volume des ménages a pu renouer depuis quelques trimestres avec la croissance ; l'emploi repart très légèrement à la hausse ; du côté des entreprises, les taux de marge ont retrouvé leur niveau d'avant crise, et tout cela dans un contexte d'inflation quasi-nul<sup>9</sup>.

Autre signe de l'embellie économique : les Français sont un **peu moins nombreux à s'imposer régulièrement des restrictions** sur leur budget. **Ils étaient encore 64% en 2015 et sont 61% en 2016.** L'état se desserre de manière **homogène sur tous les postes du budget du foyer**, à l'exception notable du logement et des soins médicaux, seuls postes sur lesquels nos concitoyens ont même le sentiment de devoir se serrer la ceinture davantage cette année.

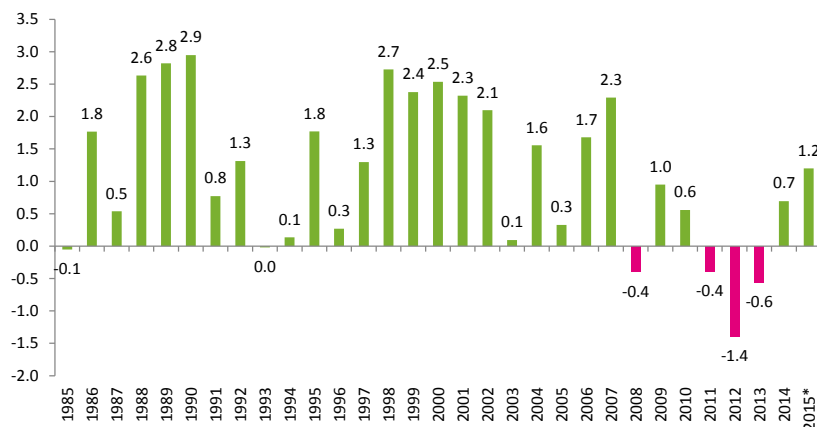
Enfin, dernier marqueur du fait que les ménages retrouvent peu à peu quelques marges de manœuvre financières, le taux de départ **en vacances** – très lié aux contraintes budgétaires – progresse en 2016 par rapport à 2015 (+2 points).

<sup>8</sup> Clément Bortoli et Kévin Milin, « Qui a bénéficié de la chute du prix du pétrole ? », INSEE mars 2016 : « Les ménages ont économisé directement 3,4 milliards d'euros en 2014 grâce à la baisse du prix du pétrole et du gaz, puis 7,1 milliards d'euros supplémentaires en 2015. Cette économie a contribué à hauteur de +0,3 point à la hausse de leur pouvoir d'achat en 2014 (+1,1 %), puis de +0,5 point en 2015 (+1,7 %) ».

<sup>9</sup> INSEE, Note de conjoncture, mars 2016, [http://www.insee.fr/fr/indicateurs/analys\\_conj/archives/032016\\_ve.pdf](http://www.insee.fr/fr/indicateurs/analys_conj/archives/032016_ve.pdf)

### Graphique 19 – Le pouvoir d'achat retrouve des évolutions positives

Évolution annuelle du pouvoir d'achat par unité de consommation, en points

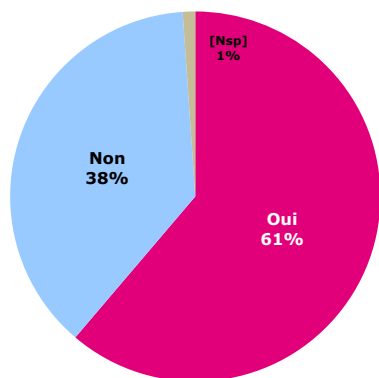


Source : Comptes nationaux - Base 2010, Insee; \*2015 chiffres provisoires

### Graphique 20 – Des restrictions en baisse

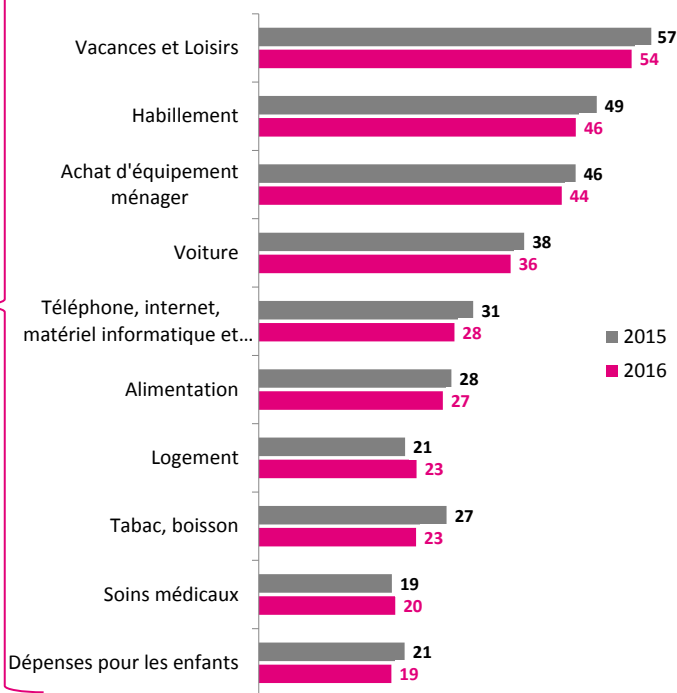
Est-ce que vous ou votre foyer êtes obligé de vous imposer régulièrement des restrictions sur certains postes de votre budget ?

en %



Si oui... sur quel(s) poste(s) ?

en % de la population totale



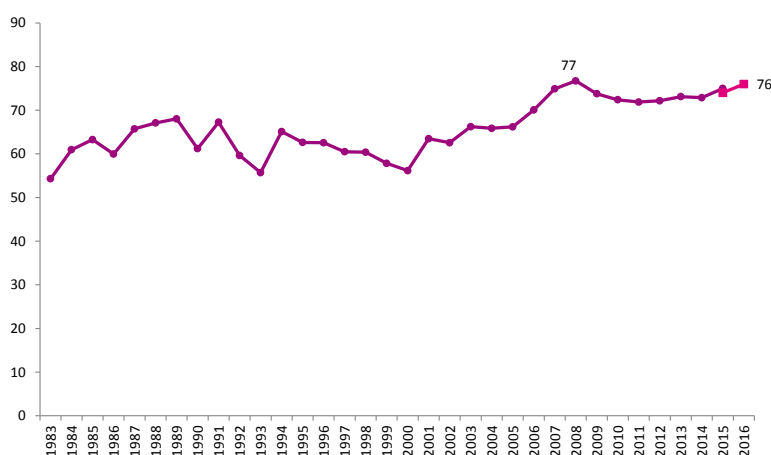
Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations »

## 2. Les Français en attente d'une augmentation de leur pouvoir d'achat

Les deux dernières années de redoux économique ne suffisent pas à faire oublier les longues années de marasme économique. **Le désir de voir croître son pouvoir d'achat** (plutôt que son temps libre) **est toujours une priorité chez les Français, partagée par trois actifs sur quatre**. Dans les décennies 1990 et début 2000, les consommateurs étaient moins nombreux (environ 60%) à souhaiter pouvoir acheter davantage puis, progressivement, **tout au long des années 2000** la population s'est montrée de plus en plus désireuse de gains de pouvoir d'achat. Depuis cette période, autour de 75% de la population active privilégie l'idée d'une hausse de son pouvoir d'achat à une augmentation de son temps libre. Au-delà des mécaniques **d'engrenage hédonique** (les besoins grandissent à mesure que le niveau de vie général s'élève)<sup>10</sup>, plusieurs facteurs nourrissent les frustrations financières des consommateurs parmi lesquels on pointera en particulier **l'augmentation des dépenses « contraintes »** à l'œuvre depuis la fin des années 1990 (en particulier les dépenses de logement qui pèsent de plus en plus lourdement sur les budgets des ménages<sup>11</sup>), **la baisse du temps de travail**, liée à la fois à la diminution du volume horaire légal, et au **développement des contrats de travail** en temps partiel, en CDD ou en intérim<sup>12</sup>, contrats qui impliquent souvent un volume horaire annuel moindre, l'essor de nouveaux **postes de dépenses** (TIC, etc). Enfin, l'envie d'investir son temps disponible, en accédant à davantage d'activités de **loisirs**, en allant plus souvent au cinéma, en pratiquant des activités sportives, en partant plus souvent ou plus loin en vacances, plus généralement le désir de **vivre sa vie plus intensément**<sup>13</sup> en profitant de chaque moment vient probablement également soutenir l'attente de gains de pouvoir d'achat.

**Graphique 21 – Trois actifs sur quatre préféreraient une augmentation de leur pouvoir d'achat à un temps libre plus long**

Champ : population active, en %



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations »

<sup>10</sup> Régis Bigot, Aurore Cappigny et Patricia Crouette, *Le sentiment de devoir s'imposer des restrictions sur son budget, Evolution depuis 30 ans en France*, Cahier de recherche n°253, Décembre 2008, <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C253.pdf>.

<sup>11</sup> Mélanie Babes, Régis Bigot, Sandra Hoibian, Les dommages collatéraux de la crise du logement sur les conditions de vie de la population, Cahier de recherche N°281, décembre 2011, <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C281.pdf>.

<sup>12</sup> Claude Picart explique ainsi que le taux de rotation de la main-d'œuvre (nouvel indicateur qui mobilise à la fois les anciennetés dans l'emploi mais aussi de manière plus nouvelle les entrées et sorties observées dans l'enquête emploi) a presque quintuplé sur 30 ans, passant de 38 % en 1982 à 177 % en 2011

PICART Claude, Une rotation de la main-d'œuvre presque quintuplée en 30 ans : plus qu'un essor des formes particulières d'emploi, un profond changement de leur usage, Dossier Insee, 2013, [http://www.insee.fr/fr/ffc/docs\\_ffc/EMPSAL14b\\_D1\\_rotation.pdf](http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/EMPSAL14b_D1_rotation.pdf)

<sup>13</sup> Régis Bigot, Émilie Daudey et Sandra Hoibian, Les Français veulent vivre plus intensément, Modes de vie et consommation n°268, juillet 2014, <http://www.credoc.fr/pdf/4p/268.pdf>

### 3. Le retournement de la courbe du chômage attendu par les Français

Alors que par le passé, la pauvreté et les maladies se plaçaient au premier rang des préoccupations, depuis 2009, le chômage catalyse une grande partie des inquiétudes : il est, de loin, la première préoccupation exprimée. Toutefois, à l'instar du rebond des autres indicateurs de moral économique, cette préoccupation s'est atténuée depuis 2015, devenant **moins prédominante que par le passé** : avant 2015, le chômage devançait de +28 points la 2<sup>ème</sup> préoccupation (la violence et l'insécurité), l'écart n'est plus « que » de 8 points aujourd'hui.

**Graphique 22 – Préoccupation pour le chômage depuis 1991**

« Parmi les sujets suivants, quels sont les deux qui vous préoccupent le plus ? »  
Cumul des deux premières réponses pour la modalité « Le chômage »

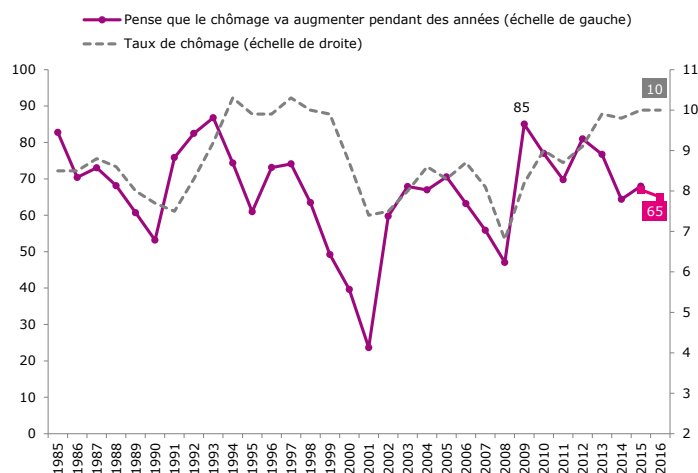


Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations »

En outre, nos concitoyens sont, depuis 2013, **légèrement moins défaitistes sur l'avenir du marché de l'emploi** : certes, environ 65% des Français anticipent encore une augmentation du chômage dans les années à venir, mais au plus fort de la crise économique, ils étaient 85% à partager ce sentiment. Par le passé, en 1994, 1998 et 2006, les Français ont toujours anticipé la baisse du chômage une ou deux années avant sa baisse effective. Sont-ils une fois de plus en avance sur la conjoncture ?

**Graphique 1 – Evolution ressentie et observée du chômage**

Champ (taux de chômage) : France Métropolitaine, population des ménages, personnes de 15 ans ou plus, en %



Source : INSEE, et CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations »

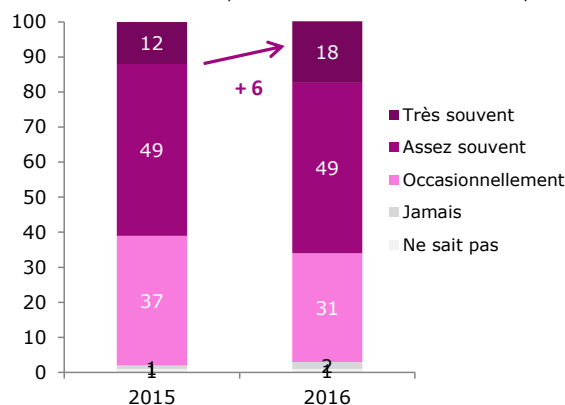
Note : le taux de chômage au 1<sup>er</sup> trimestre de l'année, excepté pour 2016 : 4<sup>ème</sup> trimestre 2015

#### 4. Un léger mieux économique qui redonne un certain souffle

C'est une constante quelles que soient les enquêtes, y compris l'enquête Conditions de vie et Aspirations, les Français portent généralement un regard beaucoup plus sombre sur la société dans leur ensemble que sur leur propre sort. Difficulté à s'avouer personnellement en échec, bienveillance plus grande sur sa propre réussite personnelle, ou véritable réalité ? – quoi qu'il en soit en moyenne, les Français se disent très majoritairement heureux : les deux-tiers déclarent éprouver ce sentiment « très souvent » ou « assez souvent ». Et près d'un sur cinq se sent « très souvent » heureux. Or cette proportion est en **hausse de 6 points par rapport à 2015**. Cette amélioration peut tout d'abord être lue comme une forme de résistance aux événements du 13 novembre, une sorte de **revendication** puisque les personnes les plus touchées par les attentats (qui en perçoivent des conséquences pour la France) sont plus nombreuses (68%) à se dire heureuses que les autres (62%). Phénomène auquel s'ajoute sans nul doute le léger mieux économique : le sentiment de bonheur domine très largement dans les ménages ne s'imposant **pas de restrictions** sur leur budget (77%), et est beaucoup moins souvent présent lorsque le ménage doit renoncer à certaines dépenses faute d'argent (61%).

**Graphique 23 – Evolution du sentiment de bonheur entre 2015 et 2016**

« Dans votre vie actuelle, vous sentez-vous heureux ? », en %



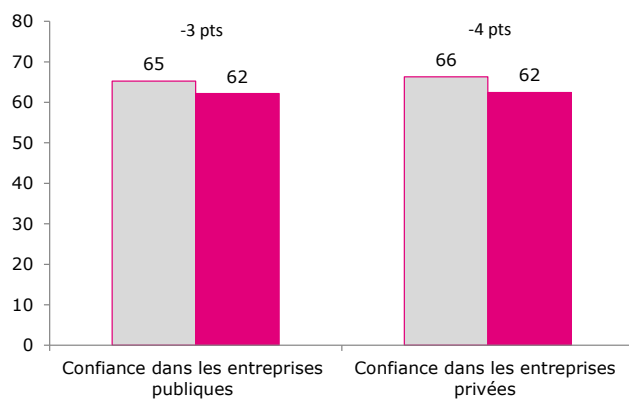
Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

#### 5. Quelques critiques s'élèvent, à la marge, contre les entreprises

Est-ce en liaison avec le début de reprise ? Le regard de nos concitoyens est un peu **moins bienveillant que l'an passé envers les entreprises, qu'elles soient privées (62% leur font confiance, -4 points en un an) ou publiques (62%, -3 points)**. On observe parallèlement un léger regain de l'idée que, pour faire face aux difficultés économiques du pays, **l'Etat devrait contrôler davantage les entreprises** et les réglementer un peu plus (+2 points par rapport à 2015)<sup>14</sup>. Cette année a été émaillée de différentes actualités qui ont entaché la responsabilité des entreprises : scandale des « moteurs truqués » de Volkswagen, dénonciations de processus d'optimisation fiscale jugées peu moraux par l'opinion publique, surtout quand ils étaient le fait de grandes entreprises, et en particulier des géants du monde internet (les GAFA : Google, Apple, Amazon, Facebook...), accusations de concurrence déloyale autour de certains nouveaux acteurs de la mouvance collaborative (Uber, Airbnb...) par les professionnels des secteurs concernés : grèves des chauffeurs de taxi... Plus récemment, les mesures concernant le marché du travail (le crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE), le Pacte de responsabilité et de solidarité (PRS) incluant une baisse des cotisations patronales ont peut-être aussi amené certains Français à tempérer, à la marge, leurs attentes sans cesse grandissantes ces dernières années d'une certaine forme de libéralisme économique.

<sup>14</sup> L'attente d'un contrôle plus strict reste toutefois encore très largement minoritaire (41% des répondants) face au souhait dominant de plus de liberté donnée aux entreprises (57%, -2 points).

**Graphique 24 – Erosion de la confiance dans les entreprises**  
Cumul des réponses « Très confiance » et « Plutôt confiance », en %



Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

## V. Les Français attendent que les entreprises s'occupent plus d'environnement

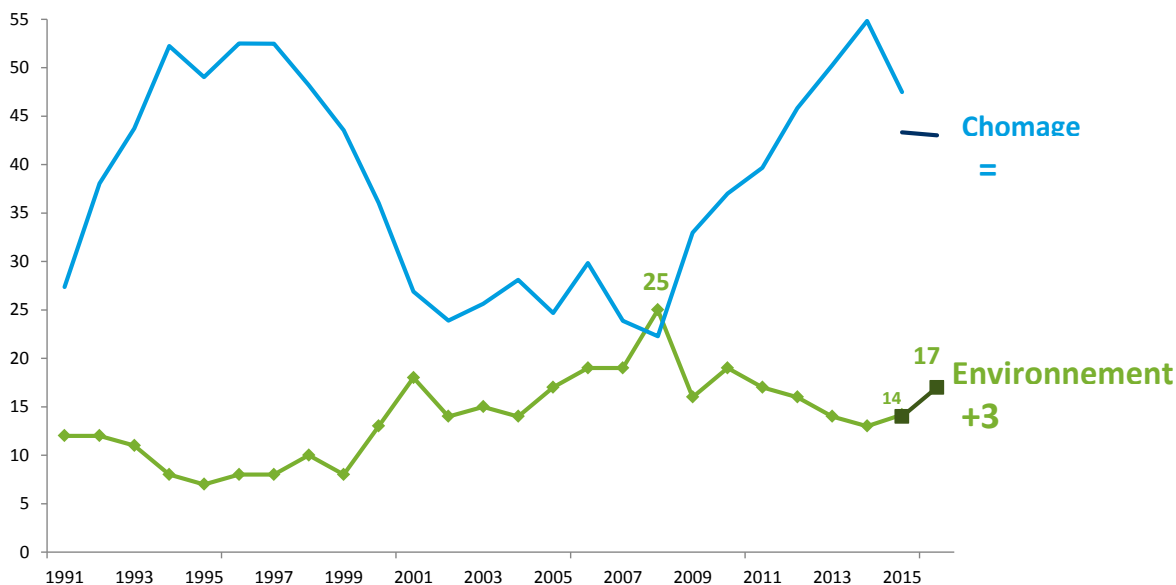
### 1. Un léger regain d'intérêt pour l'environnement suite à la COP21

Avec près de 25 ans de suivi de ce thème, les données de l'enquête Conditions de vie et Aspirations montrent que les préoccupations pour la dégradation de l'environnement entrent en concurrence avec d'autres types de considérations, notamment économiques. C'est surtout pendant les périodes d'embellie économique que les Français se montrent plus soucieux d'environnement. La décennie 2000 fait ainsi figure d'exemple emblématique : à mesure que le marché de l'emploi s'améliorait, l'opinion était de plus en plus mobilisée quant à l'avenir de la planète, jusqu'à atteindre son point culminant **en 2008, année du Grenelle de l'environnement**, où la question de la protection de la planète devançait même pour la première (et unique fois en plus de vingt ans) les inquiétudes sur le front de l'emploi. La crise amorcée en 2008 fait ainsi figure de point de bascule de ce phénomène de **vases communicants**.

2016 ne fait pas exception, les quelques timides signaux positifs économiques (gains de pouvoir d'achat, baisse des prix de l'énergie, etc), permettent aux Français de reporter alors leurs pensées sur la dégradation de l'environnement. Toutefois ce mécanisme n'est pas seul en jeu, la **Conférence de Paris de 2015 sur le climat** (COP 21) semble avoir instauré une dynamique dans l'opinion : l'impact est certes moins important que celui suscité par le Grenelle de l'environnement (+ 6 points de 2007 à 2008) et plutôt comparable à celui suscité par le « Grenelle II » (+3 points entre 2009 et 2010<sup>15</sup>) mais il reste important (+3 points) surtout lorsque l'on rappelle que cet événement international a eu lieu très peu de temps après les attentats de Paris et Saint Denis.

#### Graphique 25 – Des préoccupations pour la dégradation de l'environnement contracycliques

« Parmi les sujets suivants, quels sont les deux qui vous préoccupent le plus ?  
– La dégradation de l'environnement – Le chômage », en %



Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

<sup>15</sup> Le Grenelle de l'environnement a pris la forme de rencontres entre représentants du gouvernement et de la société civile en 2007. Il a donné lieu à une première loi (Grenelle I), adoptée en 2009 ; puis à une seconde loi, plus concrète et technique (Grenelle II), adoptée en 2010.

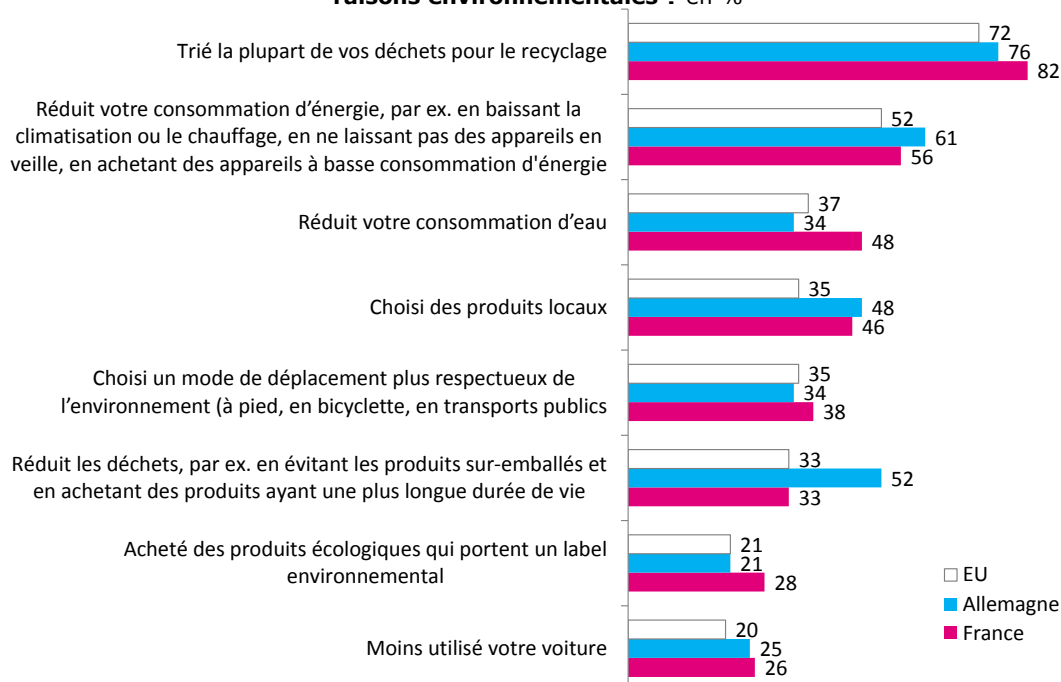


Autre signal convergent, en 2016, les Français sont plus souvent favorables au paiement de taxes affectées directement à la défense de l'environnement (25%, +3 points par rapport à 2015).

## 2. Les entreprises responsabilisées

Quelles que soient les questions posées et les termes employés<sup>16</sup>, les catégories sociales étudiées, ou les périodes, jamais moins de six personnes sur dix affichent une sensibilité environnementale dans l'Hexagone. L'année 2016 ne fait pas exception. **75% de la population** se déclare sensible par rapport à l'environnement (notes de 5 à 7 sur une échelle de 1 à 7). La sensibilité environnementale est devenue une valeur en apparence tellement consensuelle que, dans la dernière enquête de la Commission européenne, 95% des Européens (95% des Français, 96% des Espagnols, 94% des Allemands, 95% des Hongrois) déclarent que la protection de l'environnement est très ou plutôt importante dans leur vie. Au-delà des déclarations d'intention, nos concitoyens ne sont pas en reste **en termes d'actions personnelles** dans leur quotidien : exceptée la question de la prévention des déchets (l'attention portée à la limitation des déchets dès l'acte d'achat et tout au long du processus de vie des produits) où les Français sont en retard sur leurs voisins allemands, champions d'Europe en la matière, nos concitoyens sont plus nombreux que la moyenne européenne à trier leurs déchets, choisir des produits locaux, être attentifs à réduire leurs consommations d'énergie, etc. Ils sont même particulièrement vigilants à réduire leur consommation d'eau (une personne sur deux dans l'Hexagone, soit 11 points de plus que la moyenne européenne) et réceptifs aux produits avec un éco-labels.

**Graphique 26 – Au cours du mois dernier, avez-vous accompli l'une des actions suivantes pour des raisons environnementales ? en %**



Source : SPECIAL EUROBAROMETER 416 "Attitudes of European citizens towards the environment", Septembre 2014, [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_416\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_416_en.pdf)

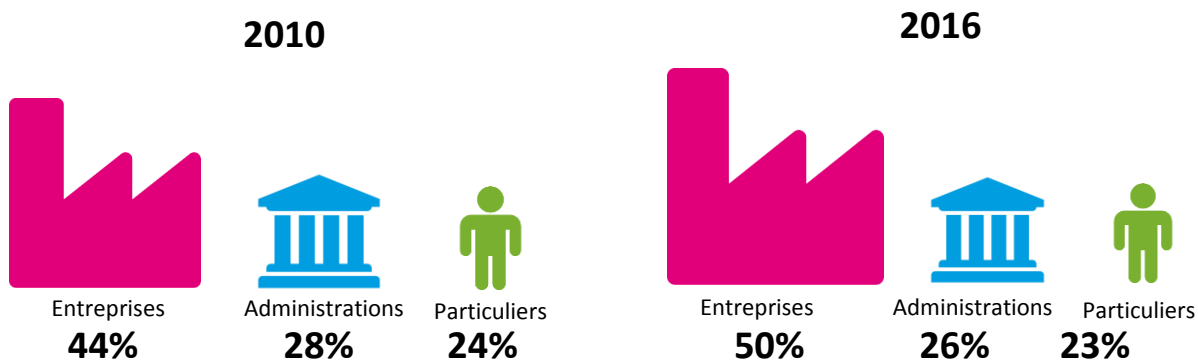
Les particuliers ont donc conscience du rôle qu'ils ont à jouer individuellement et sont donc loin de se dédouaner de toute responsabilité. Mais ils considèrent ne pas être les seuls à devoir s'impliquer. En particulier, en 2016, 50% d'entre eux estiment que **les entreprises devraient être les premières à changer leurs**

<sup>16</sup> L'enquête Conditions de vie et Aspirations a de ce point de vue abordé cette thématique sous de nombreux angles au cours du temps, tant du point de vue des approches et thématiques (sensibilité, préoccupations, inquiétudes etc), que des concepts et termes employés (environnement, développement durable, etc) et des échelles de réponses proposées (en 4, en 7 points, etc).

**comportements** pour assurer le respect du développement durable. Ils sont moitié moins à attendre des changements de la part des administrations publiques ou des particuliers. L'attente d'action de la part des entreprises a même **progressé** de 6 points par rapport à 2010.

### Graphique 27 – Un changement attendu des pratiques des entreprises en matière de développement durable, en %

« Selon vous, qui doit en priorité changer ses comportements pour assurer le respect du développement durable ? », en %

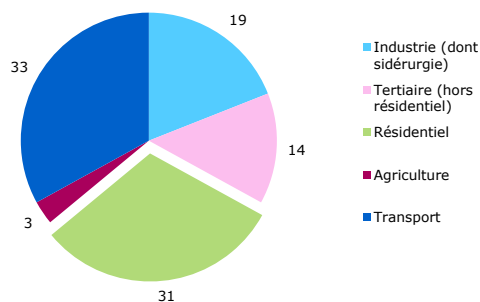


Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

Sans pouvoir être exhaustifs sur les différents indicateurs effectifs de développement durable, la lecture de certaines données montre que la population a, d'une certaine manière, une **bonne estimation** du poids de ses actes. Ainsi, la part d'énergie consommée par le secteur résidentiel<sup>17</sup> et donc directement par les particuliers est inférieure à un tiers (31%) du montant total d'énergie consommée en 2014 ; les deux autres tiers étant le fruit des secteurs des transports, de l'industrie, du tertiaire et, dans une proportion faible, de l'agriculture.

### Graphique 28 – Bilan énergétique de la France en 2014

Mtep, en %



Source : calculs SOeS, d'après les données disponibles par énergie

<sup>17</sup> Les chiffres clés de l'énergie, Edition 2015, SOeS, février 2015 [http://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/fileadmin/documents/Produits\\_editoriaux/Publications/Reperes/2016/reperes-chiffres-cles-energie-2015.pdf](http://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/fileadmin/documents/Produits_editoriaux/Publications/Reperes/2016/reperes-chiffres-cles-energie-2015.pdf)

## VI. Les pratiques collaboratives apprivoisées

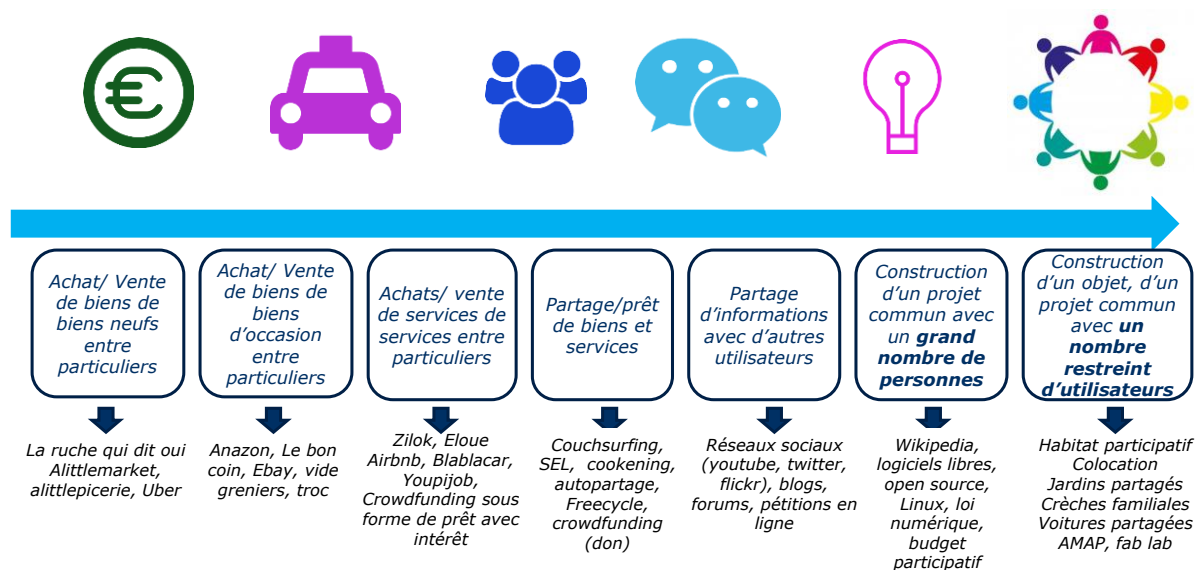
### 1. Des pratiques aujourd'hui bien installées dans les comportements de consommation des Français

En l'espace de quelques années, les plateformes d'échange de biens et de services entre particuliers se sont fortement développées. Et plus largement, les pratiques dites « collaboratives » fleurissent. Celles-ci recouvrent des réalités extrêmement variées, et plus ou moins collaboratives<sup>18</sup>.

Graphique 29 - Typologies des pratiques collaboratives

**Faiblement collaboratif** peu impliquant, peu de contacts avec les autres, fait appel à un niveau faible de confiance entre pairs

**Fortement collaboratif** très impliquant, fait appel à un fort niveau de confiance entre pairs



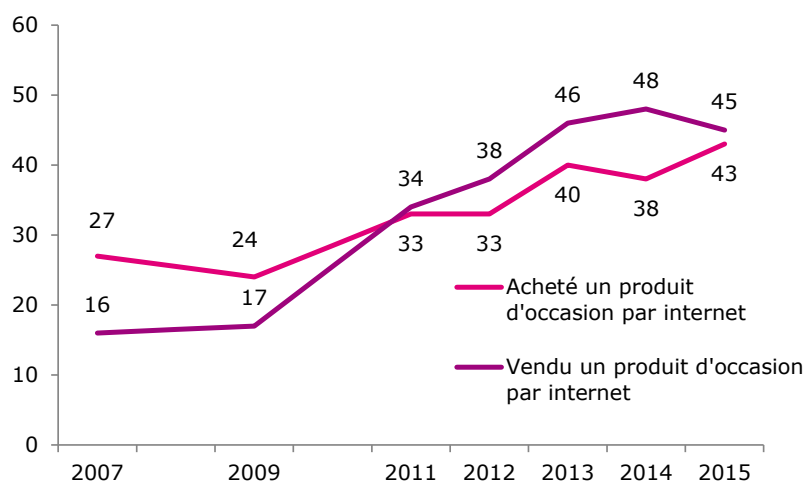
Source : CREDOC, Emilie Daudey Sandra Hoibian, La société collaborative - mythe et réalité, décembre 2014, <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C313.pdf>

Aujourd'hui, **l'univers collaboratif apparait bien installé dans les comportements des Français**. En 2015, 45% des Français ont déjà vendu un produit d'occasion sur internet, et 43% en ont déjà fait l'achat. Depuis 2007, date à laquelle ces indicateurs été introduits pour la première fois dans le dispositif d'enquête permanent du CRÉDOC sur les Tendances de consommation, ces taux se sont accrus d'une vingtaine de points.

<sup>18</sup> Pour plus de détail sur ces pratiques, Daudey E., Hoibian S., 2014, « La société collaborative. Mythe et réalité », *Cahier de recherche du Crédoc*, n°313, décembre 2014.

### Graphique 30 – Evolution des pratiques d’achat et de vente sur internet

« Avez-vous déjà... » ? Réponse « oui », en %



Source : CRÉDOC, enquêtes « Tendances de consommation »

La croissance des pratiques collaboratives s’observe dans bien d’autres domaines de la vie de Français que la consommation<sup>19</sup>. C’est le cas notamment du transport –covoiturage, autopartage, véhicules de tourisme avec chauffeur – de l’échange d’information, de savoir ou de culture sur internet, etc. Tous les pans de la société sont touchés par ce mouvement, et il est probable que ces pratiques continuent de progresser dans les années à venir. D’abord, les pratiques collaboratives sont **portées par un contexte qui leur est particulièrement propice** : le contexte **économique** et la forte pression qui pèse sur les budgets des ménages, particulièrement prégnante depuis le déclenchement de la crise de 2008 ; le contexte **technique** également, avec l’avènement de l’ère du numérique, la diffusion massive des technologies de l’information et de la communication. Ensuite, les pratiques collaboratives trouvent un écho favorable dans les aspirations d’une part croissante de la population : diffusion de la **conscience écologique**, quête de **renouveau des liens** entre les personnes dans une société souvent perçue comme trop individualiste, mais aussi, pour une part croissante de Français, **besoin de renouvellement des fondements de la confiance** alors que la défiance envers les institutions et référents traditionnels de la société (personnel politique, médias,...) progresse pour laisser une place plus importante aux relations horizontales, aux initiatives s’appuyant sur les pairs ou d’autres acteurs non institutionnels. Plus d’un Français sur deux si dit aujourd’hui prêt à partager<sup>20</sup> ou à prêter des objets qu’il utilise. Ces éléments de contexte se retrouvent d’ailleurs explicitement dans les avantages perçus par les Français.

#### 2. Les motivations mercantiles aux pratiques collaboratives, toujours dominantes, reculent face à l’essor des valeurs de partage

La quasi-totalité des Français identifient des **avantages** aux pratiques collaboratives : seuls 6% pensent que ces pratiques n’en présentent aucun. La première motivation, « faire des économies ou gagner de l’argent » pour 56% des Français, est en net recul par rapport à il y a deux ans (- 9 points). **Les avantages non mercantiles progressent en parallèle**. L’opportunité de faire de **nouvelles rencontres** est aujourd’hui

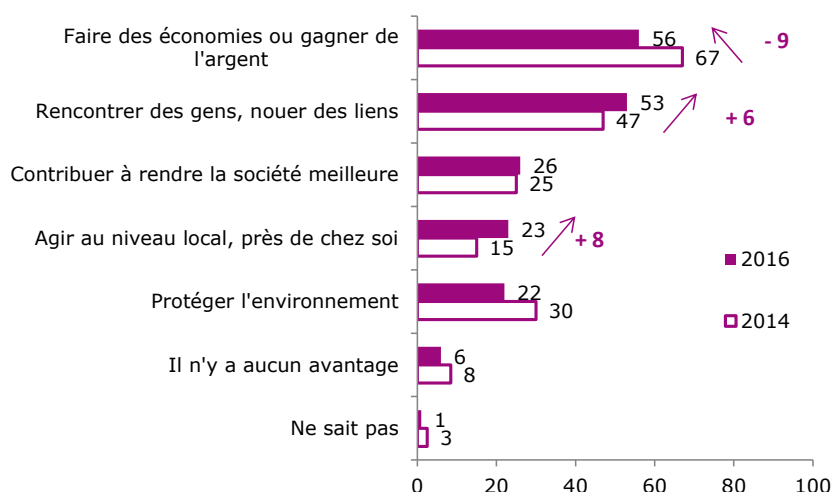
<sup>19</sup> Daudey E., Hoibian S., *op. cit.*

<sup>20</sup> Justine Colin, Adrien Gainié, Pascale Hébel, Sandra Hoibian, Thierry Mathé, Nicolas Siounandan, Isabelle Van de Walle, CRÉDOC, 2015, Usages partagés (location, réemploi, troc et don) comme alternatives à la possession exclusive : cartographie par type de biens, de freins et sociotypes, Rapport final, ADEME, <http://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/usages-partages-alternatives-a-la-possession-exclusive.pdf>

perçue comme un avantage par **plus de la moitié des Français** (53%, + 6 points par rapport à 2014). Les Français sont, rappelons-le, parmi les peuples occidentaux pour qui la vie sociale joue un rôle prédominant<sup>21</sup>. Viennent ensuite des motivations d'ordre plus idéologique : contribuer à rendre la société meilleure (26%), agir localement (23%, + 8 points), protéger l'environnement (22%). L'évolution des motivations témoigne d'un début de **maturité** de ces pratiques. Au fur et à mesure de leur diffusion, les motivations au départ complètement mercantiles et pécuniaires s'accompagnent d'autres **bénéfices perçus au cours des expériences**, ou racontés par les premiers qui se seront lancés dans l'aventure, et qui n'étaient pas anticipés au départ. Un effet « cliquet » qui lui aussi laisse supposer une poursuite de ce mouvement.

### Graphique 31 – Les principaux avantages perçus aux pratiques collaboratives

« Selon vous, quels sont les principaux avantages de ces pratiques ? », cumul des deux premières réponses, en %)



Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

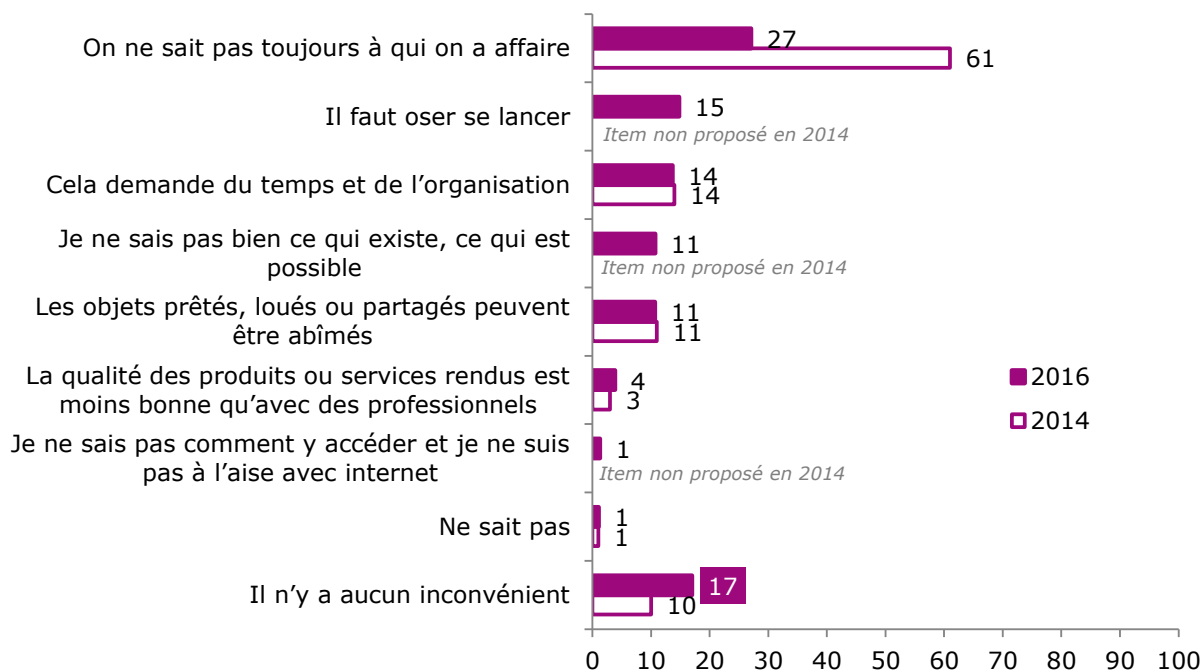
Signe convergent de l'approvisionnement par les Français des pratiques collaboratives, nos concitoyens sont beaucoup plus nombreux cette année à déclarer que, pour eux, les pratiques collaboratives ne présentent **« aucun inconvénient » : 17% contre seulement 10% en juin 2015**<sup>22</sup>. La première réticence exprimée par les Français concerne, en miroir des avantages qui lui sont associés, **la méfiance envers autrui** : près de trois Français sur dix cite le fait que l'« on ne sait pas toujours à qui on a affaire » comme première inconvénient. D'autres obstacles sont ensuite évoqués : les craintes de se lancer face à de nouvelles pratiques jamais expérimentées, la méconnaissance des possibilités, les difficultés d'organisation ou le manque de temps, etc.

<sup>21</sup> Bigot et al, *La société des loisirs dans l'ombre de la valeur travail* (op.cit.)

<sup>22</sup> Cette tendance est même certainement sous-estimée en raison d'un changement dans la liste des modalités de réponse proposées : en effet, le fait que trois nouveaux items ont été ajoutés cette année joue plutôt en faveur d'un moindre report des réponses sur la modalité « aucun inconvénient » puisque les répondants ont d'autant plus de chances de penser à un désavantage qui ne leur serait peut-être pas spontanément venu à l'esprit que la liste des réponses suggérées est longue.

### Graphique 32 – Les inconvénients perçus des pratiques collaboratives

« Parmi les éléments suivants, quel est celui qui vous retient le plus de vous lancer dans ce type de pratiques ? », en %

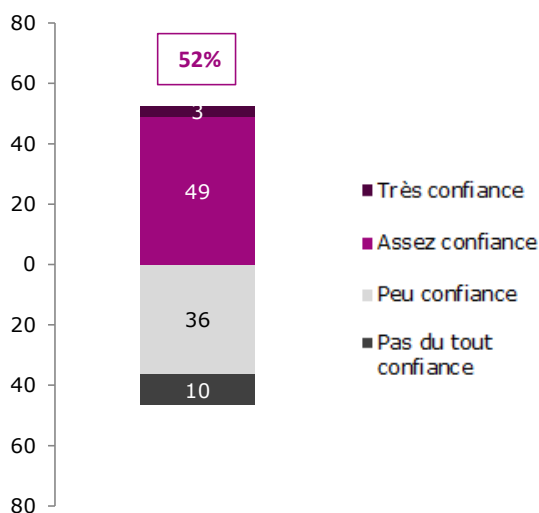


Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

Pour contrer ce frein au développement des pratiques collaboratives et initier un lien de confiance entre des individus qui, dans certains cas, ne se rencontrent jamais ou du moins pas en amont de l'échange, les plateformes collaboratives ont développé des systèmes de notation et de recommandation entre usagers sur internet. **Les Français sont très partagés sur la confiance qu'ils accordent aux avis de consommateurs disponibles sur internet** (52% ont « assez » ou « très confiance »), confiance bien plus forte chez les plus jeunes générations (67% de confiants parmi les moins de 40 ans contre 37% chez les 70 ans et plus).

### Graphique 33 – La confiance accordée dans les avis de consommateurs disponibles sur internet

« On trouve sur internet des notes, des évaluations ou des commentaires sur les hôtels, les restaurants, les produits qu'on peut prêter, acheter ou louer en ligne. Avez-vous confiance dans les avis qui sont émis par ces utilisateurs ? », en %



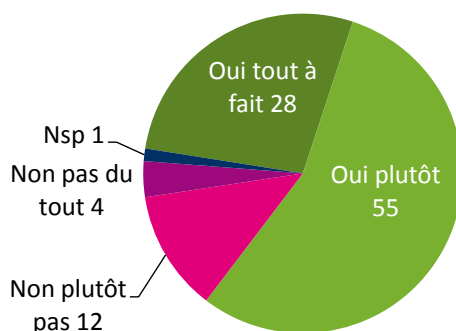
Source : CRÉDOC, enquête « Conditions de vie et Aspirations », 2016.

## VII. En filigrane, un besoin de reconnaissance

Dans un contexte de **défi**ance grandissante à l'égard des institutions, entreprises, organismes publics et dans un souci de rationalisation économique (meilleur ciblage des politiques et efficience renforcée) les décideurs tant privés que publics semblent de plus en plus convaincus de la nécessité de réconcilier les Français, les usagers, les clients avec leurs actions en les intégrant pour les uns à la conception de leurs politiques publiques, pour les autres à leur processus de production. Les initiatives qui permettent de **sortir d'une logique verticale** se multiplient dans des domaines très différents : plateforme de co-écriture pour le projet de loi sur le numérique, intégration d'un collège de citoyens en situation précaire au Comité National de Lutte contre l'Exclusion, budget participatif de la ville de Paris, marketing participatif qui vise à faire participer ses propres consommateurs à la vie de la marque<sup>23</sup>, entreprise « libérée » où les employés s'organisent librement en s'affranchissant de la hiérarchie et des procédures... Ces initiatives visent en quelque sorte à **restaurer la capacité du citoyen**, du consommateur, du salarié, de l'allocataire en interaction avec ses pairs, à agir sur son environnement, à se le réapproprier.

La mise en place d'un système « *bottom-up* », c'est-à-dire émanant de la base citoyenne, est de fait, largement plébiscitée : **83% des Français estiment qu'une plus grande participation des citoyens aux décisions améliorerait le fonctionnement du pays.**

**Graphique 34 – Pour vous, une plus grande participation des citoyens aux décisions améliorerait-il le fonctionnement du pays ?, en %**



Source : CRÉDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations ».

Si le plébiscite de la participation des citoyens est si fort et les pratiques collaboratives s'installent autant dans le paysage c'est qu'elles offrent sans doute un **début de solution** à un besoin fondamental de nos sociétés actuelles : la reconnaissance. Les individus aspirent à vivre leur vie comme ils l'entendent, à être acteurs de leur destin en produisant leurs ressources, en choisissant leur chemin de vie quitte à ce qu'il soit moins linéaire que par le passé (que l'on pense sur le plan des mœurs à la filiation, à la vie sentimentale, ou au souhait de garder le contrôle sur sa propre mort)<sup>24</sup>. Mais **suivre sa propre route ne suffit pas. Le besoin de reconnaissance** de chaque individu, de ses besoins, de ses aspirations, de ses difficultés, est immense. Ce

<sup>23</sup> Concours Bang & Olufsen pour le design de ses produits, page Facebook du Club Med Val Thorens qui propose à ses « fans » de choisir le nom, la nationalité du chef qui opère en cuisine ainsi que les menus proposés sur la carte, la décoration, ..., Invention participative pour de nouvelles saveurs pour des desserts Danone . On peut également penser à Mario Maker de Nintendo où chaque joueur peut créer son propre jeu qui sera ensuite utilisé par d'autres.

<sup>24</sup> Cf Un nouvel élan, Note de conjoncture sociétale 2015

besoin est à relier avec **l'évolution des modes de définition de l'identité** caractérisés par Claude Dubar<sup>25</sup>. L'auteur rappelle que plusieurs modalités de construction des identités individuelles coexistent, mais que dans le temps s'observe une évolution générale des formes d'identités **attribuées** vers des formes d'identité **revendiquées**.

- **L'identité culturelle**, où prédominait le « Nous » sur le « Je », et où l'individu était défini par sa place dans une lignée, une temporalité inter générationnelle, avec des droits, et des devoirs, des ressources et des contraintes quasi immuables car transmis avec la naissance, est depuis longtemps remise en cause.
- L'identité **communautaire** que l'auteur appelle « pour soi » fait référence à un « Je » s'individualisant dans le cadre d'un « Nous » conçu comme une communauté de projet de référence (religieux, politique, philosophique) avec des figures de référence (le saint homme, le héros). Là aussi, la crise des modèles, héros et représentants politiques, religieux, syndicaux, révèle le peu de place de ce mode d'identification dans la société actuelle, bien que pouvant constituer une modalité de recours pour certains.
- **L'identité statutaire** qui conduit à penser le « Je » au sein d'espaces institutionnels pluriels, liés aux statuts, rôles sociaux occupés au travers d'institutions sociales plus moins hiérarchisées : famille, école, emploi est elle aussi largement chahutée.
- La dernière forme de l'identité : « **l'identité narrative** » prend alors toute son importance. Il s'agit pour chacun de mettre à distance des identités attribuées pour se construire un projet de vie, un style de vie individualisé. « **Se raconter** » permet de produire du sens à partir de récits heurtés et de parcours de vie non linéaires (Ricoeur). « *L'identité narrative n'est pas une identité stable et sans faille ; de même qu'il est possible de composer plusieurs intrigues au sujet des mêmes incidents [...] de même il est toujours possible de tramer sur sa propre vie des intrigues différentes, voire opposées. [...] En ce sens, l'identité narrative ne cesse de se faire et de se défaire* »<sup>26</sup>.

La dernière forme de cette identité, qui domine nos sociétés actuelles, se heurte à deux grands types de difficultés. La première réside dans la complexité<sup>27</sup> pour chacun de **trouver un récit cohérent et valorisant** qui peut conduire certains à une forme de repli ou à chercher à retrouver d'autres formes identitaires (communautaires). La deuxième a trait à l'écoute et l'écho que pourra trouver cette histoire. **Cette forme biographique a besoin pour exister de se faire reconnaître par des autres significatifs** : « *elle n'est pas appartenante à une culture figée, pas plus qu'elle n'est rattachement à une catégorie statutaire donnée, immuable, elle est un processus d'appropriation de ressources et construction de repères, un apprentissage expérientiel, la conquête permanente d'une identité narrative (soi-projet) par et dans l'action collective avec d'autres choisis. L'identité personnelle implique la mise en œuvre d'une attitude réflexive (soi-même) par et dans des relations signifiantes (...) permettant la construction de sa propre histoire (soi) en même temps que son insertion dans l'Histoire (Nous).* » (cf. p. 200)

Chacun a ainsi soif de trouver une possibilité à chacun de « se raconter », de construire un « **récit de soi** » positif, valorisant, **et intégrant le regard de l'autre**.

C'est probablement cet immense manque d'écoute et de reconnaissance qu'il faut lire dans le sentiment très fort d'invisibilité sociale mesuré dans les derniers travaux du CREDOC pour l'ONPES qui montrent ainsi que **plus d'une personne sur deux a le sentiment d'être confronté à des difficultés invisibles** des pouvoirs publics ou des médias<sup>28</sup>.

<sup>25</sup> Claude Dubar, La crise des identités, 2000

<sup>26</sup> Ricoeur, P. (1985) Temps et récits III, Le temps raconté, éditions du Seuil.

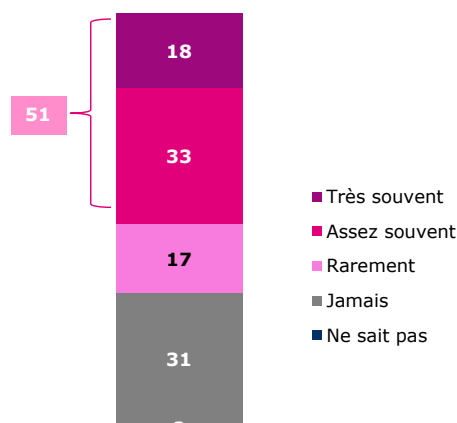
<sup>27</sup> Erhenberg, La fatigue d'être soi, 1998

<sup>28</sup> Nelly Guisse, Sandra Hoibian, La France des invisibles, à paraître, 2016



### Graphique 35 – Une omniprésence du sentiment d’invisibilité

« Avez-vous le sentiment d’être confronté à des difficultés importantes que les pouvoirs publics ou les médias ne voient pas vraiment ? »



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations », 2015

Les difficultés évoquées par les interviewés – difficultés financières, emploi, fragilité de la cohésion sociale, etc – sont pourtant, à première vue, largement présentes dans le débat public. Mais nos concitoyens ont le sentiment qu’elles sont caricaturées, mal identifiées, ou sans solution depuis si longtemps qu’ils doutent d’être vraiment écoutés, entendus, et considérés.

Dans une société **hyper connectée**, où les flux d’informations sont incessants et en perpétuelle augmentation, le **temps disponible de plus en plus rare**, car sans cesse interrompu par des sollicitations diverses, ou surexploité dans un souci d’optimisation ou de plaisir<sup>29</sup> **l’attention qui est portée aux individus est une ressource rare**.

La **parole est de plus en plus répartie, horizontale**, démocratique que l’on pense au succès des pétitions en ligne ou aux millions de vue d’inconnus devenus célèbres grâce aux plateformes de vidéo en ligne. Les Français n’ont jamais autant eu autant leur mot à dire, via les réseaux sociaux, les blogs (52% sont aujourd’hui membres de réseaux sociaux<sup>30</sup>), mais leur soif d’être écoutés, entendus, **reconnus à leur juste valeur n’est pour autant pas apaisée**. Les membres de réseaux sociaux, les personnes ayant donné une note, une évaluation ou un commentaire sur un produit acheté ou un service utilisé sont même plus nombreux (53% et 55%) que les autres (49% et 50%) à considérer être confrontés à des difficultés « invisibles ».

Etre un individu libre et en pleine possession de son destin n’est plus le seul horizon, il faut également, pour exister, être **reconnu par les autres**. Et la **société collaborative**, au-delà des bénéfices qu’elle peut apporter au niveau économique, écologique, etc offre la possibilité à chacun non seulement de reprendre une certaine maîtrise sur sa vie, mais également de **partager son histoire avec d’autres pairs**.

Obtenir de multiples vues sur youtube, avoir de nombreux amis sur facebook ou instagram, être un salarié intégré dans les processus de décision dans l’entreprise ou devenir indépendant pour regagner un statut et une dignité parfois perdue dans le monde salarial, être un client non seulement écouté et auquel on propose un service personnalisé mais qui sera **valorisé** dans sa relation de consommation, être pris en compte par les politiques publiques en tant qu’individu avec un parcours, des attentes qui lui sont propres ; toutes ces tendances de société semblent avoir en toile de fond le mot d’ordre commun de la reconnaissance.

<sup>29</sup> Régis Bigot, Patricia Croutte et Emilie Daudey, La diffusion des technologies de l’information et de la communication dans la société française (juin 2013), Collection des Rapports n°297, octobre 2013, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R297.pdf>.

<sup>30</sup> Lucie Brice Patricia Croutte Pauline Jauneau-Cottet Sophie Lautié pour le CGE et l’ARCEP, Baromètre du numérique, 2015, [http://www.arcep.fr/uploads/tx\\_gspublication/CREDOC-Rapport-enquete-diffusion-TIC-France\\_CGE-ARCEP\\_nov2015.pdf](http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/CREDOC-Rapport-enquete-diffusion-TIC-France_CGE-ARCEP_nov2015.pdf)

## VIII. Une typologie de l'opinion

---

Réalisée depuis trente-huit ans, l'enquête « *Conditions de vie et Aspirations des Français* » permet d'analyser l'évolution de l'état de l'opinion et d'en repérer les grandes tendances grâce au suivi d'un grand nombre de variables.

Traditionnellement, seize variables d'opinions sont posées à l'identique depuis 1979 et elles servent à construire « **l'Espace Général des Opinions des Français** ». La particularité de cette analyse est qu'elle repose sur des variables qui ne se réfèrent pas à des situations objectives des enquêtés, mais qui correspondent plutôt à des **perceptions et des opinions** : informations concernant la perception que les Français ont de leurs conditions de vie **personnelles** (santé, cadre de vie, satisfaction vis-à-vis de son niveau de vie ou de son budget...) et jugements **généraux** portés sur des grands sujets de société (tels que la justice, les découvertes scientifiques, la famille, le mariage, les transformations sociétales).

Cette année, la démarche a été **renouvelée** et les variables actives de l'analyse des correspondances multiples mise en œuvre ont été redéfinies : 12 ont été conservées au sein du bloc historique<sup>31</sup> et 11 nouvelles ont été prises en compte pour la première fois. Ces modifications permettent d'inclure dans l'analyse de nouveaux champs, comme la sensibilité à l'environnement, le rapport au nucléaire, l'empathie envers les plus pauvres et les chômeurs, l'opinion sur l'immigration et la présence d'étrangers dans le pays et, également, de prendre en compte des marqueurs d'opinion en termes de mœurs comme le regard sur les couples de même sexe.

Ces 23 questions deviennent les variables actives d'une analyse des correspondances multiples sur les 3 045 individus interrogés online en 2016 et dont le premier plan factoriel constitue *l'Espace Général des Opinions des Français*. Cet espace permet de déterminer **les grands thèmes** qui structurent l'opinion publique et également, de visualiser la façon dont **les différents groupes sociodémographiques** se positionnent cette année.

### Liste des 23 variables actives de l'analyse

1. EVOLUTION RESSENTIE DU NIVEAU DE VIE PERSONNEL AU COURS DES DIX DERNIÈRES ANNÉES.
2. EVOLUTION RESSENTIE DU NIVEAU DE VIE DES FRANÇAIS AU COURS DES DIX DERNIÈRES ANNÉES.
3. EVOLUTION ATTENDUE DE SES CONDITIONS DE VIE DANS LES CINQ PROCHAINES ANNÉES.
4. SENTIMENT DE DEVOIR S'IMPOSER DES RESTRICTIONS SUR CERTAINS POSTES DE SON BUDGET.
5. OPINION SUR SON CADRE DE VIE QUOTIDIEN.
6. OPINION SUR LES DÉPENSES DE LOGEMENT (ARRIVE À Y FAIRE FACE OU PAS).
7. SATISFACTION VIS-À-VIS DE SON ÉTAT DE SANTÉ PERSONNEL.
8. SOUFFRANCE DE SYMPTÔMES OU MAUX DE SOCIÉTÉ (INDICATEUR SYNTHÉTIQUE DU NOMBRE DE MAUX DONT ON SOUFFRE, PARMIS LES SUIVANTS : MAUX DE TÊTE, MAL DE DOS, NERVOUSITÉ, ÉTAT DÉPRESSIF, INSOMNIES).
9. ACCORD AVEC L'IDÉE : "LA FAMILLE EST LE SEUL ENDROIT OÙ L'ON SE SENTE BIEN ET DÉTENDU".
10. OPINION SUR LE TRAVAIL DES FEMMES.
11. OPINION SUR LES TRANSFORMATIONS DE LA SOCIÉTÉ (RÉFORMES RADICALES OU NON).
12. OPINION SUR LA JUSTICE

---

<sup>31</sup> Ont cessé d'être posées les questions suivantes : OPINION SUR LE MARIAGE : INDISSOLUBLE/DISSOUT SI PROBLÈME GRAVE/DISSOUT SI ACCORD, OPINION CONCERNANT L'EFFET DES DÉCOUVERTES SCIENTIFIQUES EN MATIÈRE D'AMÉLIORATION DE LA VIE QUOTIDIENNE, ACCORD AVEC L'IDÉE : "LE MAINTIEN EN BONNE SANTÉ EST L'AFFAIRE DES MÉDECINS", ACCORD AVEC L'IDÉE : "ON EST MIEUX SOIGNÉ QUAND ON A DE L'ARGENT ET DES RELATIONS".

13. OPINION SUR L'ÉVOLUTION DU NOMBRE DE CHÔMEURS.
14. SENTIMENT DE SÉCURITÉ DANS LA VIE QUOTIDIENNE.
15. OPINION SUR LE CHOIX DU NUCLÉAIRE POUR PRODUIRE L'ÉLECTRICITÉ EN FRANCE.
16. ACCORD AVEC LE PAIEMENT DE D'AVANTAGE DE TAXES CONSACRÉES A L'ENVIRONNEMENT.
17. OPINION SUR LA RAISON PRINCIPALE POUR LAQUELLE CERTAINES PERSONNES VIVENT DANS LA PAUVRETÉ (PAS DE CHANCE VS PAS D'EFFORT).
18. OPINION SUR LE FAIT QUE S'ILS LE VOULAIENT VRAIMENT, BEAUCOUP DE CHÔMEURS POURRAIENT RETROUVER UN EMPLOI.
19. OPINION SUR LA DIVERSITÉ DES CULTURES (C'EST PLUTÔT UNE RICHESSE VS ÇA REND DIFFICILE LA VIE EN COMMUN).
20. OPINION SUR LES IMMIGRÉS QUI VIVENT ACTUELLEMENT EN FRANCE (SOUHAITE LEUR INTÉGRATION VS SOUHAITE LE DÉPART D'UN GRAND NOMBRE D'ENTRE EUX).
21. OPINION SUR LE MARIAGE PAR DES COUPLES DE MÊME SEXE.
22. OPINION SUR L'ADOPTION PAR DES COUPLES DE MÊME SEXE.
23. CONFIANCE DANS LES COMMENTAIRES, NOTES ET AVIS LAISSÉS SUR INTERNET.

### 1. L'Espace général des Opinions au début 2016 : approche méthodologique

A partir des 23 variables actives décrites ci-dessus, a été construit « l'Espace Général des Opinions des Français », c'est-à-dire le premier plan factoriel de l'ACM. Les deux premiers axes factoriels expliquent 15% de l'inertie totale et délimitent quatre zones d'opinions très marquées (Graphique A1).

#### **Le premier axe : satisfaction /insatisfaction**

Le **premier axe** (horizontal) oppose, à droite, les individus insatisfaits de leurs conditions de vie personnelles et mécontents du fonctionnement de la société à ceux qui, à gauche, témoignent d'une satisfaction générale. Les indicateurs personnels subjectifs (restrictions, sentiment de sécurité, évolution de ses conditions de vie), mais aussi les points de vue sur le fonctionnement de la société en général (opinions sur la justice, sur les transformations sociétales, sur l'évolution du nombre de chômeurs...) sont corrélés entre eux. **Il existe donc une propension à être systématiquement satisfait ou insatisfait**, aussi bien de ses conditions de vie personnelles que de celles de l'ensemble des Français, de son état de santé que du fonctionnement de la société. Contribuent le plus à la formation du 1<sup>er</sup> axe : l'opinion sur l'évolution de son niveau de vie personnel depuis dix ans, l'opinion sur ses conditions de vie dans cinq ans, l'opinion sur le fonctionnement de la justice ainsi que sur l'évolution du niveau de l'ensemble des Français.

**A droite du plan factoriel se trouve la zone d'"insatisfaction"**, où les opinions portées sont plutôt négatives : on s'y plaint d'une dégradation de niveau de vie aussi bien personnel que de l'ensemble des Français ; on y anticipe une augmentation du nombre de chômeurs et une détérioration des conditions de vie futures. La critique à l'endroit du fonctionnement de la justice est ici insistante et on souhaite, plus fréquemment, imposer à la société française des changements via des réformes radicales.

**A l'inverse, à gauche de cette même carte, se regroupent les individus "satisfaits"** : règne dans cette zone un relatif optimisme ; on y pense que son niveau de vie personnel et celui de l'ensemble des Français vont mieux depuis dix ans et que les conditions de vie personnelles vont rester semblables ou s'améliorer dans les cinq années à venir. On ressent moins le besoin de changer la société, on ne se plaint pas du fonctionnement de la justice.

### ***Le deuxième axe : traditionalisme et repli contre ouverture au monde et empathie***

Le **deuxième axe** peut, quant à lui, se résumer à une opposition entre modernisme et traditionalisme en matière de mœurs et entre empathie et défiance à l'égard des plus démunis et des étrangers. Il est, également, corrélé avec le fait de s'imposer ou pas des restrictions. Les variables qui contribuent le plus à la construction de cet axe sont : l'opinion sur les causes de la pauvreté (pas de chance vs pas assez d'effort), l'opinion sur l'adoption par des couples de même sexe et le fait de croire que beaucoup de chômeurs pourraient, s'ils le voulaient, trouver un emploi.

En bas de la carte se projettent les individus ayant des opinions qu'on peut qualifier de « **progressistes** » en matière de mœurs : ils sont favorables à l'union par des personnes de même sexe et à l'adoption par ces couples. On y fait preuve **d'empathie** à l'égard des chômeurs ou des travailleurs immigrés, dont on souhaite l'intégration dans le pays. On y loue la diversité des cultures, perçue comme une richesse pour le pays plutôt que comme une menace.

A l'inverse, au Sud du graphique, on trouve les individus qu'on peut qualifier de « **conservateurs** » qui ne sont favorables ni à l'union par des couples homosexuels ni à l'adoption par les couples de même sexe, qui pensent que les situations de pauvreté résultent d'un manque d'effort et que beaucoup de chômeurs, s'ils le voulaient vraiment, pourraient retrouver un emploi. On pense ici que la diversité des cultures est un danger et que le départ d'un grand nombre d'immigrés est souhaitable. Notons que ces deux variables interviennent autant sur le 1<sup>er</sup> que sur le 2<sup>ème</sup> axe : l'accueil favorable réservé aux immigrés s'accompagne d'un fort niveau de satisfaction, alors que leur rejet est souvent synonyme d'insatisfaction quant à la situation économique et financière.

### ***Les différents groupes dans l'espace des opinions : le niveau de satisfaction / insatisfaction est lié au diplôme; l'empathie et le modernisme plus à l'âge***

Quand on examine le positionnement des différents groupes sociaux dans l'espace des opinions (Graphique A2), on constate que la dispersion liée au positionnement sur le premier axe (satisfaction / insatisfaction) est aussi marquée que celle liée au second axe (modernisme / traditionalisme).

Les abscisses s'échelonnent en effet de - 0.47 (cadres supérieurs et professions libérales) à + 0.33 (non diplômés). Le premier axe oppose, de fait, les personnes ayant un fort capital culturel et économique aux plus fragiles (personnes au foyer, ouvriers, chômeurs, foyers monoparentaux, bas revenus). Le niveau de diplôme épouse parfaitement le premier axe, autant, sinon plus que le niveau de vie.

Sur le second axe, les ordonnées varient de - 0.50 (les chômeurs) à + 0.35 (hauts revenus).

L'âge, par exemple, se projette à la fois selon le 1<sup>er</sup> axe – seuls les moins de 40 ans ont plutôt foi dans l'avenir – et aussi selon le second : plus la personne est âgée et plus elle se projette dans le haut de la carte, témoignant de davantage de traditionalisme et de moins d'empathie vis-à-vis des minorités pauvres ou étrangères (Graphique A2).

La projection, dans ce premier plan factoriel, du positionnement des réponses par rapport au bonheur ressenti est assez éclairante (Graphique A2-bis). La projection du sentiment de bonheur suit également le 1<sup>er</sup> axe : les personnes « jamais » ou « occasionnellement » heureuses se trouvent dans la zone d'insatisfaction, à droite du plan, tandis que les personnes « souvent heureuses » se projettent à gauche, dans la zone de satisfaction. Ce

sentiment de bonheur suit, en vérité, exactement le niveau de vie et le sentiment de restriction budgétaire : les bas revenus comme les personnes peu ou pas heureuses se trouvent en bas du plan, alors que les hauts revenus et les personnes heureuses se trouvent plutôt dans le haut du plan.

## 2. Cinq groupes de Français, aux idées et positionnements bien tranchés

Plutôt que de raisonner sur les catégories sociales classiques (sexe, âge, diplôme, PCS, lieu de résidence ou situation par rapport à l'emploi, etc.), nous avons choisi de procéder à une classification ascendante hiérarchique à partir des coordonnées factorielles des individus dans cet espace des opinions. Cinq groupes apparaissent alors, aux positionnements et aux valeurs très différentes (Graphique A3).

**LES TRADITIONALISTES** (25% de la population) se positionnent au milieu du plan factoriel, tout en haut de l'axe vertical. Ils se démarquent d'abord par leurs prises de positions en matière de **mœurs** : 83% ne sont pas favorables à l'adoption par des couples de même sexe (+ 37 points par rapport à l'ensemble de la population) et 61% restent opposés à l'idée que deux personnes de même sexe puissent s'unir civilement à la mairie (+ 32 points) ainsi que vis-à-vis des **étrangers** : 84% des traditionalistes voient dans la diversité des cultures un danger pour le pays (+ 35 points) et 89% sont en faveur du retour dans leur pays d'un grand nombre des immigrés qui vivent actuellement en France (+ 32 points). Ils témoignent, par ailleurs, d'une **faible empathie envers les plus démunis** : 80% assurent que la plupart des chômeurs pourraient retrouver un emploi s'ils le voulaient vraiment (+ 20 points) et 54% pensent que si certaines personnes vivent dans la pauvreté c'est plutôt parce qu'elles ne font pas assez d'effort pour s'en sortir (54%, + 18 points). On a par ailleurs affaire à des personnes dont **les appréciations économiques sont mitigées**, prônant des positions moyennes : le niveau de vie des Français irait « un peu moins bien » (64%, + 20 points), le leur également (52%, + 22 points) et leurs conditions de vie se dégraderaient « un peu » d'ici cinq ans (55%, + 22 points). Il s'agit d'un groupe plus âgé : 41% ont 60 ans ou plus (+ 11 points), 37% sont retraités (+ 11 points) et qui se positionne plutôt à droite sur l'échelle politique (49%, + 21 points), voire très à droite (19%, + 7 points).

**LES OUVERTS AU MONDE** (23% de la population) sont situés, dans l'espace des opinions, à l'opposé des traditionalistes, conformément à leurs prises de positions **xénophiles**, en faveur du droit des homosexuels et **en empathie** avec les plus pauvres. A 77% (+ 28 points), ils pensent que la diversité des cultures et des origines est une richesse pour notre pays et 68% plaident en faveur de l'intégration des immigrés qui vivent en France (+ 27 points par rapport à la moyenne). Le mariage pour les couples de même sexe ainsi que l'adoption par ces couples sont largement plébiscités (à respectivement 93% et 80%), tandis que l'opinion qui domine est que si certains vivent dans la pauvreté, c'est parce qu'ils n'ont pas eu de chance (81%, + 18 points). Le sentiment de sécurité dans sa vie quotidienne est, ici, très fort (91%, + 9 points). Malgré **des difficultés économiques réelles** (82% s'imposent régulièrement des restrictions – soit 21 points de plus que dans l'ensemble de la population – et 71% font face à des charges de logement lourdes ou auxquelles ils font difficilement face, soit + 15 points), **les jugements portés en la matière sont, comme pour les traditionalistes, moins sévères qu'en moyenne**. Là aussi, on dit que le niveau de vie des Français va « un peu moins bien » (58%, + 14 points), que le sien s'est « un peu » dégradé (56%, + 26 points) et que les conditions de vie à venir s'annoncent « un peu moins bonnes » d'ici cinq ans (54%, + 21 points). Les femmes (59%, + 7 points) et les diplômés du supérieur (34%, + 4 points) sont ici surreprésentés, tout comme les personnes se déclarant à gauche (49%, + 15 points).

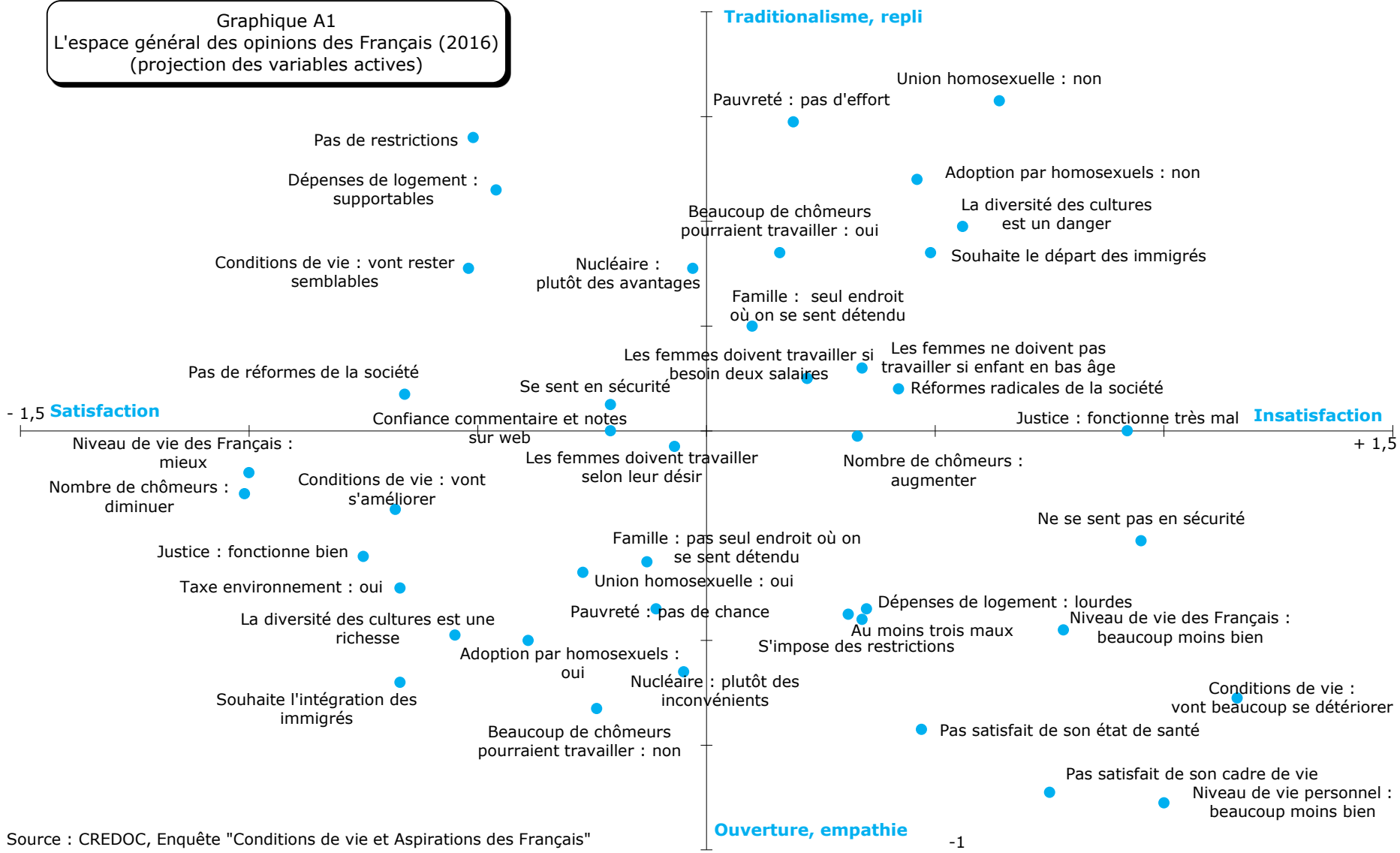
**LES SEREINS** (23% de la population) sont situés, dans l'espace des opinions, tout à gauche du plan, dans la zone de satisfaction. Sans être optimistes sur la situation économique qui prévaut dans le pays, ils font preuve de beaucoup moins de sévérité dans leurs jugements que la moyenne ; ils prônent, en la matière, le *statu quo*.

Ainsi, pour 76% d'entre eux, leur niveau de vie n'a pas changé ces dernières années (+ 47 points), celui de l'ensemble des Français n'a pas bougé non plus (50%, + 33 points) et, d'ici cinq ans, leurs conditions de vie n'évolueront pas (73%, + 41 points). Leurs conditions de vie sont, d'ailleurs, plutôt meilleures qu'en moyenne : 65% ne s'imposent pas de restriction (+ 27 points) et les charges de logement sont ici supportées sans trop de difficultés (58%, + 20 points). Concourent à ce haut niveau de satisfaction le sentiment que la justice fonctionne bien (45%, + 16 points) et un fort sentiment de sécurité (94%, + 12 points). On fait preuve, dans ce groupe, d'une préférence pour l'intégration des immigrés déjà installés en France (63%, + 22 points) et d'un *a priori* positif sur la diversité des cultures et des origines (73%, + 24 points). Ce groupe se dit à gauche (22%, + 8 points) ou plutôt à gauche (12%, + 8 points). Les hauts revenus (67%, + 7 points) et les diplômés du supérieur (34%, + 4 points) y sont légèrement surreprésentés.

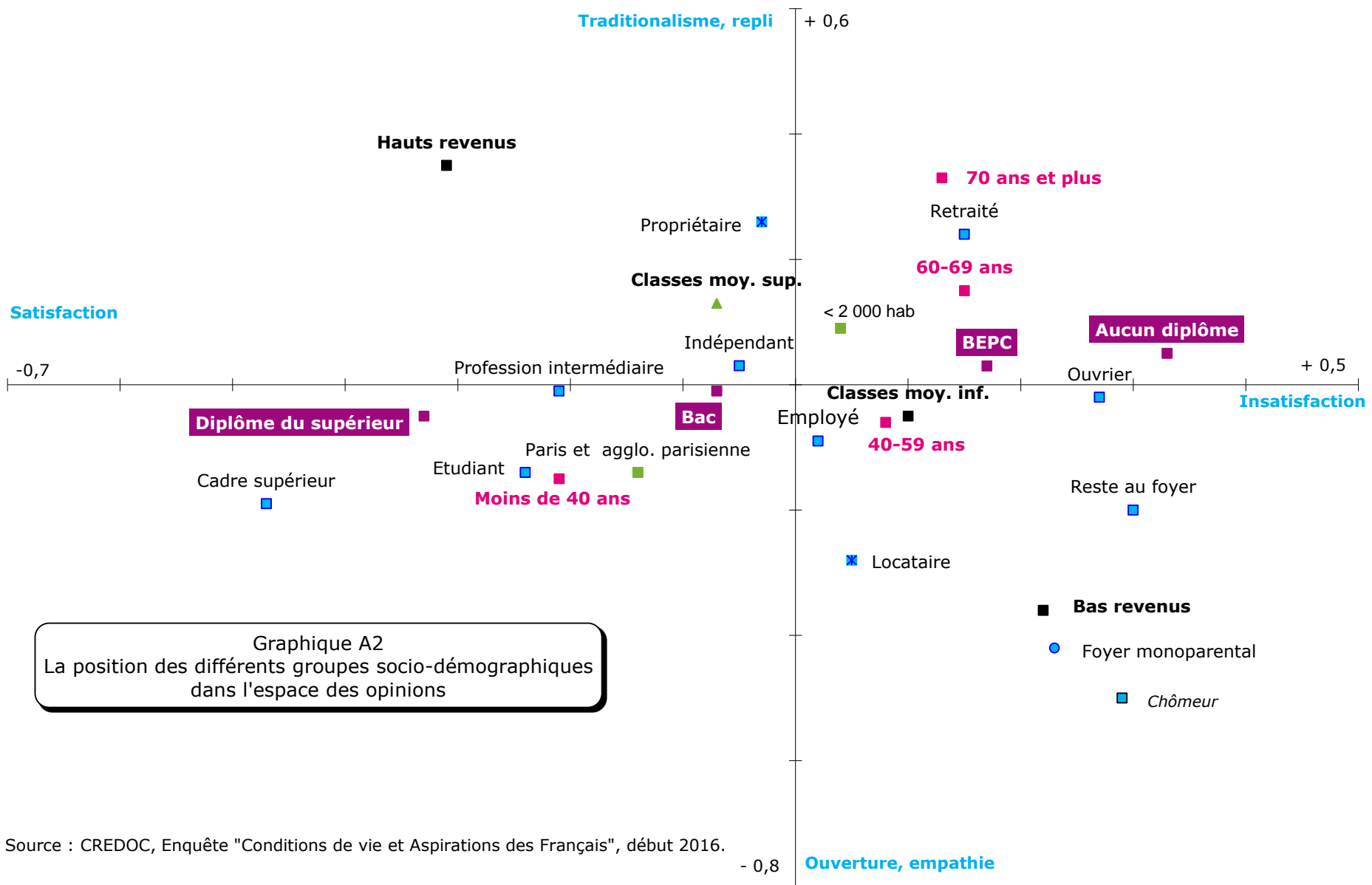
**LES JEUNES BIEN INSÉRÉS** (11% de la population) sont situés, dans l'espace des opinions, tout à côté du groupe précédent, à gauche du plan, dans la zone de satisfaction. Leur optimisme économique est franchement exceptionnel : 90% pensent que leur niveau de vie s'est amélioré (+ 70 points) et que leurs conditions de vie vont faire de même dans les années à venir (70%, + 53 points). Les deux-tiers d'entre eux pensent que la justice fonctionne bien (+ 37 points) et ils ne sont que 28% à réclamer des réformes radicales pour changer la société française (- 20 points). Ils sont, dans ce groupe, 76% à avoir foi dans les notes, commentaires et évaluations qu'on trouve sur internet (+ 24 points). Très jeunes (22% ont moins de 25 ans, + 8 points), très diplômés (46% possèdent un diplôme de l'enseignement supérieur, + 16 points), ils sont 21% à résider à Paris et dans son agglomération (+ 6 points).

**LES DÉCLASSÉS** (18% de la population) sont situées, dans l'espace des opinions, à l'exact opposé, très à droite, dans la zone d'insatisfaction. Les motifs d'insatisfaction sont légion : on s'y plaint du fonctionnement de la justice (61%, + 38 points), de la sécurité (45%, + 27 points), du cadre de vie (37%, + 21 points), de son état de santé (34%, + 15%) ... mais les principaux griefs concernent l'évolution du niveau de vie des Français (80% jugent que ça va beaucoup moins bien, + 49 points) et de son niveau de vie personnel (77% jugent que ça va beaucoup moins bien, + 56 points). Les anticipations ne sont pas meilleures : 91% (+ 26 points) pensent que le nombre de chômeurs va augmenter pendant plusieurs années et 66% craignent une forte détérioration de leurs conditions de vie dans les cinq ans (+ 50 points). Et pourtant, leur situation actuelle n'est guère brillante : 83% dénoncent des charges de logement lourdes, très lourdes, voire insupportables (+ 27 points) et 89% s'imposent déjà régulièrement des restrictions sur leur budget (+ 28 points). Ils sont nombreux à être au chômage (15% vs 8% en moyenne), en majorité locataires (53% vs 44% en moyenne). 38% ont des bas revenus (+ 12 points par rapport à l'ensemble de la population). Evoluant dans un univers moins sécurisant, ils sont plus nombreux à réclamer une société empreinte de beaucoup plus d'ordre (55% vs 35% en moyenne). Dans ce groupe, on se montre moins favorable qu'en moyenne au mariage homosexuel (- 14 points) et à l'adoption par des personnes de même sexe (- 15 points) mais, surtout, on fait preuve d'une extrême défiance à l'égard des étrangers (84% réclamant le départ d'un grand nombre des immigrés qui vivent actuellement en France, + 27 points) et on pense, à 74%, que la diversité des cultures et des origines rend difficile la vie en commun (+ 25 points). Plus précaire, les déclassés font preuve en revanche d'une plus grande empathie face aux personnes les plus pauvres, et se situent de ce fait dans le bas de l'espace. Cette population se sent la plus détachée des attentats : 29% estiment que les événements du 13 novembre n'ont rien changé en France contre 18% en moyenne.

**Graphique A1**  
 L'espace général des opinions des Français (2016)  
 (projection des variables actives)

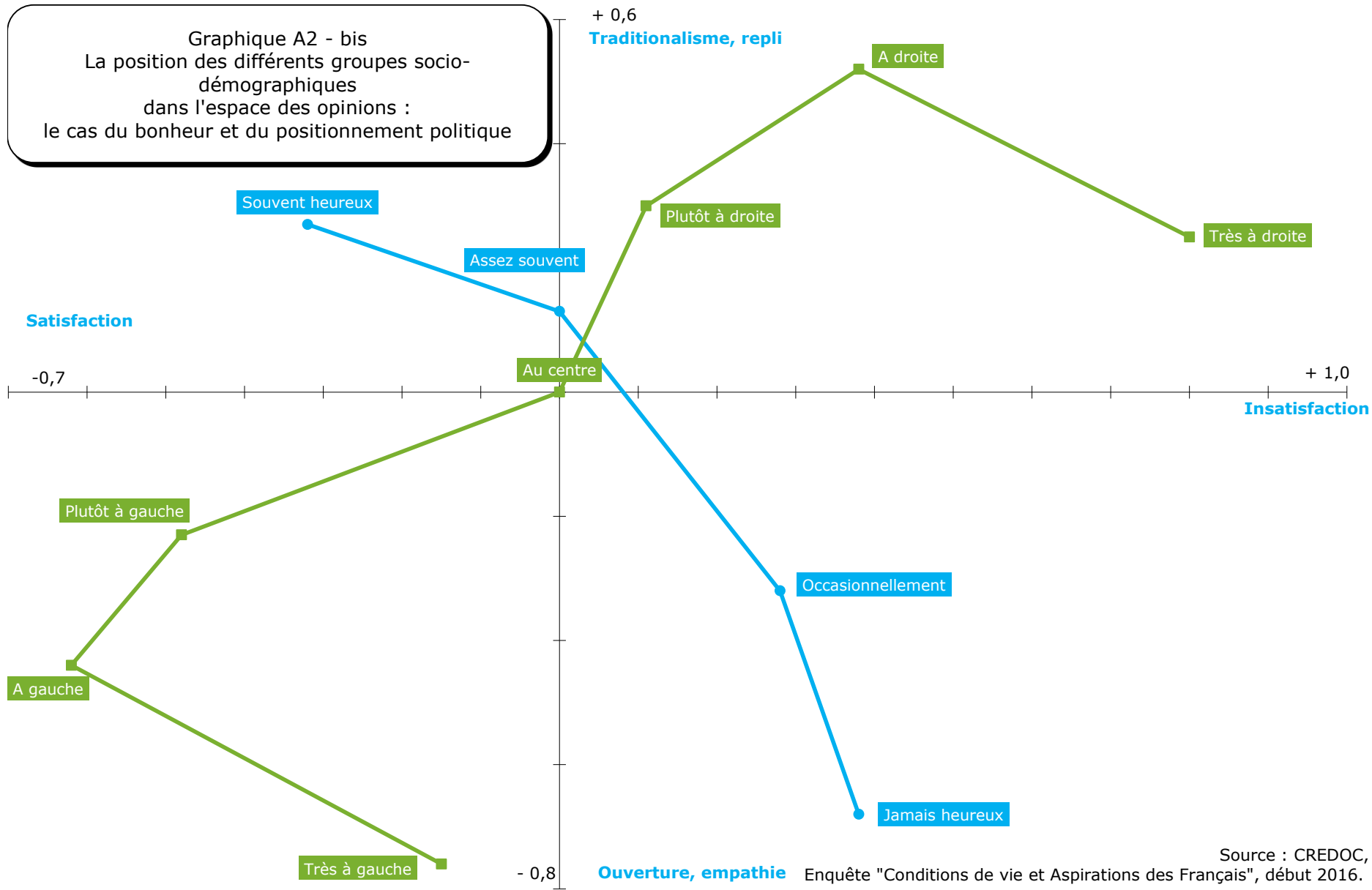


Source : CREDOC, Enquête "Conditions de vie et Aspirations des Français"





Graphique A2 - bis  
 La position des différents groupes socio-démographiques  
 dans l'espace des opinions :  
 le cas du bonheur et du positionnement politique



Source : CREDOC, Enquête "Conditions de vie et Aspirations des Français", début 2016.

