

ODOXA

L'Opinion tranchée

Les Français et l'économie positive

*Une étude exclusive Odoxa-Aviva réalisée à l'occasion du LH – Forum
Septembre 2020*

LEVÉE D'EMBARGO : JEUDI 24 SEPTEMBRE 6H00

Sondage réalisé pour  **AVIVA**

Méthodologie



Recueil

Enquête réalisée auprès d'un échantillon de Français interrogés par internet les 27 et 28 août 2020.



Echantillon

Echantillon de 1 004 Français représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon est 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.

Précisions sur les marges d'erreur

Chaque sondage présente une incertitude statistique que l'on appelle marge d'erreur. Cette marge d'erreur signifie que le résultat d'un sondage se situe, avec un niveau de confiance de 95%, de part et d'autre de la valeur observée. La marge d'erreur dépend de la taille de l'échantillon ainsi que du pourcentage observé.

	Si le pourcentage observé est de ...					
Taille de l'Echantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
800	1,5	2,5	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2 000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
3000	0,8	1,1	1,4	1,6	1,8	1,8

Lecture du tableau : Dans un échantillon de 1000 personnes, si le pourcentage observé est de 20% la marge d'erreur est égale à 2,5% : le pourcentage réel est donc compris dans l'intervalle [17,5 ; 22,5].

I - Les principaux enseignements de l'étude

L'œil du sondeur de Gaël Sliman (1/1)

L'économie positive est plébiscitée par les Français et les consommateurs

Principaux enseignements du sondage :

1. L'économie positive est un concept encore méconnu en France : 63% des Français n'en ont jamais entendu parler. D'ailleurs la France n'est pas à la pointe des pays de l'OCDE dans ce domaine, et les Français le savent bien : elle est 18^{ème} sur 34... et c'est exactement la place qu'ils attribuent eux-mêmes à leur pays
2. Cette méconnaissance de l'économie positive et ce médiocre classement de la France dans ce domaine sont bien dommage car, une fois expliqué, le concept d'EP séduit : 9 Français sur 10 estiment ainsi qu'il est important qu'une entreprise s'engage dans l'économie positive.
3. L'EP peut surtout s'avérer un formidable déclencheur de business : les Français tiendraient massivement compte (81%) de cet indice pour choisir des produits ou services et même pour choisir l'entreprise dans laquelle ils travaillent (59%).
4. Un consommateur sur deux (49% vs 51%) serait même prêt à payer plus cher un produit ou service disposant d'un meilleur score de positivité. Illustration avec l'application très concrète d'un tel indice au monde de l'assurance : 6 Français sur 10 seraient prêts à opter pour une compagnie d'assurance (59%) ou pour un produit d'assurance (58%) s'il est labellisé « économie positive »

III - Synthèse détaillée du sondage

(1/2)

1) L'économie positive est un concept encore largement méconnu en France ...

L'économie positive est un concept encore méconnu par près de deux Français sur trois (63%). Mais les choses sont promises à évoluer : les jeunes (49% de notoriété auprès des 18-24 ans) et les CSP+ (46%) sont près d'un sur deux à en avoir déjà entendu parler alors que les Français plus âgés et surtout les catégories populaires (22%) sont deux fois moins nombreux à le connaître.

2) ... d'ailleurs la France n'est pas à la pointe des pays de l'OCDE dans ce domaine, et les Français le savent bien : elle est 18^{ème} sur 34 !

Si les Français sont nombreux à ne pas connaître le concept d'Economie Positive, ils ont en revanche une perception très juste du positionnement de la France dans le classement sur l'indice de positivité. Ils situent leur pays dans le ventre mou du classement, pile au milieu, à la 18ème place sur 34 pays ; seuls 17% des Français situent leur pays dans le top-10 de l'OCDE.

Ils ont tort, et la majorité des Français a bien raison : la France arrive en effet à la 18ème place dans le classement 2019 des pays de l'OCDE selon l'indice de positivité.

3) Cette méconnaissance de l'économie positive et ce médiocre classement de la France dans ce domaine sont bien dommage : car, une fois expliqué, le concept d'EP séduit et peut s'avérer un formidable déclencheur de business

Une fois expliqué, le concept d'économie positive séduit de façon assez unanime : 9 Français sur 10 pensent qu'il est important qu'une entreprise s'engage dans l'économie positive. Plus d'un Français sur quatre juge même que c'est « très important ».

III - Synthèse détaillée du sondage

(2/2)

Le fait de mettre en avant cette démarche est donc un formidable vecteur d'image pour les entreprises... mais pas seulement, l'étude nous montre que l'indice de positivité peut aussi s'avérer un formidable vecteur de business : en effet, les Français tiendraient massivement compte (81%) de cet indice pour choisir des produits ou services et pour choisir l'entreprise dans laquelle ils travaillent (59%). Un consommateur sur deux (49% vs 51%) serait même prêt à payer plus cher un produit ou service disposant d'un meilleur score de positivité.

4) Cas pratique avec l'application très concrète d'un tel indice au monde de l'assurance : l'indice de positivité « ferait la différence » pour le choix d'une compagnie comme pour celui d'un produit d'assurance

Cette tendance générale à estimer que l'on tiendrait compte de l'indice de positivité pour le choix d'un produit ou d'un service se vérifie si on précise les choses en prenant des exemples très concrets dans un univers-business bien spécifique. Ainsi, par exemple, concernant l'univers de l'assurance, une majorité de Français seraient prête à opter pour une compagnie d'assurance (59%) ou pour un produit d'assurance (58%) s'il est labellisé « économie positive » ... et 3 clients sur 10 seraient même prêts à payer jusqu'à 5% plus cher un produit d'assurance disposant de ce label.

Reste qu'il faut bien s'accorder sur ce que serait une assurance positive aux yeux des Français.

Si de nombreuses qualités sont attendues, pour les Français, les principales qualités perçues d'une « assurance positive » sont qu'elle « soit accessible aux personnes à faible revenu » (1^{er}, 55% citent cet item comme prioritaire), qu'elle « puisse être expliquée de façon simple et transparente » (2^{ème} avec 48% de citations) et qu'elle « comporte un accompagnement spécifique pour prendre en compte les coups durs et les accidents de la vie » (3^{ème} avec 45% de citations). Aux entreprises de bien s'adapter à ces attentes ... mais, si elles le font et le font savoir, il est bien probable qu'elles connaîtront un réel succès auprès des clients.



Résultats du sondage

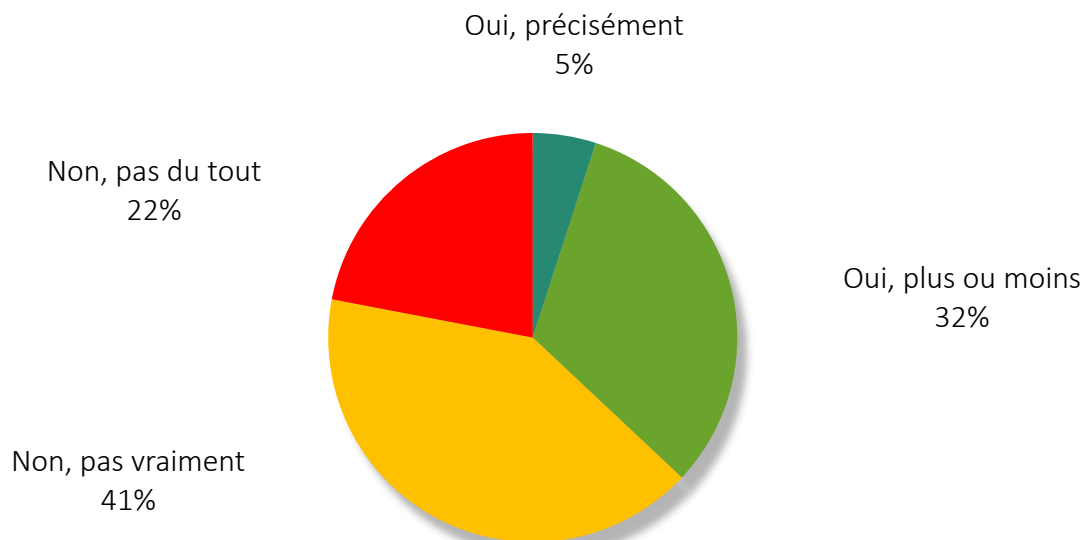
L'économie positive est un concept encore méconnu par près de deux Français sur trois (63%)



Vous personnellement, avez-vous déjà entendu parler « de l'économie positive » ?

ST Non : 63%

ST Oui : 37%



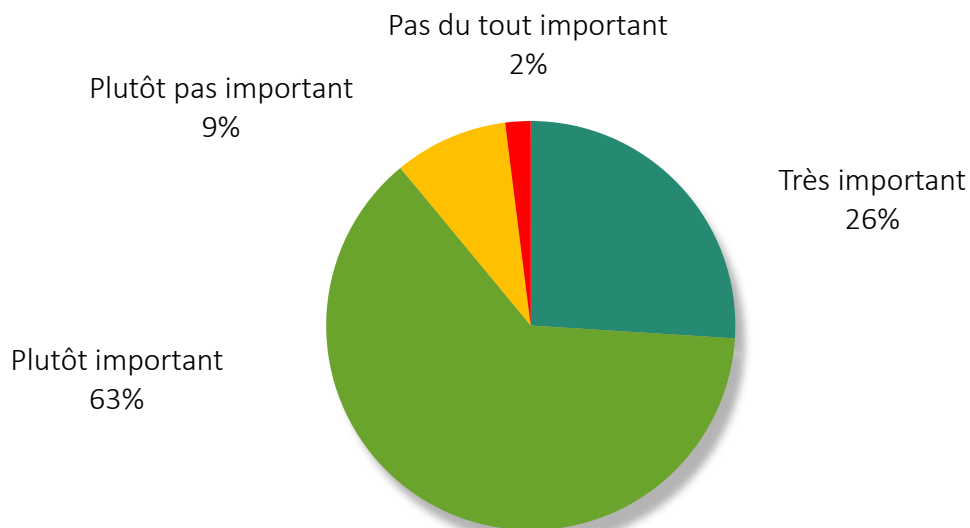
C'est dommage car, une fois expliqué, le concept séduit de façon assez unanime : 9 Français sur 10 pensent qu'il est important qu'une entreprise s'engage dans l'économie positive



Dans quelle mesure diriez-vous qu'il est important qu'une entreprise s'engage dans l'économie positive ?
Est-ce ...

ST Pas important : 11%

ST Important : 89%

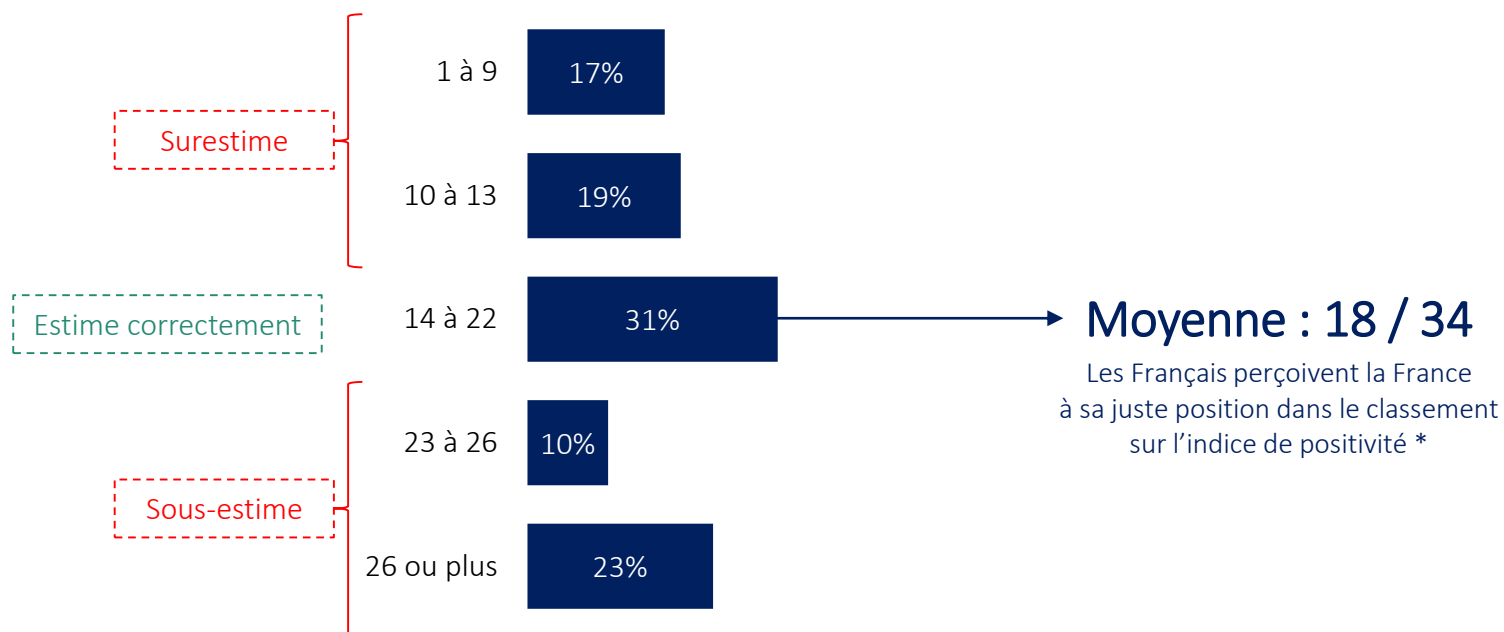


Si les Français sont nombreux à ne pas connaître l'EP, ils ont en revanche une perception très juste du positionnement de la France dans le classement sur l'indice de positivité : pile au milieu, à la 18^{ème} place sur 34 pays



L'Institut de l'Economie Positive est une fondation qui a mis en place depuis deux ans un « indice de positivité » permettant, notamment, de noter les pays en fonction de ce principe d'économie positive. Pour établir ce classement, 34 pays de l'OCDE ont été notés sur la base de 29 indicateurs, qui vont du dynamisme économique, au poids de la dette, en passant par la transition énergétique ou la place des jeunes.

Selon-vous quelle était la place de la France dans ce classement l'année dernière parmi les 34 pays analysés ?



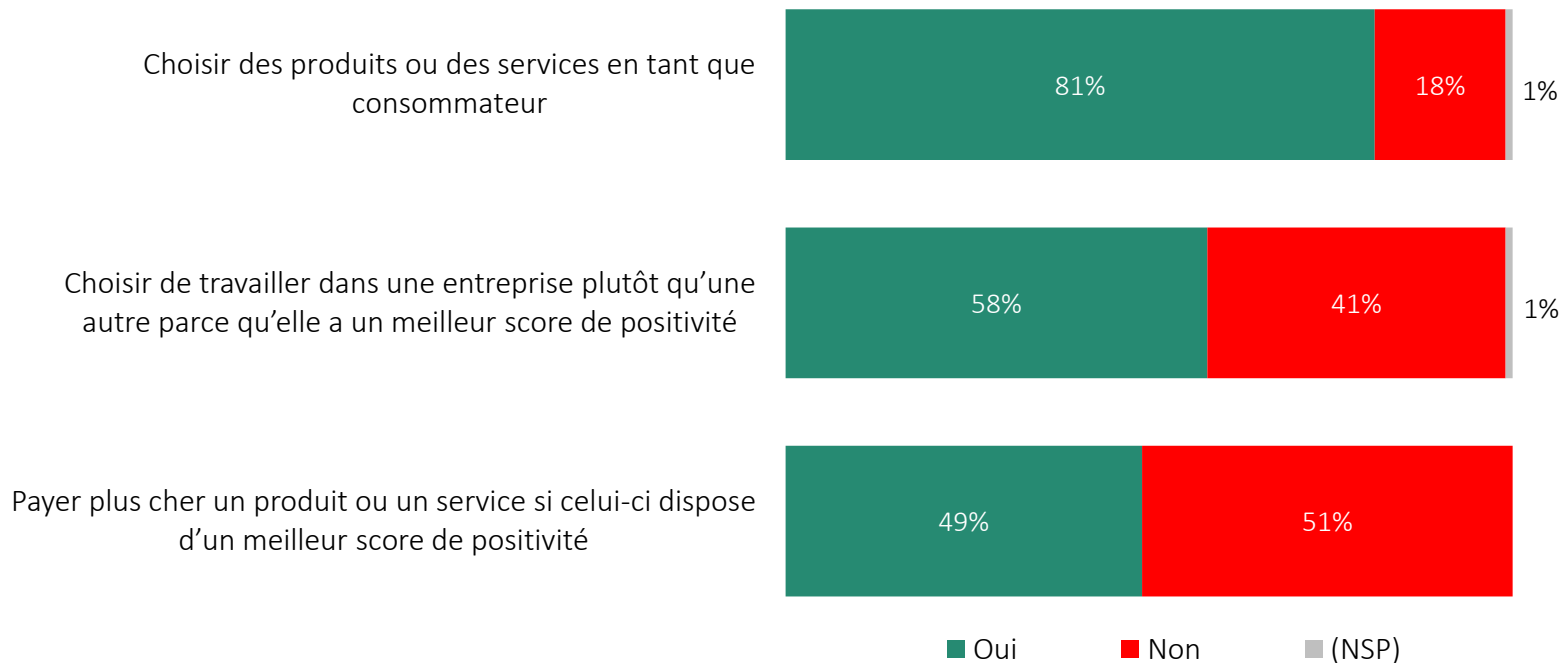
i

* La France arrive à la 18^{ème} place dans le classement 2019 des pays de l'OCDE par indice de positivité.

L'indice de positivité est un formidable vecteur de business : les Français en tiendraient massivement compte (81%) pour choisir des produits ou services et pour choisir l'entreprise dans laquelle ils travaillent (59%)



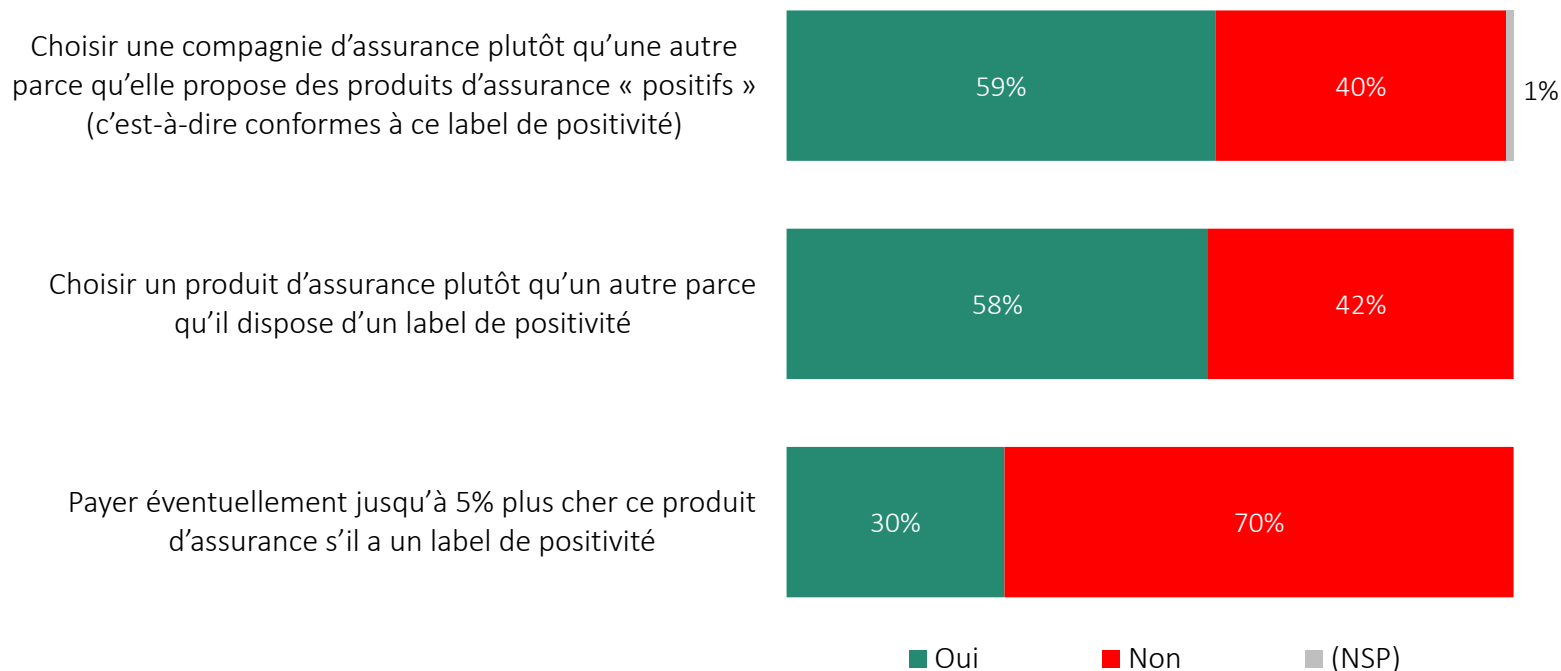
Pour accompagner les acteurs économiques dans leur transformation positive, il est nécessaire de pouvoir évaluer les progrès accomplis ainsi que ceux qu'il reste à faire pour mieux prendre en compte l'intérêt des générations futures. C'est pour cette raison que l'Institut de l'Économie Positive a créé les indices de positivité. Ces nouveaux outils doivent servir de boussoles pour mieux orienter la prise de décision. Pensez-vous que vous tiendriez compte d'un tel indice de positivité pour ...



Une majorité de Français seraient prête à opter pour une compagnie d'assurance (59%) ou pour un produit d'assurance (58%) s'il est labellisé « économie positive »... et 3 clients sur 10 seraient même prêts à payer jusqu'à 5% plus cher un produit d'assurance disposant de ce label



L'Institut de l'Economie Positive labellise notamment certains produits d'assurance.
En tant que consommateur, seriez-vous prêt à ...



Pour les Français, les principales qualités perçues d'une assurance positive sont qu'elle soit accessible aux personnes à faible revenu, qu'elle puisse être expliquée de façon simple et transparente et qu'elle comporte un accompagnement spécifique pour prendre en compte les coups durs



Quels sont, selon vous, les trois principales qualités d'une assurance « positive », c'est-à-dire labellisée comme proposant des produits d'assurance « positifs » ?
C'est avant tout que cette assurance ...

