

“opinionway

pour



Les Français et l'investissement responsable

Septembre 2023



ESOMAR²³
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie



Echantillon de **1026 personnes représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **les 13 et 14 septembre 2023**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



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



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Reclaim Finance »
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon





Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	15%
	35-49 ans	24%
	50-64 ans	24%
	65 ans et plus	27%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	12%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	28%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	42%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	14%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



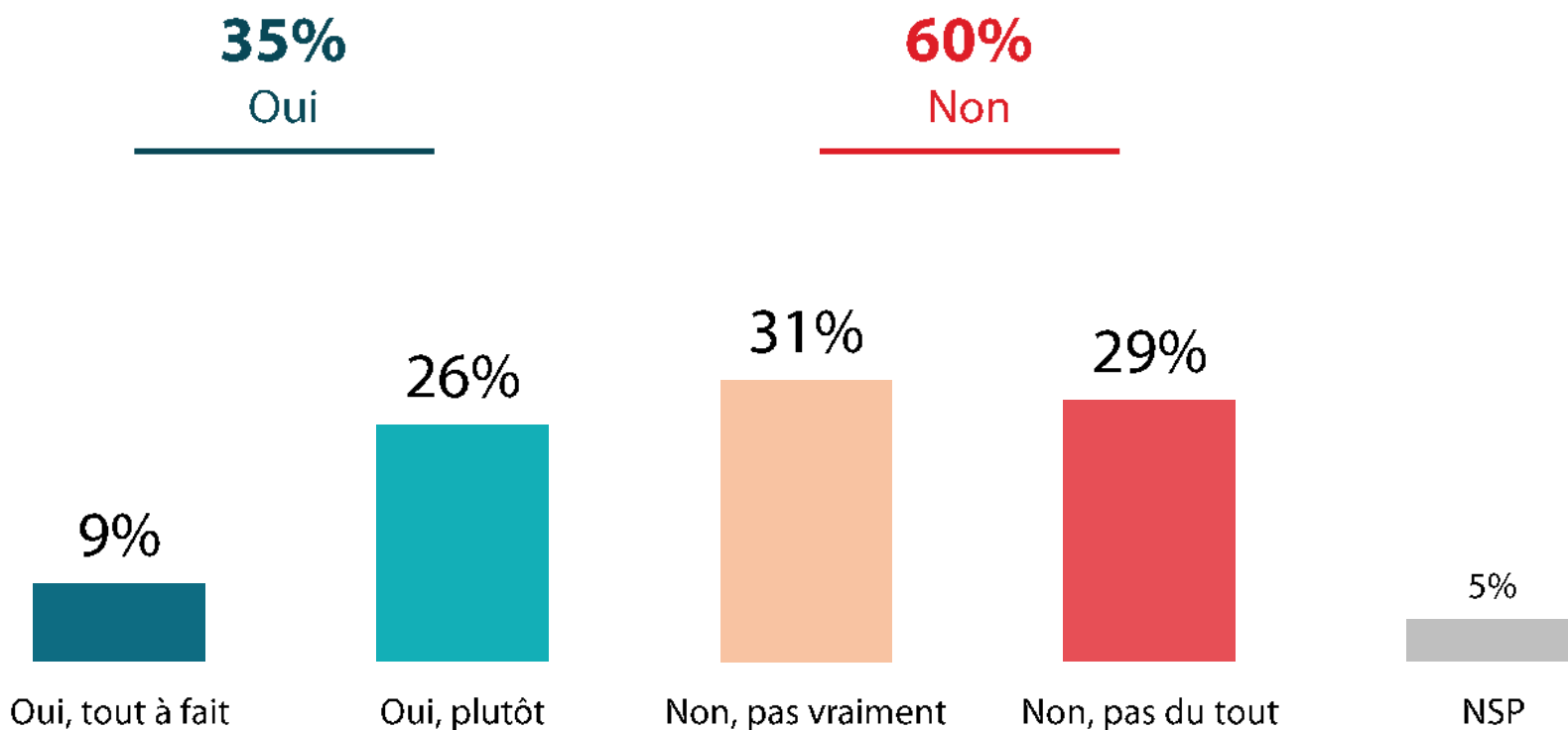
Les résultats



“ L’opinion sur les actifs fossiles dans les fonds « verts »



Q. Pour vous, un placement dit « durable », « vert » ou « responsable » (comme les fonds labellisés ISR – Investissement Socialement Responsable) devrait-il ou non financer des compagnies pétrolières qui développent de nouveaux champs pétroliers et gaziers ?



“ L’opinion sur les actifs fossiles dans les fonds « verts »



Q. Pour vous, un placement dit « durable », « vert » ou « responsable » (comme les fonds labellisés ISR – Investissement Socialement Responsable) devrait-il ou non financer des compagnies pétrolières qui développent de nouveaux champs pétroliers et gaziers ?

	% Total	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels net du foyer			
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 1 000€	1 000€ à 1 999€	2 000€ à 3 499€	3 500€ et plus
Sous-total Oui	35%	35%	35%	41%	52%	43%	29%	22%	38%	42%	28%	45%	44%	32%	28%
...Oui, tout à fait	9%	12%	6%	7%	13%	11%	7%	6%	8%	13%	7%	15%	11%	8%	6%
...Oui, plutôt	26%	23%	29%	34%	39%	32%	22%	16%	30%	29%	21%	30%	33%	24%	22%
Sous-total Non	60%	60%	60%	57%	45%	50%	67%	73%	56%	53%	68%	53%	53%	64%	69%
...Non, pas vraiment	31%	30%	32%	35%	26%	22%	33%	40%	29%	26%	36%	24%	30%	35%	32%
...Non, pas du tout	29%	30%	28%	22%	19%	28%	34%	33%	27%	27%	32%	29%	23%	29%	37%

“ L’opinion sur les actifs fossiles dans les fonds « verts »



Q. Pour vous, un placement dit « durable », « vert » ou « responsable » (comme les fonds labellisés ISR – Investissement Socialement Responsable) devrait-il ou non financer des compagnies pétrolières qui développent de nouveaux champs pétroliers et gaziers ?

	% Total	Proximité partisane						
		France insoumise – Parti communiste	Parti socialiste	Europe Ecologie- Les Verts*	Majorité présidentielle	Les Républicains	Rassemblement national	Sans préférence partisane
Sous-total Oui	35%	41%	32%	26%	34%	23%	33%	37%
...Oui, tout à fait	9%	6%	7%	10%	9%	8%	10%	8%
...Oui, plutôt	26%	35%	25%	16%	25%	15%	23%	29%
Sous-total Non	60%	57%	66%	73%	61%	70%	66%	57%
...Non, pas vraiment	31%	29%	29%	24%	36%	41%	38%	31%
...Non, pas du tout	29%	28%	37%	49%	25%	29%	28%	26%

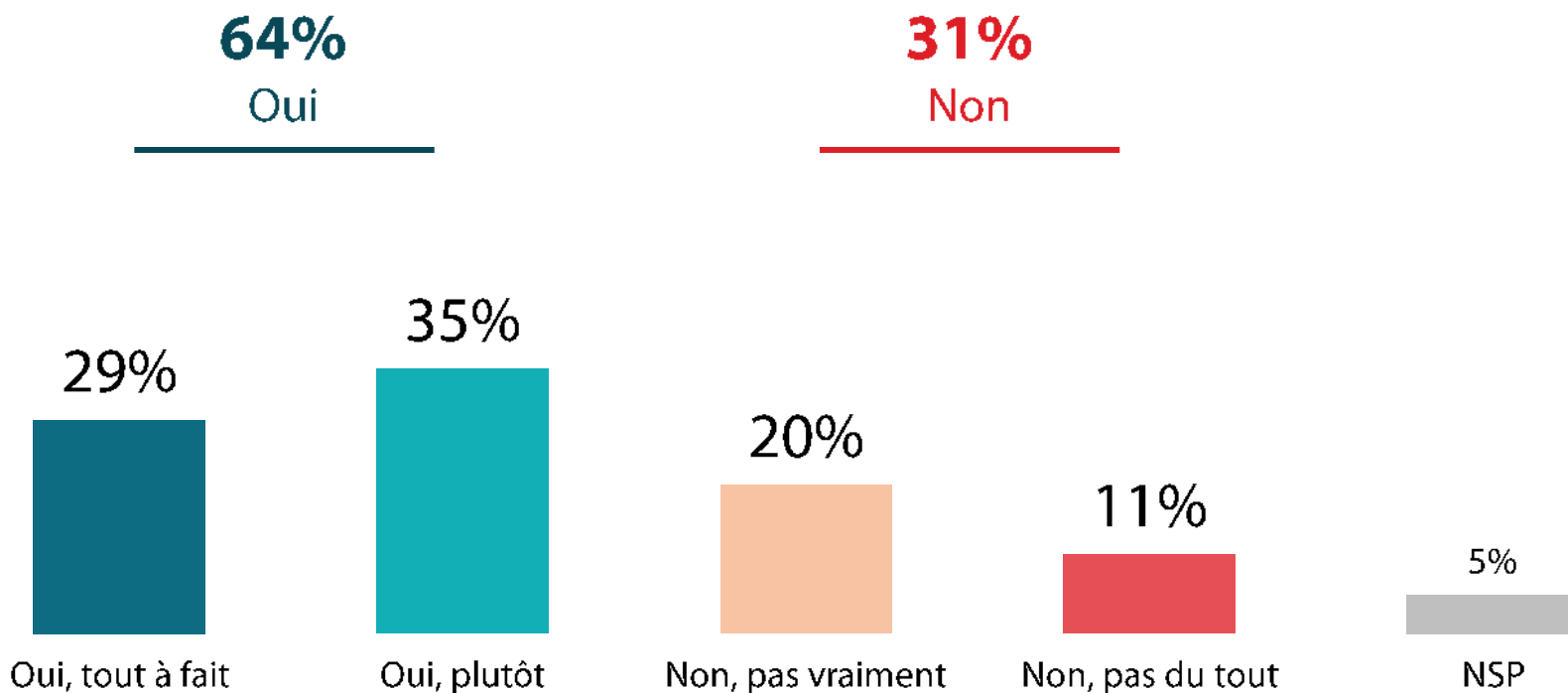


Le *greenwashing* dans les fonds « verts »



Q. Et pour vous, un placement dit « durable », « vert » ou « responsable » (comme les fonds labellisés ISR - Investissement Socialement Responsable) qui finance des compagnies pétrolières qui développent de nouveaux champs pétroliers et gaziers relève-t-il ou non du *greenwashing* ?

Le greenwashing est une méthode de marketing consistant à communiquer auprès du public en utilisant l'argument écologique de manière trompeuse pour améliorer son image.





Le greenwashing dans les fonds « verts »



1026 personnes

Q. Et pour vous, un placement dit « durable », « vert » ou « responsable » (comme les fonds labellisés ISR - Investissement Socialement Responsable) qui finance des compagnies pétrolières qui développent de nouveaux champs pétroliers et gaziers relève-t-il ou non du *greenwashing* ?

Le greenwashing est une méthode de marketing consistant à communiquer auprès du public en utilisant l'argument écologique de manière trompeuse pour améliorer son image.

	% Total	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels net du foyer			
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Moins de 1 000€	1 000€ à 1 999€	2 000€ à 3 499€	3 500€ et plus
Sous-total Oui	64%	67%	61%	67%	72%	68%	61%	58%	66%	68%	60%	63%	59%	65%	72%
...Oui, tout à fait	29%	31%	26%	36%	27%	31%	28%	25%	27%	29%	30%	23%	28%	29%	35%
...Oui, plutôt	35%	36%	35%	31%	45%	37%	33%	33%	39%	39%	30%	40%	31%	36%	37%
Sous-total Non	31%	28%	34%	26%	25%	25%	35%	37%	28%	28%	34%	32%	35%	31%	25%
...Non, pas vraiment	20%	19%	22%	18%	16%	12%	23%	27%	18%	16%	24%	16%	21%	22%	17%
...Non, pas du tout	11%	9%	12%	8%	9%	13%	12%	10%	10%	12%	10%	16%	14%	9%	8%



Le greenwashing dans les fonds « verts »



Q. Et pour vous, un placement dit « durable », « vert » ou « responsable » (comme les fonds labellisés ISR - Investissement Socialement Responsable) qui finance des compagnies pétrolières qui développent de nouveaux champs pétroliers et gaziers relève-t-il ou non du *greenwashing* ?

Le greenwashing est une méthode de marketing consistant à communiquer auprès du public en utilisant l'argument écologique de manière trompeuse pour améliorer son image.

	% Total	Proximité partisane						
		France insoumise – Parti communiste	Parti socialiste	Europe Ecologie- Les Verts*	Majorité présidentielle	Les Républicains	Rassemblement national	Sans préférence partisane
Sous-total Oui	64%	82%	79%	86%	68%	52%	55%	58%
...Oui, tout à fait	29%	34%	37%	42%	25%	27%	28%	25%
...Oui, plutôt	35%	48%	42%	44%	43%	25%	27%	33%
Sous-total Non	31%	17%	18%	11%	27%	40%	43%	35%
...Non, pas vraiment	20%	6%	13%	9%	20%	26%	28%	23%
...Non, pas du tout	11%	11%	5%	2%	7%	14%	15%	12%



L'analyse





L'analyse *“opinionway”*

Une majorité des Français réproouve le financement des projets fossiles par des placements « verts »

- Alors qu'une refonte du label ISR se prépare, ses critères d'attribution actuels suscitent des débats, notamment le fait que les énergies fossiles ne soient pas complètement exclues de son périmètre. Interrogés sur le sujet, **6 Français sur 10 se positionnent en faveur d'une mise hors champ des compagnies pétrolières qui développent de nouveaux projets fossiles (60%)**. Un tiers déclare même être complètement opposé au financement de ces entreprises par les placements dit « durables », « verts » ou responsables » (29%).
 - Les catégories de la population qui épargnent généralement davantage sont aussi celles qui rejettent le plus l'inclusion des actifs dits « marrons » dans les fonds « verts ». Ainsi, 71% des Français âgés de 50 ans ou plus se prononcent pour l'exclusion des compagnies pétrolières développant de nouveaux projets fossiles (contre 50% des 35-49 ans et des 18-34 ans).
 - Le rejet du financement des compagnies pétrolières par les fonds « verts » est le plus fort parmi les personnes disposant de revenus permettant d'épargner : 69% parmi celles dont le foyer a un revenu d'au moins 3 500€ par mois et 66% parmi celles aux revenus compris entre 2 000 et 3 499€, contre 53% chez celles gagnant moins.
 - L'opposition de trois quarts des sympathisants écologistes au financement des projets « marrons » par les fonds « verts » apparaît certainement logique (73%). Surprenant de prime abord, le fait que les sympathisants Les Républicains soient quasiment aussi nombreux à afficher cette opinion (70%) dénote d'un véritable souhait de clarté. Plus globalement, de la gauche (62%) à l'extrême-droite (61%), en passant par la majorité présidentielle (61%) et la droite (73%) mais aussi chez les Français n'exprimant aucune proximité partisane (57%), l'ensemble du paysage politique se prononce contre le financement des entreprises pétrolières par les placements « verts ».

“ L’analyse *“opinionway*

Les critères actuels du label ISR ouvrent la porte au greenwashing selon deux tiers des Français

- **Pour deux tiers des personnes interrogées, permettre le financement de projets fossiles par les placements « verts » est une forme de *greenwashing* (64%), un tiers jugeant même que cela revient *tout à fait* à cette forme de communication trompeuse (29%).**
 - Une nouvelle fois, les personnes disposant des revenus plus élevés sont les plus nombreuses à identifier la possibilité du *greenwashing* dans les critères actuels du label ISR : 72% chez celles disposant de 3 500€ ou plus par mois, contre 65% gagnant entre 2 000€ et 3 499€ et 60% de celles gagnant moins.
 - Alors qu’une moindre part des jeunes générations rejettent les critères actuels du label ISR, elles identifient davantage la possibilité du *greenwashing* induite par la réglementation : 71% des personnes âgées de moins de 35 ans, 68% de celles âgées de 35 à 49 ans et 60% au sein des générations plus âgées.

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“opinionway

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Vos contacts

Eléonore Quarré

Directrice Conseil - Pôle opinion
equarre@opinion-way.com

Théo Ponchel

Chef de projets – Pôle opinion
tponchel@opinion-way.com