Le rapport au progrès :

Regard des Français et comparatif européen

(sens, valeur, adhésion, partage et diffusion)

Pôle nouveaux enjeux de l'entreprise
Commission Innovation – Septembre 2020

MEDEF

Edito

Dessinons ensemble le progrès pour mieux l'adopter

Mouvement perpétuel inhérent à la condition humaine, le progrès vise à améliorer le bien-être de tous et l'élévation de chacun. C'est à la fois une démarche d'adaptation positive à son environnement et une entreprise d'envergure pour relever les défis de cette adaptation dans de multiples domaines vitaux pour notre avenir : climat, démographie, éducation, santé, énergie, transports, emploi…

Longtemps principe directeur de nos sociétés, le progrès a permis à l'homme de gagner en efficacité technique, de maitriser la matière et de développer ses sources d'énergie pour mieux s'affranchir des contraintes de la nature et façonner sa propre nature humaine, de gagner en autonomie, de s'émanciper et d'accéder à de nouvelles formes de liberté. Le progrès demeure une valeur dans plusieurs pays du monde et particulièrement dans les pays émergents et en plein développement, en Asie comme en Afrique. L'Europe, incarnation du progrès pendant plusieurs siècles, de la renaissance à la révolution industrielle, douterait désormais de ses vertus et en aurait perdu progressivement le sens.

Le champ de perception et de compréhension de la notion de progrès aurait, dans notre civilisation multiséculaire, tendance à se rétrécir. Le progrès se confond de plus en plus avec l'innovation et l'innovation avec les technologies dont certaines font peur, faute d'une vision claire de leurs objectifs et d'une maîtrise suffisante dans la population de leur usage ou au moins de leur potentiel. La robotisation, l'intelligence artificielle suscitent ainsi davantage de défiance que d'enthousiasme et ces avancées technologiques peuvent être vécues comme une concurrence insurmontable entre l'homme et la machine, annonciatrice à brève échéance de la destruction des emplois et à terme du déclin de la condition humaine et de son indépendance, voire de l'élimination physique de l'être humain de la planète, qui demeure notre unique territoire d'implantation.

Les sondages d'opinion nous renseignent sur cet état d'esprit et soulignent les causes d'une réserve vis à vis du progrès, entretenue par la méconnaissance de ses concrétisations, ou encore le doute de son potentiel d'évolution. Cette ignorance subie faute d'une information scientifique mais aussi d'une culture humaniste suffisantes, laisse place à la désinformation, qui elle-même entretient les peurs les plus irrationnelles, fondées sur des inepties les plus criantes. Le nucléaire est ainsi soupçonné d'être à l'origine des émissions de gaz carbonique alors que cette énergie n'émet pas la moindre molécule de CO^2. Les « fake news » nourrissent les fantasmes dès l'apparition de toute nouveauté et attisent les inquiétudes sur les dangers supposés des innovations et les craintes d'exclusion qu'elles peuvent susciter au point de se garder de surfer sur cette nouvelle vague, de refuser toute prise de risque et de préférer s'enfermer dans le doute et le pessimisme. Une telle attitude conduit à son tour au rejet du mieux que peut apporter le progrès.

Le changement, les évolutions économiques et sociales qui influent sur nos modes de vie, nos métiers, nos emplois, nos relations humaines, sont vécus davantage comme une agression que comme une opportunité et la promesse d'une amélioration. Toutes ces mutations nous invitent à nous renouveler ensemble au bénéfice de chacun. Des voix de tous les horizons, « think tank », associations de consommateurs, ONG,

appellent à des évolutions, voire à une révolution de notre modèle économique. Et la décroissance peut même être un choix tentant pour une grande majorité de l'opinion française. L'expérience de l'arrêt de la production, les privations de la consommation imposées par la gestion de l'épidémie de Covid-19 pendant une saison quasi complète de confinement n'ont pas eu raison de cette adhésion à la décroissance. L'idée continue à séduire l'opinion française mais pas à n'importe quel prix.

De telles transitions sont principalement soucieuses de l'environnement et de sa protection et c'est d'ailleurs dans ce domaine que les Français comme les Européens attendent le plus de progrès. Mais pour être durables ces transitions doivent aussi être économiquement viables dans l'intérêt du modèle social, autre forme de progrès, que nous voulons voir perdurer et qu'il faut continuer à pouvoir financer.

Les obstacles sont nombreux pour entraver sinon étouffer le progrès. Les leviers existent cependant pour raviver le progrès, le partager davantage et mieux le faire croître. Penser, trouver, expérimenter, corriger, développer, améliorer, c'est la réponse contre le doute.

Le progrès c'est la vie et le mouvement, il faut savoir reprendre la main et agir de concert. L'entreprise peut tenir un rôle majeur et positif dans la diffusion du progrès. Les Allemands sont deux fois plus nombreux à en être conscients que les Français. Les startups sont cependant déjà clairement identifiées comme des leaders de l'innovation par la grande majorité des Européens y compris des Français

L'étude réalisée *(pendant l'hiver dernier, actualisée au mois de juin et approfondie au cours de l'été)* par le MEDEF avec le concours de l'Institut Odoxa sur la perception du progrès (sens, valeurs, accès, partage) nous donne matière à réfléchir sur les efforts à fournir pour relancer le mouvement du progrès et nous ouvre les perspectives d'un récit positif à construire pour le promouvoir et réconcilier l'opinion publique avec son développement.

Le progrès est un élan vital pour le bien-être de chacun. Une entreprise ambitieuse pour le succès de tous. Déjà dans l'antiquité, Aristote déclarait que « *le progrès ne vaut que s'il est partagé par tous* ». Cette conviction continue à rencontrer un fort écho dans l'opinion publique, c'est celle qui résume le mieux sa vision du progrès.

Le progrès, il faut le vivre ensemble pour y croire. Et pour le vivre il faut le voir, le comprendre, l'adopter dans les usages, en accepter les conséquences et pouvoir s'y préparer (évolution de l'emploi, des métiers, des modes de consommation…), le diffuser pour le partager avec chacun (entre usagers et dans la proximité), le vouloir en permanence pour le réaliser avec tous. L'adoption du progrès demande un double effort rétrospectif et prospectif. Nous devons avoir conscience des bénéfices obtenus par l'accumulation des progrès, nous vivons plus longtemps et en meilleure santé que dans les générations précédentes, et avoir également confiance dans l'avenir à construire. Les thèmes de consultation ne manquent pas : pacte productif, slow économie, « Vision France 2050 » en faveur de la durabilité et de la neutralité carbone, plans de relance post Covid, sont des occasions parmi beaucoup d'autres à saisir pour exprimer nos attentes et proposer des solutions pour une vie meilleure.

La vie est plus belle quand on l'écrit soi-même. Dessinons ensemble le progrès pour mieux l'adopter.

Anne Lauvergeon **Patrick Errard**

Co-présidents de la Commission Innovation

Sommaire

Synthèse des résultats du sondage MEDEF-ODOXA sur la perception du progrès *(introduction)* Page **5**

I. Le sens du progrès : une perception concrète, un sentiment mitigé, une connaissance insuffisante Page **5**

II. Les objectifs du progrès : des succès remarqués des attentes exprimées Page **8**

III. L'adhésion au progrès : le triple défi d'un accès bénéfique pour tous, sans excès de consommation dans un souci d'équilibre optimal avec l'environnement Page **10**

IV. Partage et diffusion du progrès conditions de son acceptation et vecteurs de son développement Page **14**

V. Epidémie du Covid 19 et perception du progrès : le regard persistant de l'opinion Française Page **16**

Observations Page **20**

Annexes :

I. **Les Français et le progrès : des clivages au sein de la population** Page **21**

II. **Les Allemands, champions européens de l'adhésion au progrès ?** Page **22**

SYNTHESE des résultats du sondage MEDEF-ODOXA sur la perception du progrès

Le MEDEF a souhaité établir un diagnostic sur le rapport que l'opinion publique entretenait avec le progrès et la perception globale qu'elle avait de sa réalité et de son évolution.

L'Institut ODOXA, avec le concours du Bureau de la Commission Innovation a réalisé en décembre 2019, un sondage sur ce thème auprès de 1 000 Français et 2 000 autres Européens (500 Britanniques, 500 Allemands, 500 Espagnols et 500 Italiens).

- La représentativité de l'échantillon français a été assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, niveau de diplôme et profession de l'interviewé après stratification par région et catégorie d'agglomération.
- Une douzaine de questions dont une ouverte ont été au préalable préparées pour évaluer par ce sondage la perception des Français et de leurs voisins Européens sur le sens du progrès, ses valeurs, son accès, sa diffusion.

I. Le sens du progrès : une perception concrète, un sentiment mitigé, une connaissance insuffisante

Les Français expriment plus souvent une vision positive que négative du progrès. Ils se montrent toutefois plus critiques que leurs voisins.

Les réponses à la première et unique question ouverte du sondage soulignent combien la vision du progrès demeure avant tout concrète.

- **L'évocation du progrès ne renvoie pas spontanément nos concitoyens à un jugement de valeur mais davantage à des domaines et champs d'application** dans lesquels le progrès s'illustre (39% des réponses) : la technologie ou la science, l'économie, le social, l'écologie ou encore le travail et la culture.
- 21% toutefois des réponses données par les Français se rapportent à **des descriptions sémantiques du progrès** (« évolution », « changement », « innovation », …).

Lorsque les Français expriment une **opinion à l'égard du progrès**, celle-ci est le **plus souvent positive que négative : 31% des Français ont une vision bénéfique du progrès** mais moins enthousiaste que celle de leurs pays voisins.

- Les réponses des Français sont plus critiques que celles de leurs voisins Européens (24% dans l'hexagone). Elles représentent seulement 14% des citations des Espagnols, 13% des citations des Italiens et 8% pour les Allemands.
- **Les Britanniques se distinguent nettement par leurs réponses en se montrant très enthousiastes** : pas moins de 60% de leurs citations se rapportent aux bénéfices du progrès.

Graphique 1 : Benchmark européen : ce qu'évoque le progrès

LES DOMAINES ASSOCIÉS AU PROGRÈS	39%	30%	65%	64%	54%
La technologie, la science	27%	16%	57%	54%	36%
La technologie	22%	11%	52%	46%	29%
La médecine, la santé	8%	3%	9%	6%	6%
Les avancées scientifiques, les inventions, les machines (sans précision)	4%	6%	9%	12%	9%
L'économie	9%	8%	7%	7%	14%
Le social, l'évolution de la société	7%	5%	3%	4%	3%
L'environnement, l'écologie	7%	2%	17%	13%	10%
Le travail, l'emploi (sans précision)	2%	5%	3%	1%	7%
La culture, l'éducation, l'ouverture sur le monde	2%	5%	7%	11%	10%
LES BÉNÉFICES LIÉS AU PROGRÈS	31%	60%	29%	30%	44%
Les synonymes positifs sans précision	18%	57%	20%	20%	27%
Les bénéfices sur les conditions de vie	11%	3%	5%	11%	10%
Les bénéfices sociaux et sociétaux	11%	5%	5%	8%	16%
Les bénéfices sur le travail	3%	-	2%	1%	2%
Autre bénéfice	1%	1%	1%	2%	2%
LES CRITIQUES NÉGATIVES DU PROGRÈS	24%	14%	8%	13%	14%
LES DESCRIPTIONS SÉMANTIQUES DU PROGRÈS	21%	25%	25%	27%	24%
AUTRES	10%	19%	18%	17%	15%

Le progrès partant souvent de la recherche scientifique et technique, l'une des questions du sondage portait sur le niveau d'information dans ces domaines.

Les Français se sentent majoritairement mal informés sur les grands domaines de la recherche, plus encore que les autres Européens.

Sur les 9 grands domaines proposés dans l'enquête, **seule l'informatique tire son épingle du jeu** en prenant la tête du classement : les Français sont une majorité de 57% à se dire bien informés dans ce domaine.

S'agissant de tous les autres domaines proposés, les Français reconnaissent leur méconnaissance :

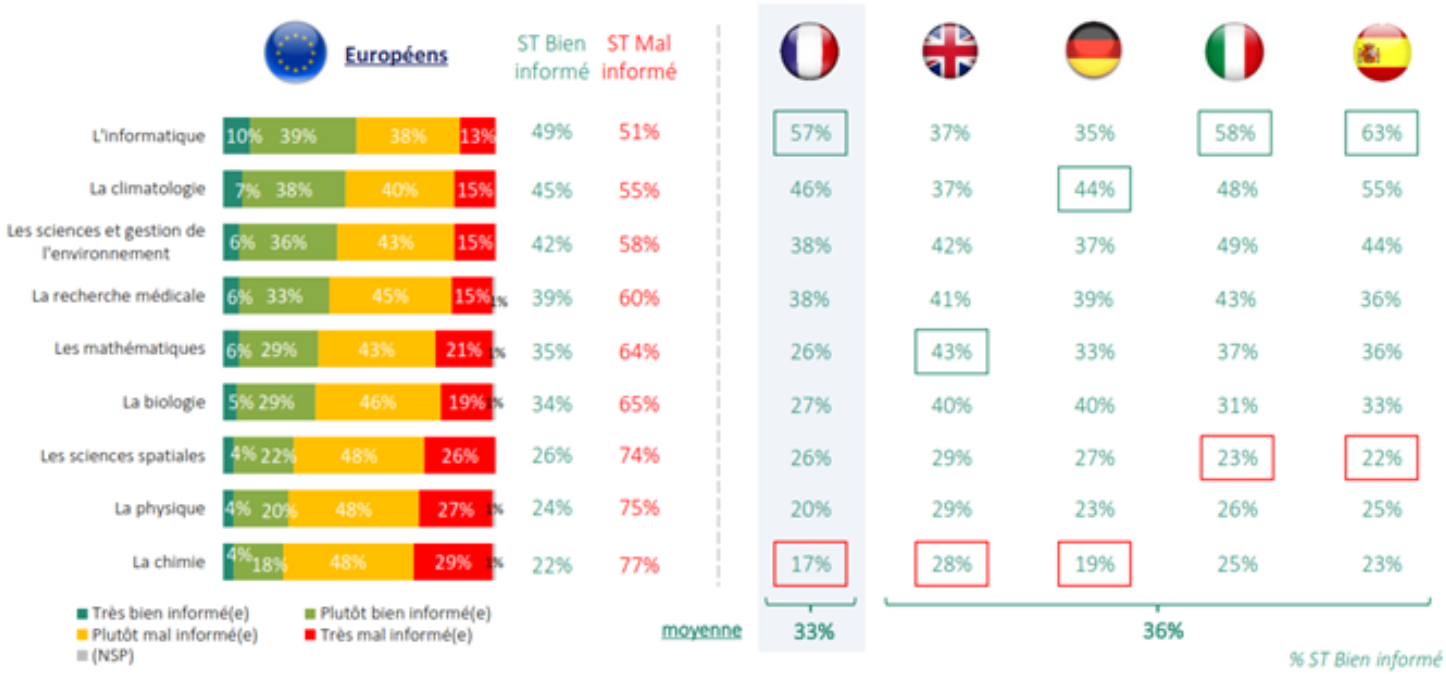
- 54% de nos concitoyens se disent mal informés en matière de climatologie, de même, 61% dans le domaine des sciences et de la gestion de l'environnement ;
- Les Français sont même plus de **7 sur 10** à affirmer être **mal informés sur la biologie** (72%), **les mathématiques** (73%) **et les sciences spatiales** (73%) ;
- La **physique et la chimie occupent les dernières places** de ce classement. Les Français sont respectivement 80% et 82% à reconnaître leur manque d'information dans ces deux domaines ;

- Il est à noter cependant que **les hommes (l'écart est de 4 à 11 points avec les femmes !), les diplômés du supérieur et les CSP+ sont plus nombreux à se dire bien informés dans ces domaines** ;
- De même, les **jeunes affirment être mieux informés que les seniors** sur la plupart des sujets, seules la recherche médicale et la climatologie l'emportent auprès des 65 ans et plus.

Les autres Européens se disent également majoritairement mal informés sur la plupart des domaines, mais un peu moins que les Français.

- **Le niveau moyen de connaissance des autres Européens est de 36% contre 33% pour les Français ;**
- C'est sur la recherche en mathématiques (9 points de moins) et en biologie (7 points de moins) que la différence est la plus nette ;
- Le niveau moyen d'information diffère partout en Europe comme en France selon la catégorie socio professionnelle. **Sur chacun des domaines proposés, le résultat auprès des CSP+ est d'une dizaine à une quinzaine de points supérieur à celui observé auprès des CSP-.**

Graphique 2 : Benchmark européen : niveau d'information dans les grands domaines scientifiques



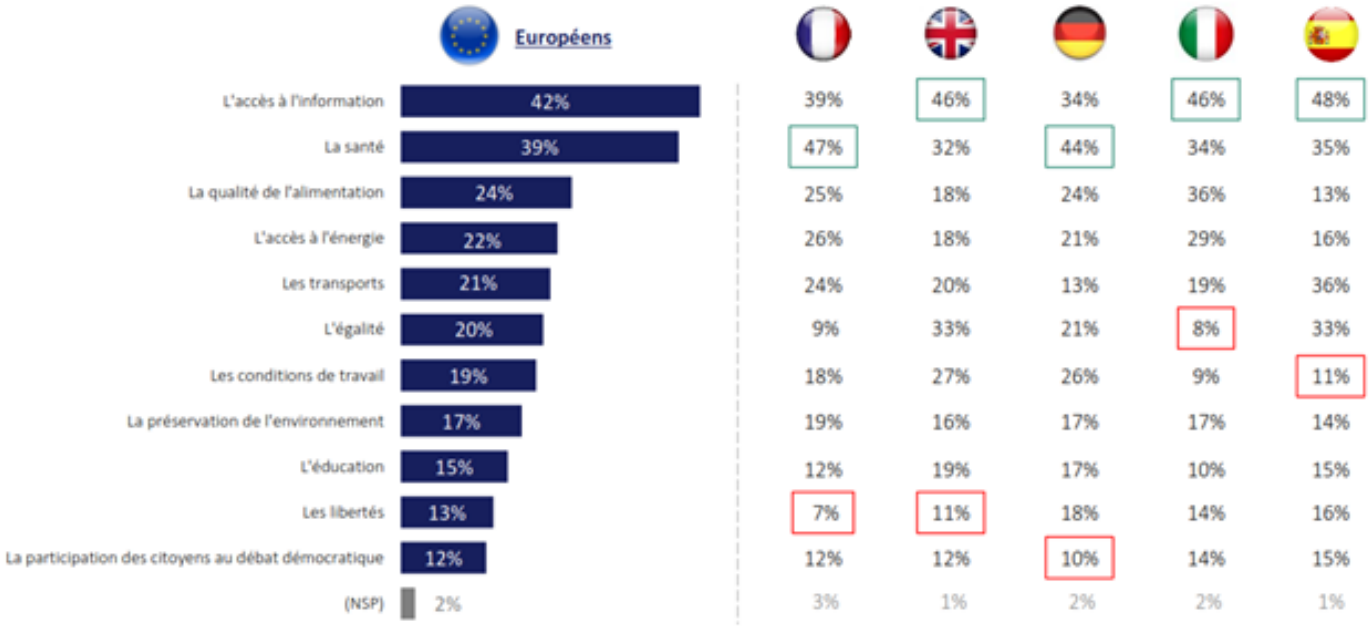
II. Les objectifs du progrès : des succès remarqués des attentes exprimées

Les Européens comme les Français ont une approche cohérente dans leur double appréciation rétrospective et prospective du progrès, avec une perception plus marquée sur les bénéfices physiques et matériels que le progrès apporte que sur les évolutions sociétales qu'il peut favoriser.

Aux yeux des Français, santé (47% de citations et 55% pour les plus de 65 ans) et accès à l'information (39% et 52% pour les CSP +) sont les grands domaines de progrès récents.

- L'accès à l'information semble avoir encore davantage progressé pour l'ensemble des Britanniques et des Italiens (46%), comme des Espagnols (48%). En revanche dans le domaine de l'éducation peu de progrès ont été perçus par la grande majorité des Européens : seulement 15% d'entre eux en moyenne, et à peine 12% pour les Français estiment que des progrès sensibles ont été accomplis en ce domaine.
- Des valeurs fondamentales comme les libertés, la participation démocratique et même l'égalité ne semblent pas davantage avoir été des domaines d'élection du progrès au cours des précédentes décennies. **L'égalité pour l'opinion française est** même **l'un des deux domaines avec les libertés où la France a le moins progressé**. Un score très en décalage avec la devise de notre République. L'égalité a progressé ces 20 dernières années pour 9% seulement de nos concitoyens. Les Britanniques et les Espagnols sont près de 4 fois plus nombreux (33%) à considérer que c'est dans l'un de ces domaines que leur pays a le plus progressé.

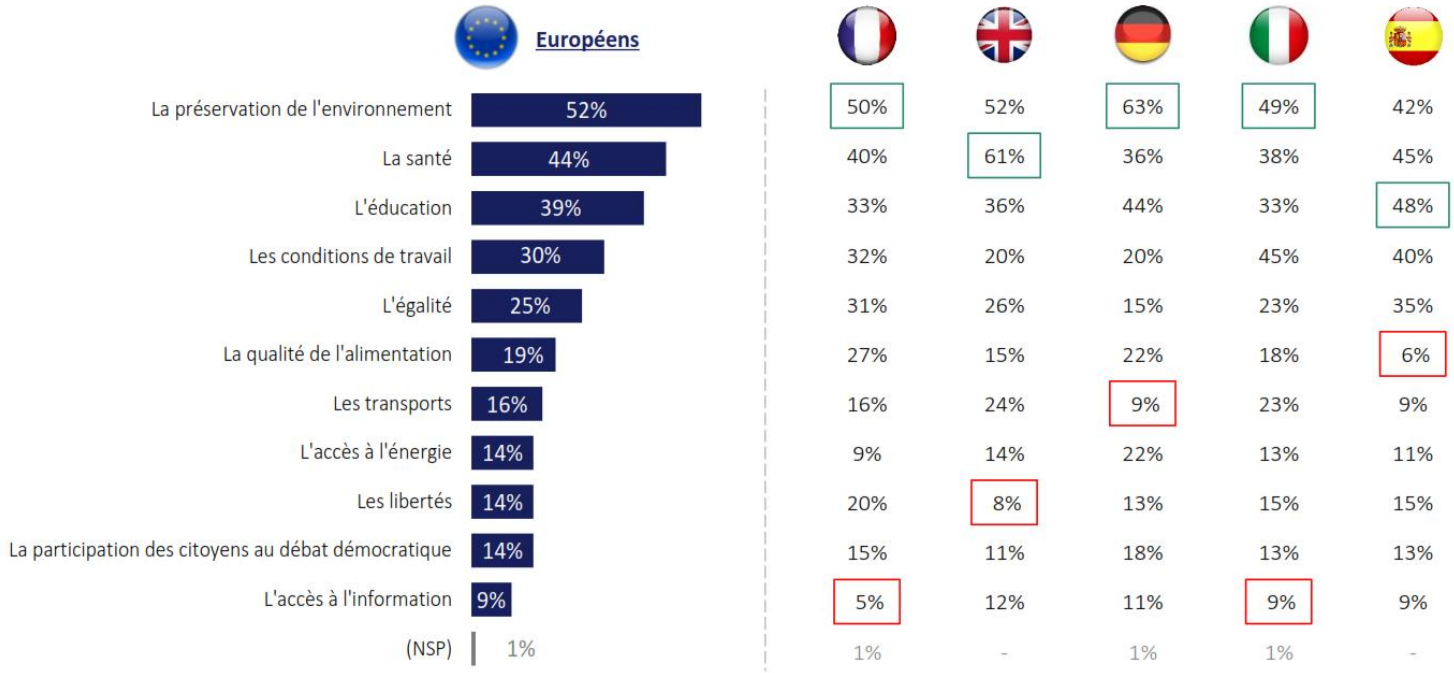
Graphique 3 : Benchmark européen : les domaines ayant connu le plus de progrès ces 20 dernières années



C'est dans le domaine de la préservation de l'environnement que les Français attendent le plus de progrès (50%) dans les vingt prochaines années mais aussi dans le domaine de la santé (40% et 47% des 65 ans et plus).

- Les Britanniques, les Allemands, les Italiens et les Espagnols affichent globalement les mêmes attentes pour les prochaines années et réclament eux aussi des progrès dans leur pays en matière de préservation de l'environnement (1er en Allemagne et Italie, 63% et 49%) ainsi qu'en matière de santé (1er en Grande-Bretagne avec 61%, et 2ème en Espagne avec 45%).
- Il est à remarquer qu'**environ un tiers des Français (31%) attendent également des progrès sensibles dans les domaines de l'égalité**, soit 6 points de **plus que la moyenne des Européens (25%).**

Graphique 4 : Benchmark européen : les progrès les plus attendus dans les 20 prochaines années

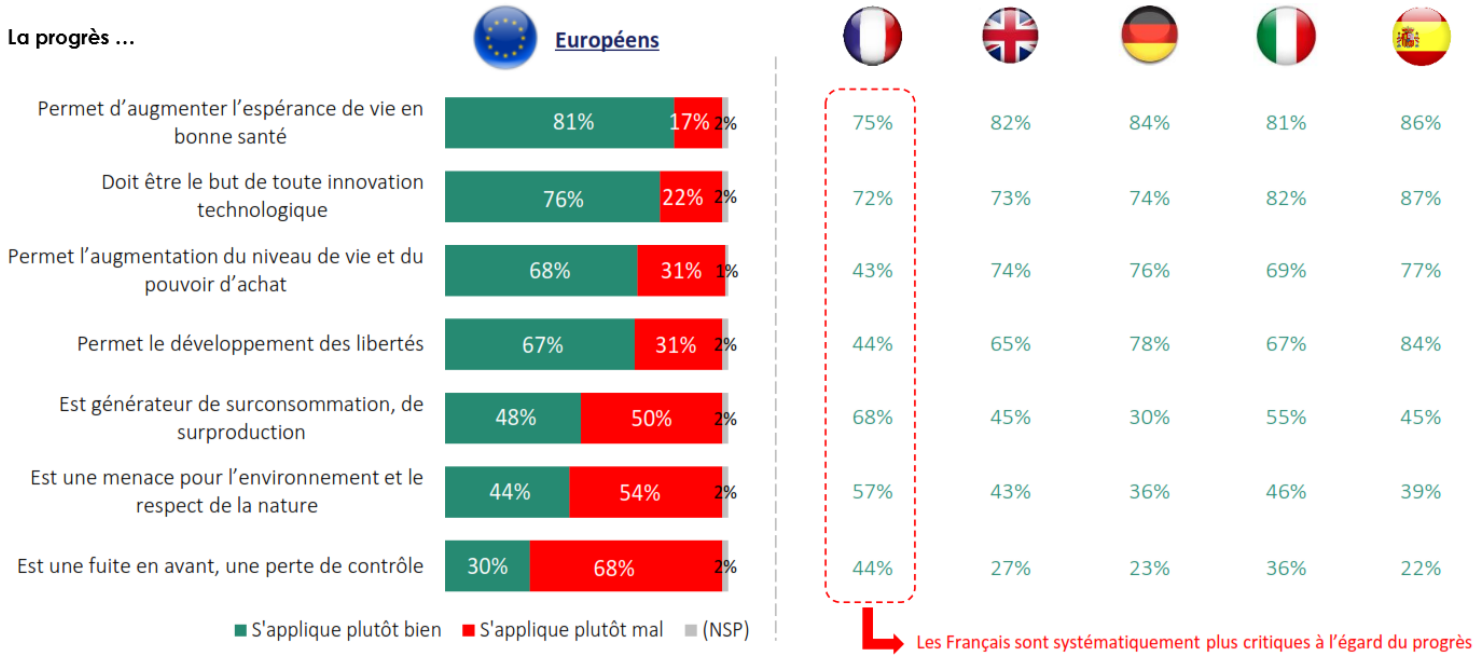


III. L'adhésion au progrès : le triple défi d'un accès bénéfique pour tous, sans excès de consommation dans un souci d'équilibre optimal avec l'environnement

Le progrès est perçu comme générateur de surconsommation, de surproduction (68%) et menaçant pour l'environnement (57%).

- **Parmi les pays européens interrogés, les Français sont systématiquement les plus critiques à l'égard du progrès** (entre 17 et 31 points de différence avec la moyenne des quatre autres voisins européens).
- Par ailleurs, 57% des Français estiment que le progrès ne permet pas l'augmentation du niveau de vie et du pouvoir d'achat, et qu'il ne permet pas non plus de développer des libertés (56%).

Graphique 5 : Benchmark européen : image détaillée du progrès



Cette question nous permet également d'enregistrer également que les **trois quarts de nos concitoyens partagent l'idée que le progrès doit être le but de toute innovation technologique (72%)**, et qu'il est un objectif à poursuivre.

Une défiance plus forte en France qu'ailleurs à l'égard de certaines technologies (en particulier les robots).

C'est en effet en France que l'on exprime le plus souvent des jugements négatifs sur les technologies.

- Parmi les 10 technologies soumises dans l'enquête, seules 3 recueillent une majorité de jugements positifs auprès des Français : l'énergie éolienne (80%), la vaccination (72%) et les médicaments (67%).

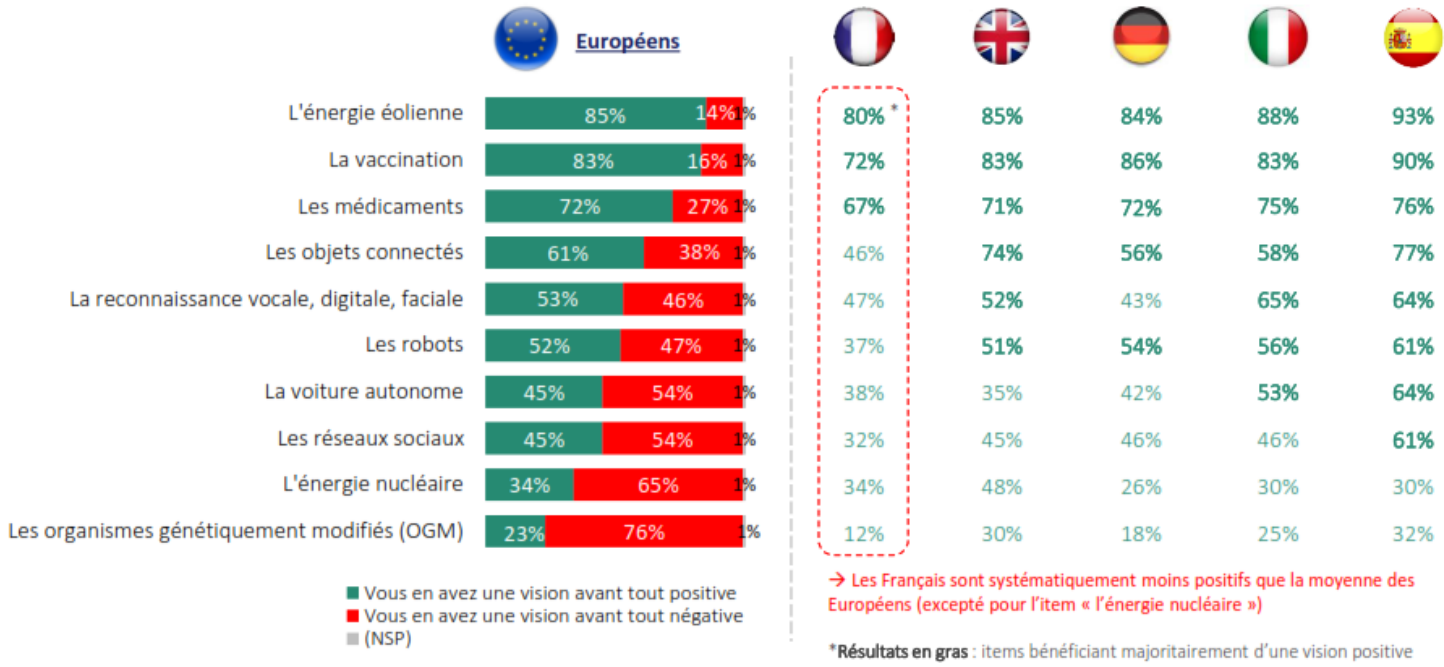
- Les Français sont une majorité à voir d'un mauvais œil les robots (62%), les systèmes de reconnaissance vocale/digitale/faciale (52% de jugements négatifs) et les objets connectés (53%), alors que ces technologies n'ont pas cette mauvaise image dans les autres pays sondés.

A titre de comparaison, chez nos voisins Européens, on observe des jugements majoritairement positifs sur 5 à 8 de ces 10 technologies.

Les rejets les plus massifs concernent en Europe :

- Les OGM (87% en France, 76% pour la moyenne des Européens) ;
- L'énergie nucléaire (65% respectivement en France et en Europe) ;
- Les réseaux sociaux (67% et 54% de jugements négatifs en France et en Europe) ;
- La voiture autonome (61% en France et 54% en moyenne en Europe).

Graphique 6 : Benchmark européen : regard porté sur des technologies « ambivalentes »



Innovantes par vocation et vecteurs potentiels de progrès, les Français et autres Européens ont également été interrogés sur leur perception des startups et de leur rôle.

Les Français ont une bonne image des startups, mais moins bonne que celle de leurs voisins.

Assurément porteuses d'innovations (81% des Français le pensent, 81% pour la moyenne des Européens).

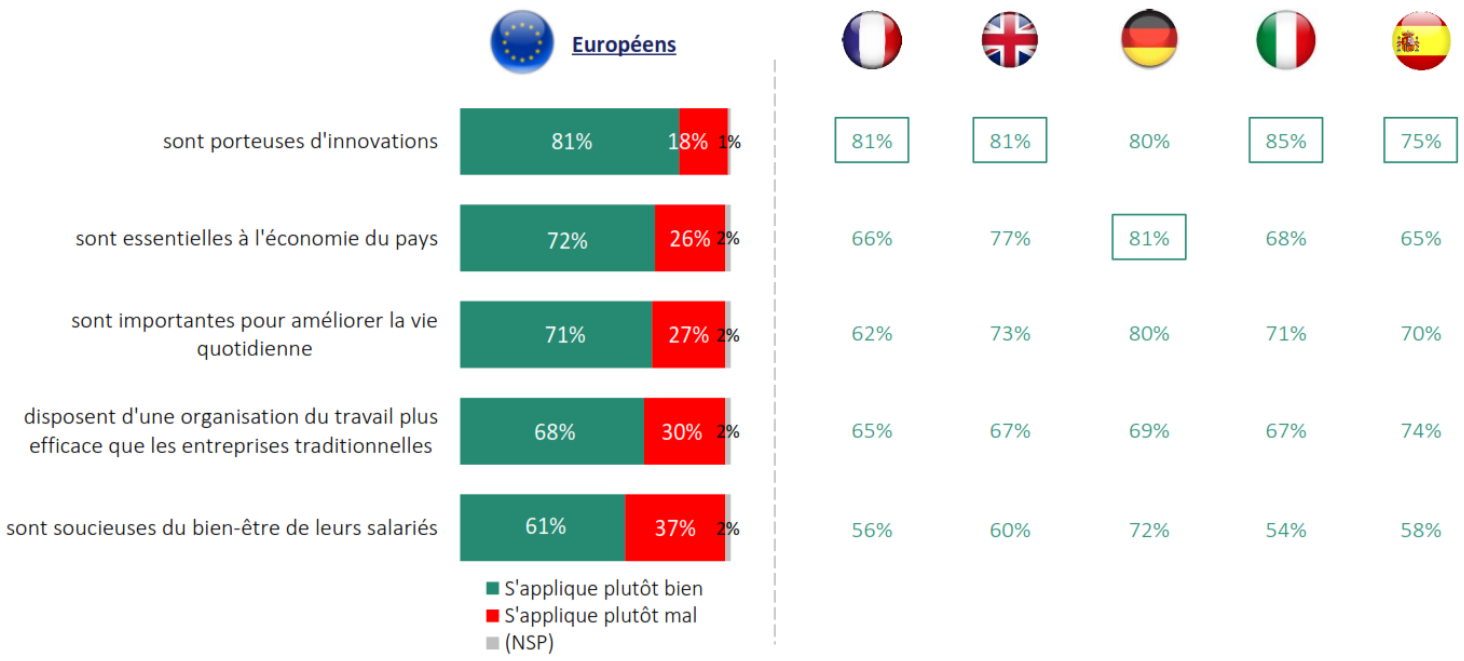
- **Les startups** sont également **jugées essentielles à l'économie du pays** (66%, pour l'opinion française **mais** 72% pour la moyenne des Européens) ;

- Les Français sont aussi les deux-tiers (65%) à estimer que les startups **disposent d'une organisation du travail plus efficace** que les entreprises traditionnelles (68% pour l'ensemble des Européens).

Si l'image des startups en France est positive, elle l'est cependant généralement moins que dans les autres pays sondés sauf dans les catégories sociales les plus jeunes et les plus aisées :

- Les **Français** sont ainsi **moins convaincus de l'importance du rôle des startups pour améliorer la vie quotidienne** (62% vs 71% pour la moyenne des Européens).
- Les mêmes catégories que celles qui se montraient moins critiques envers le progrès à savoir les jeunes, les CSP+/les cadres, les plus aisés et les plus diplômés portent un regard très positif sur le rôle économique et social des startups.
- **Les CSP+ sont 90% à estimer que les startups sont porteuses d'innovations** (vs 73% des CSP-) et **environ 75% qu'elles sont essentielles à l'économie et plus efficaces dans l'organisation du travail** (60% à peine pour les CSP-).

Graphique 7 : Benchmark européen : image détaillée des startups



Un souhait de réorientation plus que d'abandon du progrès ?

L'attrait pour la « décroissance » est fort : 67% des Français s'y disent favorables.

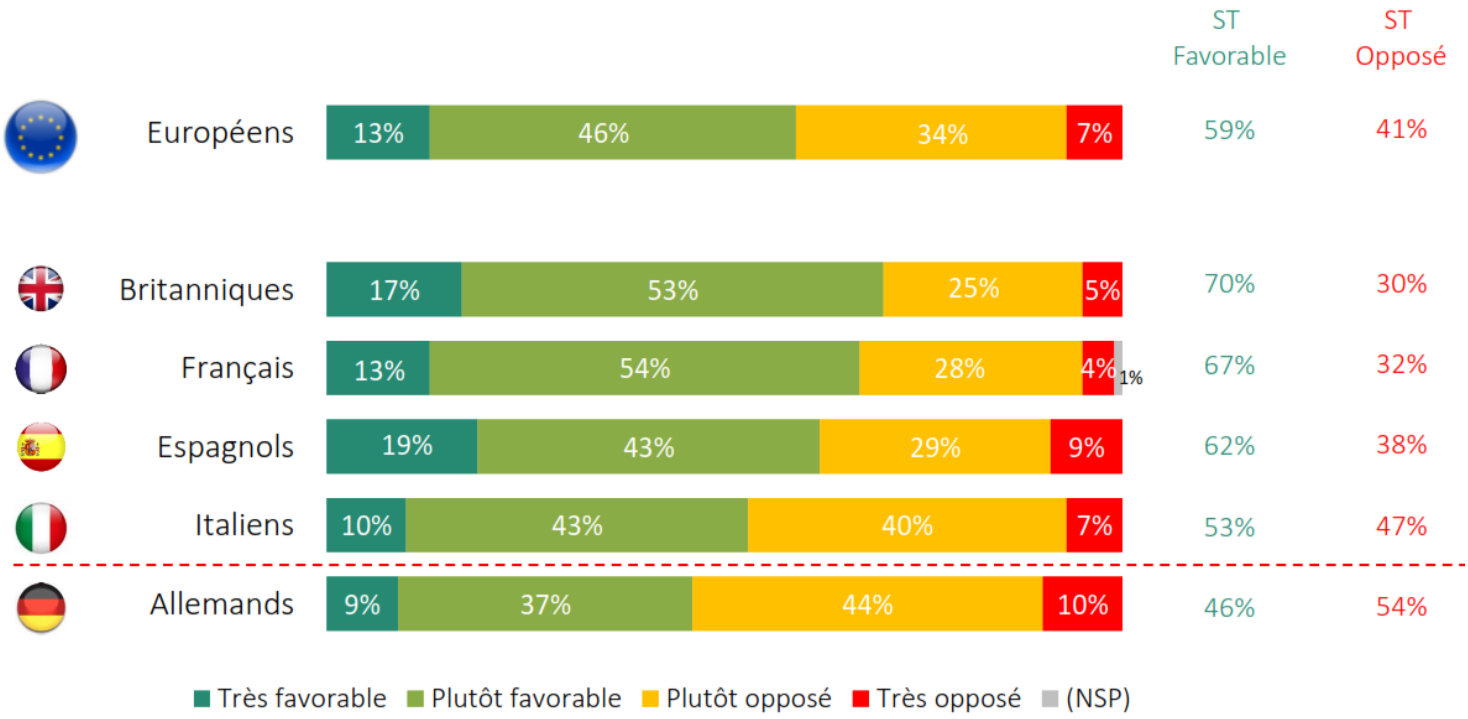
Il résulte de la conjonction des reproches formulés à l'encontre du progrès, particulièrement en France, et des attentes très fortes en matière de préservation de l'environnement, que les Français et les Européens sont nombreux à manifester un certain attrait pour le thème de la « décroissance ».

Né dans les années 1970, ce thème de la décroissance fait son retour en force dans le débat public depuis quelques années. Selon les défenseurs de cet objectif, il faudrait réduire la

production de biens et de services pour préserver l'environnement et le bien-être de l'humanité.

- Questionnés après le rappel de cette définition, **67% des Français** déclarent être **favorables** à ce concept que l'on appelle **« la décroissance »**, contre **32%** affirmant y être **opposés.**
- **Les résultats sont relativement homogènes en termes de catégories d'âges, sociales et politiques.**
- Sur cette question les Britanniques (70%), les Espagnols (62%) et les Italiens (53%) rejoignent les Français en affirmant être eux-aussi majoritairement favorables au concept de la décroissance.
- **Seuls les Allemands**, élèves modèles de la dernière décennie en matière de croissance économique, **n'y adhèrent pas** (**54% y sont opposés**).

Graphique 8 : Benchmark européen : adhésion au concept de « décroissance »



IV. Partage et diffusion du progrès conditions de son acceptation et vecteurs de son développement

« *Le progrès ne vaut que s'il est partagé par tous* », citation préférée des Français.

C'est dans cette citation d'Aristote (32%) qui met en avant l'idée de partage et d'intérêt général que les Français se reconnaissent le plus.

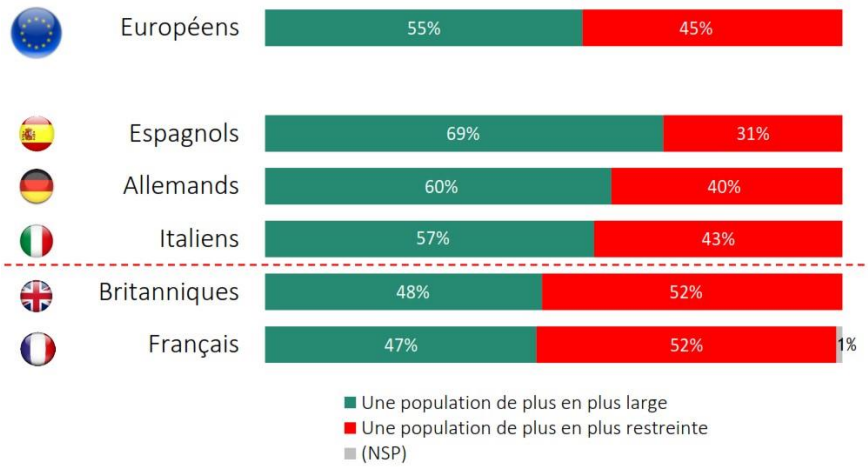
- Ils optent ensuite pour la citation empreinte d'optimisme de Louis-Auguste Martin (2ème avec 29%) : « *Penser à l'avenir c'est penser au progrès, c'est-à-dire à la* ***transformation du mal en bien*** *(…) c'est rêver une* ***meilleure condition pour soi, pour les siens, pour la société toute entière*** ».
- **Ces deux citations sont également les préférées des autres Européens**.

La **citation pessimiste de Victor Hugo** : « *Sans cesse le progrès, roue au double engrenage, fait marcher quelque chose en écrasant quelqu'un* » **est davantage choisie par les Français que par leurs voisins.**

Une majorité de 52% de Français juge également que le progrès des sciences et de la technologie bénéficie à une population de plus en plus restreinte

- Là encore, **les Français sont les plus critiques : c'est en France qu'on estime le plus (ex aequo avec les Britanniques) que le progrès bénéficie à une population de plus en plus restreinte** (52% l'affirment, contre 31% des Espagnols et 40% des Allemands),
- **C'est aussi en France qu'on pense le moins bénéficier soi-même du progrès** (67% des Français estiment en profiter, soit 10% de moins que les Italiens, les Allemands et les Espagnols).
- Cette **vision en France d'un progrès « confisqué » est assez homogène selon les catégories sociales**.
- Les **plus jeunes sont** en revanche **plus optimistes sur l'accès au progrès.** En France, 62% des moins de 25 ans considèrent que le progrès profite à une population de plus en plus large contre seulement 45% des 65 ans et plus.

Graphique 9 : Benchmark européen : la diffusion du progrès dans la population



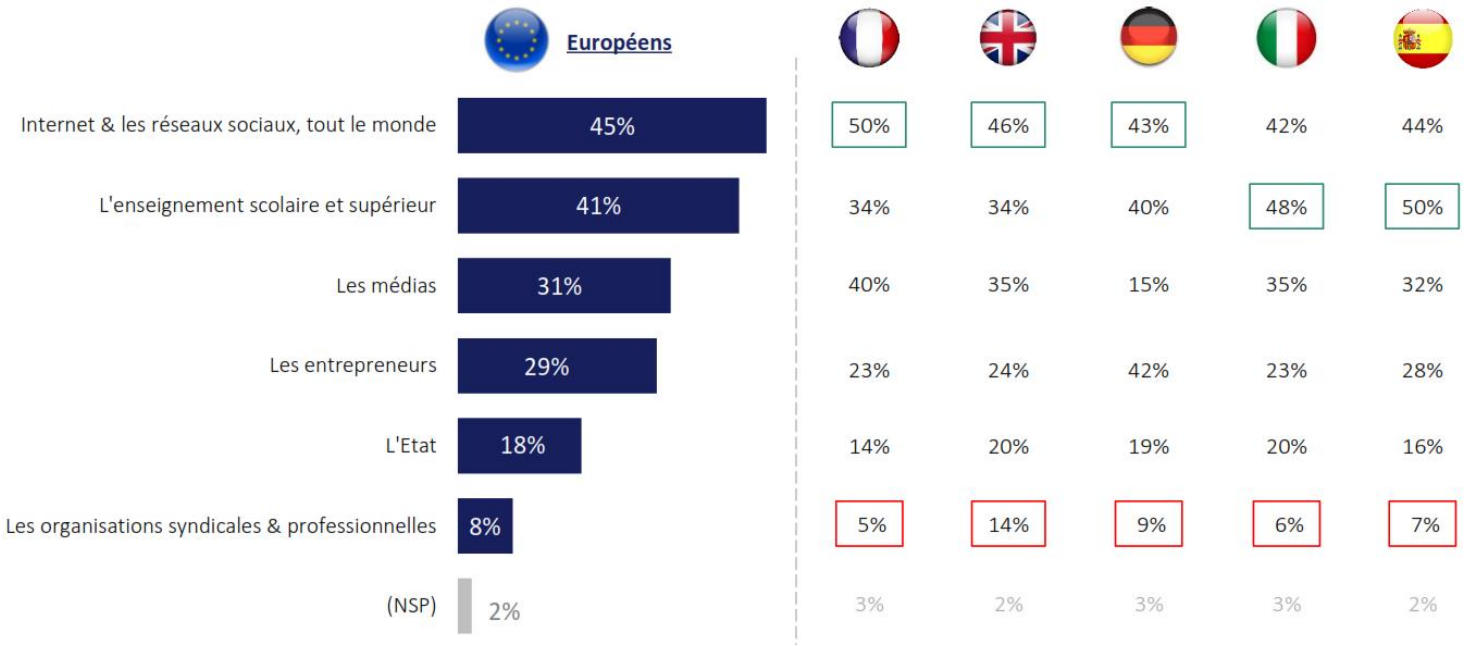
Si le progrès ne « descend » pas suffisamment, comment y remédier ? Sur quels acteurs compter pour permettre une diffusion efficace du progrès des sciences et des technologies ?

Le grand public, considéré comme meilleur « diffuseur » du progrès, selon les Français, bien avant les entrepreneurs et loin devant les acteurs institutionnels.

- Pour 50% des Français, l'acteur le plus efficace pour diffuser le progrès est principalement « Internet & les réseaux sociaux, tout le monde » ;
- Les médias suivent en 2ème position (40%) ;
- L'enseignement scolaire et supérieur (34%) complète le podium.
- **Les entrepreneurs** (29%) **sont en 4ème position sur les 6 principaux relais de diffusion recensés par le sondage,** devant l'Etat (18%) et les organisations syndicales et professionnelles (8%).
- Les Allemands sont de loin les Européens les plus convaincus par le rôle des entrepreneurs dans la diffusion du progrès. Ils sont plus nombreux à partager cet avis (42%) que la moyenne des Européens (29%) et presque deux fois plus nombreux que les Français (23%).

Les Français sont ceux qui considèrent le plus que la diffusion du progrès vient « d'en bas » et non d'en haut (4 à 8 points de plus qu'ailleurs).

Graphique 10 : Benchmark européen : les « diffuseurs » du progrès les plus efficaces



V. Epidémie du Covid-19 et perception du progrès : le regard persistant des Français

Désireux de poursuivre son étude sur la perception du progrès, complétée par une enquête qualitative en cours de réalisation, le MEDEF avec l'aimable concours d'ODOXA a auparavant souhaité connaitre l'évolution de la perception du progrès en France suite à l'épidémie de Covid-19 et à ses conséquences sanitaires, sociales et économiques. Près de 3 mois après le confinement brutal et quasi complet des Français, pendant presque une saison entière, leur regard sur le progrès est globalement resté stable. Les attentes prioritaires sont demeurées les mêmes mais dans des proportions encore plus majoritaires.

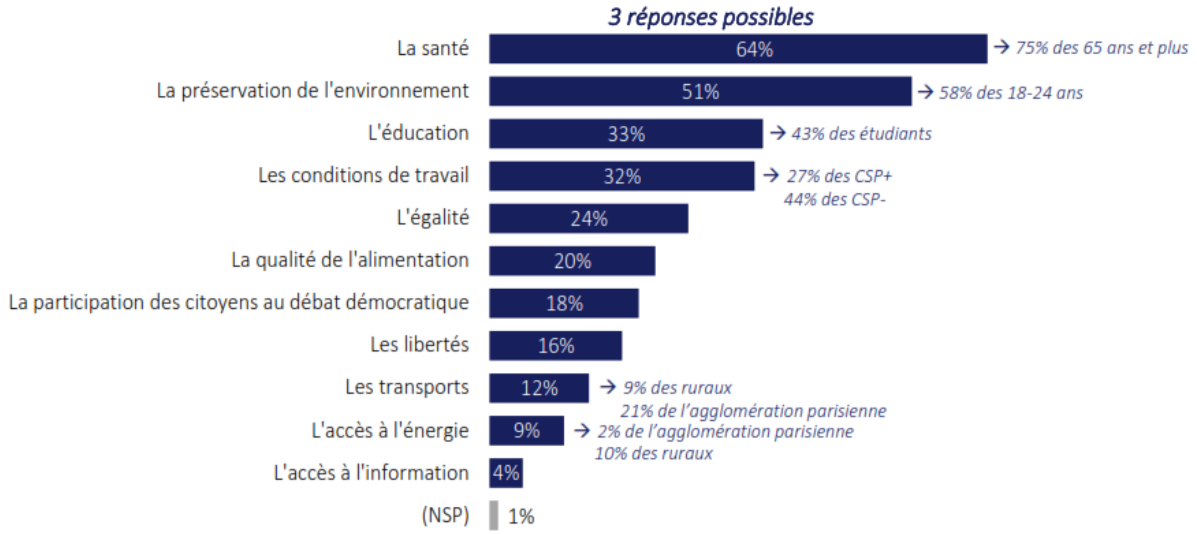
En effet, suite à l'épidémie de Covid-19, si des **couplets** devaient-être rajoutés à la **nouvelle** complainte du progrès, le premier serait dédié à une « ode » à la santé et le suivant à un refus de la surconsommation et de la course aveugle à la croissance.

Une attente prégnante : la santé avant tout !

Déjà prioritaire dans le précédent sondage de décembre 2019, la santé est désormais plébiscitée par une très forte majorité des français et enregistre un bond spectaculaire de 24 points en 6 mois.

- Avant la crise sanitaire, c'est dans le domaine de la préservation de l'environnement que les Français espéraient le plus d'avancées. Ils étaient 50% à désigner ce domaine comme une priorité des vingt prochaines années, soit 10 points de plus que la santé (40%). En six mois, cette proportion n'a pas diminué, elle s'établit désormais à 51% ;
- Mais le duo de tête a connu une inversion spectaculaire : **la santé est désormais la première priorité rassemblant 64% des citations, ce qui consacre une évolution spectaculaire de 24 points**. Ce domaine est même cité par 75% des seniors, population la plus touchée par le Covid-19 (+29 points).

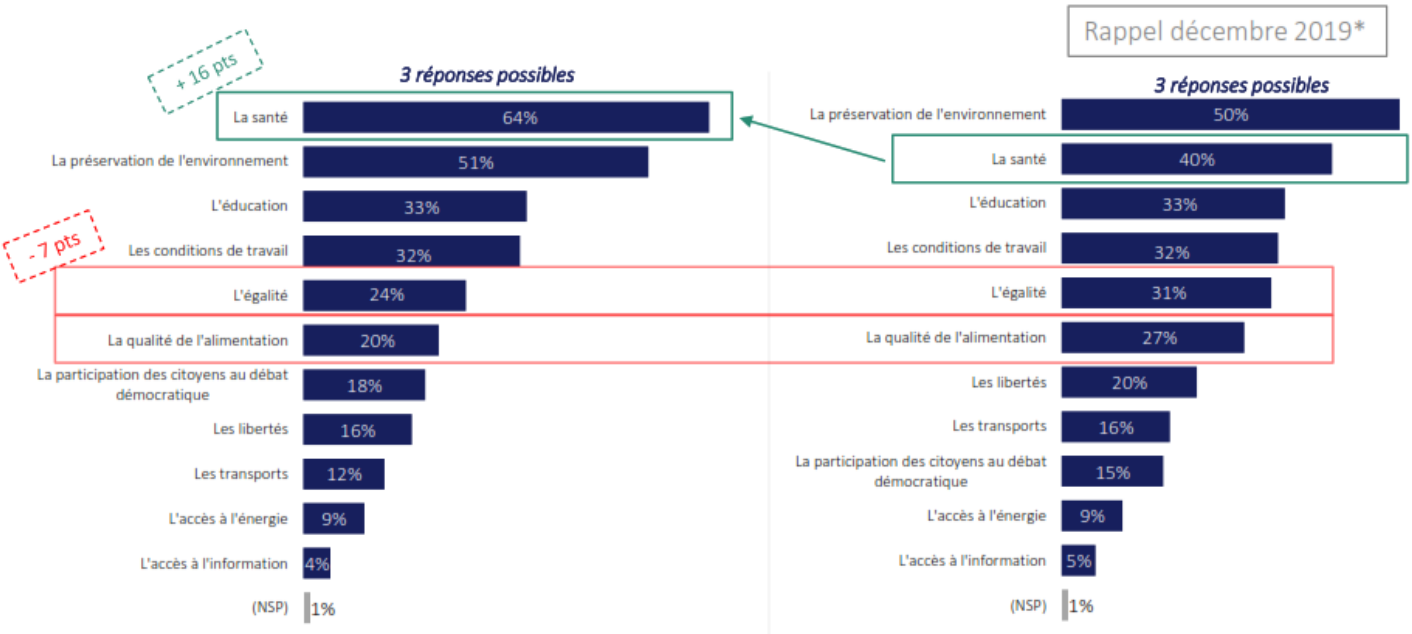
Graphique 11 : Les objectifs du progrès : bénéfices attendus dans les 20 prochaines années (résultats post Covid)



Cette évolution peut sembler a priori prévisible compte tenu des récents évènements sanitaires.

- **Mais il faut souligner que les priorités des Français sont habituellement très stables dans le temps est qu'il est inédit d'observer une évolution aussi majeure en quelques mois seulement.**
- Il est par ailleurs à remarquer que si l'éducation reste stable, citée par un tiers des Français, d'autres priorités perdent de fait du terrain : l'égalité et la qualité de l'alimentation (-7 points), les libertés et les transports (-4 points) et l'accès à l'information (-1 point).

Graphique 12 : Progrès les plus attendus dans les 20 prochaines années : comparaison décembre 2019 – mai 2020



La décroissance* : une idée toujours aussi séduisante mais pas à n'importe quel prix

Le concept de décroissance séduit toujours autant et enregistre un score de réponses positives particulièrement stable

Conjonction des reproches formulés à l'encontre du progrès et des attentes en matière de préservation de l'environnement, nous enregistrions à la fin de l'année dernière une adhésion extrêmement forte pour le concept de décroissance* qui perdure six mois après.

- Ni la décroissance « forcée », subie par le monde entier pendant la crise sanitaire, ni les appels à faire redémarrer l'économie n'ont fait bouger l'opinion française d'un iota : elle est remarquablement stable : **67% des Français se**

* La définition de décroissance donnée dans la question est la suivante : *« selon les promoteurs de la décroissance, la croissance économique et l'augmentation des richesses apportent plus de nuisances que de bienfaits à l'humanité. Selon eux, il faudrait donc réduire la production de biens et de services pour préserver l'environnement et le bien-être de l'humanité. »*

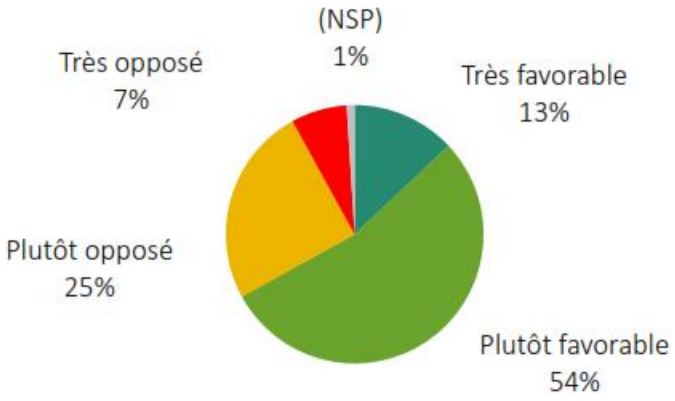
déclarent toujours favorables à la décroissance, quand 32% affirment y être opposés.

- Tout juste peut-on observer que les CSP+ sont encore un peu plus séduits par le concept (71%, +3 points) alors qu'il marque un léger repli chez les CSP- (68%, -4 points).

Graphique 13 : Adhésion à la « décroissance » - Le concept séduit tout autant qu'avant la crise sanitaire

ST Opposé : 32%
➢ *Rappel décembre 2019* : 32%*

ST Favorable : 67%
➢ *Rappel décembre 2019* : 67%*



Pourtant, les Français rejettent largement ce que pourrait impliquer une réduction de la production des biens et des services, comme par exemple, les règles pour limiter la consommation, la réduction des investissements en recherche et innovation ou encore la fermeture d'entreprises et de commerces en France.

Ce que les Français seraient prêts à faire…

Comme relevés dans plusieurs autres enquêtes, les Français sont persuadés de « sur-consommer » :

- Ils ne sont donc pas moins de 66% à accepter l'idée de réduire leur consommation habituelle. Ajoutons tout de même que seuls 16% de ceux-là en sont certains, l'essentiel (50%) considérant qu'ils le feraient « probablement ».
- Si les revenus les plus élevés (3 500€ et +) sont les plus partants (67%), notons que même les revenus les plus modestes (moins de 1 500€) se disent prêts à moins consommer (61%).

Ce sur quoi ils se montrent partagés…

Mais les mesures contraignantes que nécessiterait logiquement une volonté délibérée de l'Etat de faire baisser la croissance passeraient mal :

- La mise en place de règles ou de taxes pour limiter la production des entreprises est rejetée par une courte majorité de Français (51% contre 49% de favorables). Plus on est âgé, moins on accepte cette idée (51% chez les moins de 25 ans, 31% chez les 65 ans et +).

- Ces règles ou taxes destinées aux entreprises seraient toutefois acceptées par les partisans de la décroissance : ils sont 59% à le dire.

Ce qu'ils rejettent…

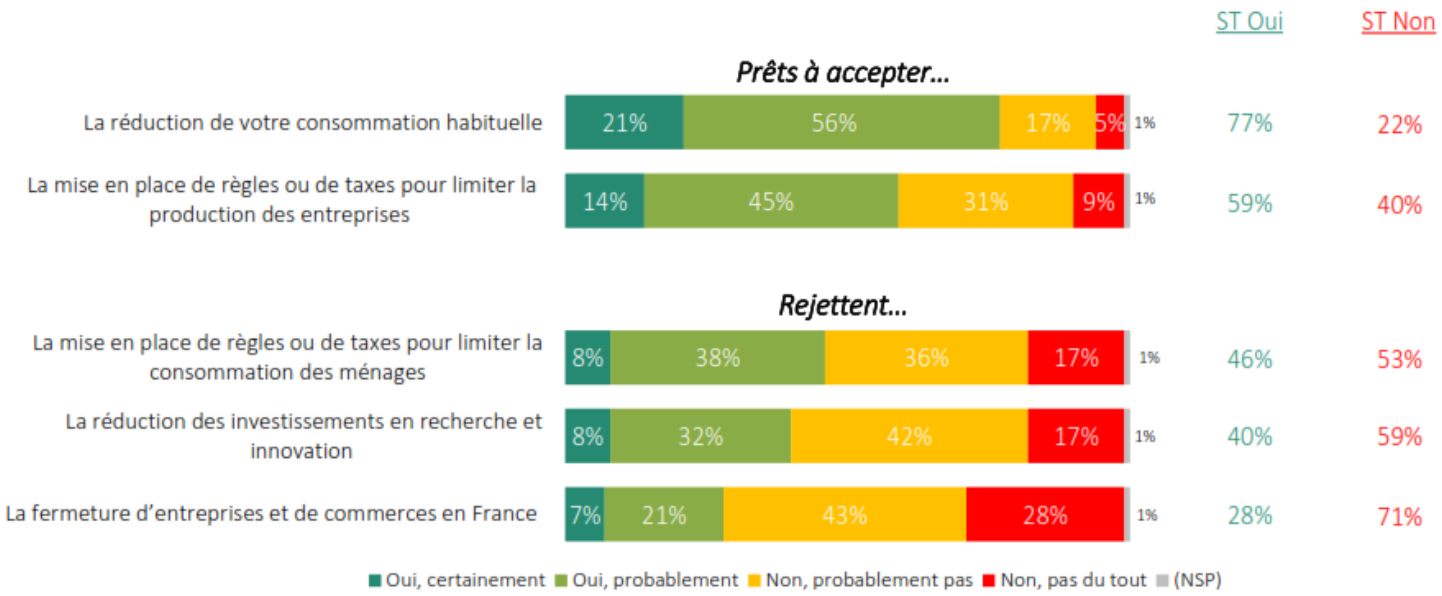
En revanche, les partisans de la décroissance comme ses détracteurs rejettent majoritairement la mise en place de taxes ou de règles pour limiter la consommation des ménages.

- Cela apparaît inacceptable pour 62% des Français et pour 53% des « pro-décroissance ».

Il n'y a pas que les mesures contraignantes pour eux-mêmes qui rebutent les Français, deux autres sont encore plus clairement refusées :

- Il n'est ainsi pas question de toucher à l'innovation… 64% des Français et 59% des « pro-décroissance » ne sont pas prêts à accepter une réduction des investissements en recherche et innovation.
- Quant à la fermeture d'entreprises et de commerces en France qui résulterait de la réduction des biens et des services, elle est jugée parfaitement inacceptable… 76% des Français ne l'accepteraient pas et presque autant des « pro-décroissance » (71%).

Graphique 14 : Conséquences que pourrait engendrer la réduction des biens et des services (auprès de ceux favorables à la décroissance)



Si l'opinion française semble continuer à être convaincu qu'un monde qui produit plus et consomme plus ne peut en aucun cas être considéré comme un monde « en progrès », la discussion sur la traduction concrète de la décroissance reste ouverte.

Quels sont les biens dont il faudrait limiter la consommation ?

- Est-ce bien une décroissance mondiale et Française que nos concitoyens appellent de leurs vœux ?

- Ne souhaitent-ils pas en réalité un rééquilibrage de la production en faveur de l'Europe et de la France ?
- Que mettent exactement nos concitoyens derrière le terme de « décroissance » ?
- La séduction qu'exerce ce concept sur les Français reposerait-elle au moins en partie- sur un malentendu ?

L'enquête qualitative menée cet été permettra de répondre de manière approfondie à ces interrogations.

OBSERVATIONS

L'institut ODOXA souhaite rappeler qu'un sondage quelle que soit sa cible, n'a jamais valeur de vérité. Il enregistre en revanche des perceptions qu'aucun décideur sérieux ne peut ignorer.

- Les résultats de cette étude, s'ils ne dépeignent pas une vision spontanément négative du progrès, révèlent toutefois – et particulièrement en France – une exigence de partage du progrès et un sentiment que celui-ci ne « redescend pas suffisamment » pour que chacun puisse en bénéficier.
- Ce sentiment d'un progrès « gâché » car il ne bénéficierait pas assez à tous, combiné à l'image d'un progrès générateur de surproduction et à une attention particulière portée au respect de l'environnement de manière accrue ces dernières années, peut expliquer aujourd'hui l'attrait massif pour le thème de la décroissance.
- Cette perception d'un progrès qui engendrerait des inégalités de plus en plus criantes ne recoupe certes pas la réalité décrite par la plupart des historiens ou des économistes.
- Pourtant, elle est partagée par une majorité de Français. L'opinion peut avoir tendance aussi à devancer la réalité : la crainte, par exemple, que seule une toute petite élite humaine parvienne un jour à tirer son épingle du jeu dans un monde dominé par les robots, influence le regard porté sur le présent.

Un tel constat ne peut empêcher quiconque de développer un discours porteur d'espoir. Mais pour que la dissonance cognitive ne soit pas trop brutale, ce discours ne pourra passer sous silence la défiance d'une partie importante de l'opinion à l'égard du progrès. **Le progrès, souvent éprouvé, parfois approuvé est toujours à prouver.**

ANNEXES

I. Les Français et le progrès : des clivages au sein de la population

Une connaissance et une confiance des hommes plus affirmées envers les sciences et les technologies :

- Ils **se sentent plus informés que les femmes** sur les grands domaines de recherche ;
- Ont une **vision plus positive que les femmes sur certaines technologies** comme l'énergie nucléaire (43% vs 27%), la vaccination (76% vs 69%), les médicaments (72% vs 63%), les robots (47% vs 28%) ;
- Sont **un peu plus opposés à la décroissance** que les femmes (35% vs 29%) ;
- Sont **plus nombreux à estimer profiter eux-mêmes du progrès** que les femmes (71% vs 63%).

Les CSP+/cadres, diplômés du supérieur plus à l'aise avec le progrès que les CSP-/non diplômés

- **Plus informés** que l'ensemble des Français ;
- Les CSP+ sont 2 fois **plus nombreux** que les CSP- **à penser spontanément aux bénéfices liés au progrès** et sont **moins critiques à l'égard du progrès** ;
- **Les CSP+ sont plus élogieux envers les startups que les CSP-** et ont aussi **une vision plus positive que les CSP-** sur certaines technologies comme l'énergie nucléaire (38% vs 27%) ou éolienne (83% vs 78%), la vaccination (75% vs 62%), les robots (51% vs 31%), les réseaux sociaux (40% vs 29%) ;
- **Les cadres** (61%) **pensent largement que le progrès bénéficie à une population de plus en plus large** (vs 45% des ouvriers) et **pensent plus profiter eux-mêmes du progrè**s (76% des CSP+/81% des cadres) que les CSP- (63%, ou 62% des ouvriers).

Les jeunes (18-34 ans) plus optimistes envers le progrès que leurs ainés

- **Se sentent plus informés** (pour 6 domaines sur 9) et sont **moins critiques à l'égard du progrès** ;
- **Vision plus positive que leurs aînés sur certaines technologies** et **se montrent plus élogieux envers les startups ;**
- Se reconnaissent dans une **vision « optimiste » du progrès**, en particulier chez les 18-24 ans (48%), **alors que leurs ainés ne le sont qu'entre 21% et 31% ;**
- **Pensent en majorité** (62/58%) **que le progrès bénéficie à une population de plus en plus large** (pas leurs aînés qui pensent au contraire entre 55 et 58% que le progrès ne bénéficie qu'à une population retreinte) et les 18-24 ans sont **plus nombreux** que leurs aînés **à estimer profiter eux-mêmes du progrès** (78% le disent contre 67% en moyenne) ;

- Les 18-24 ans **voient Internet/les réseaux sociaux comme le meilleur diffuseur** (1er choix à 58% chez les 18-24 ans vs 45/47% chez les +de 50 ans) devant les médias (50% chez les 18-24 ans vs 36 à 40% chez leurs ainés). Pour les seniors : c'est l'enseignement scolaire & supérieur (1er choix à 51%) puis internet (45%) qui sont considérés comme les meilleurs relais de diffusion du progrès.

II. Les Allemands, champions européens de l'adhésion au progrès ?

- Les Allemands attendent plus encore de progrès pour **préserver l'environnement** (63% de citations) et
- **sont moins critiques à l'égard du progrès, ils sont moins nombreux à penser que le progrès :**
    - est générateur de surconsommation & surproduction (30%) ;
    - est une menace pour l'environnement et le respect de la nature (36%) ;
- sont 2 à 3 fois plus nombreux que les autres pays à se reconnaitre dans la citation « ***L'enthousiasme est la base de tout progrès*** » (21%) ;
- sont plus élogieux envers les startups qu'ils jugent plus encore **essentielles à l'économie** du pays (81%), **importantes pour améliorer la vie quotidienne** (80%), et **soucieuses du bien-être de leurs salariés** (72%) ;
- sont majoritairement **opposés à la décroissance** (54%) ;
- sont deux fois plus nombreux (42%) que les autres pays à dire que **les entrepreneurs permettent le mieux de diffuser le progrès.**