



RAPPORT DE SYNTHÈSE

Enquête publique sur le changement
climatique 2026



Titre	Enquête publique sur le changement climatique
Client	SPF Santé publique, Sécurité de la chaîne alimentaire et Environnement
Contacts du projet	Mme Tine Heyse, M. Lucas Demuelenaere
Auteurs	Orphé Matthys, Profacts Ellen Loix, Profacts
Institutions/organisations	Profacts
Photo de couverture	Marc Ryckaert

Version de courtoisie

Le rapport original a été rédigé en néerlandais. Cette version francophone est une traduction réalisée par courtoisie. Cette version peut éventuellement contenir de petites erreurs linguistiques

SOMMAIRE

SOMMAIRE.....	3
OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE.....	6
1. Contexte et objectif	6
2. Onderzoeksmethode	7
2.1 Tirage de l'échantillon.....	7
2.2 Dispositif de recherche	8
RÉSULTATS.....	13
1. Profil des personnes interrogées	13
2.3 Pondération et représentativité	17
2. Préoccupations, perceptions et causes du changement climatique	19
3. Solutions et politiques en matière de climat aux niveaux international, européen et belge 31	
4. Informations et connaissances sur le changement climatique	50
5. Comportement personnel et mode de vie	65
CONCLUSIONS	90



LISTE DES FIGURES

Figure 1: Sexe	13
Figure 2: Âge	14
Figure 3: Province.....	15
Figure 4: Activité professionnelle.....	15
Figure 5: Diplôme le plus élevé obtenu	16
Figure 6: Classe sociale	17
Figure 7: Tableau de pondération	18
Figure 8: Préoccupations	20
Figure 9: Préoccupations liées à la problématique environnementale	21
Figure 10: Origine du changement climatique	23
Figure 11: Conséquences du changement climatique	24
Figure 12: Lutte contre le changement climatique	25
Figure 13: Impact des secteurs sur les gaz à effet de serre	26
Figure 14: Impact des actions sur le climat	27
Figure 15: Classement des préoccupations	29
Figure 16: Déclarations sur le changement climatique	32
Figure 17: Conditions du changement.....	33
Figure 18: Transition climatique.....	34
Figure 19: Contribution à la solution du changement climatique	34
Figure 20: Négociations climatiques européennes et internationales	35
Figure 21: Déclarations concernant les objectifs (intermédiaires) en matière de neutralité climatique	37
Figure 22: Rôle de la Belgique et de l'Europe dans la neutralité climatique	38
Figure 23: Intentions de l'UE.....	38
Figure 24: Utilisation des recettes par les autorités belges	41
Figure 25: Politique climatique en Belgique	42
Figure 26: Disposition à payer davantage	44
Figure 27: Affectation du supplément payé.....	45
Figure 28: Atténuation	46
Figure 29: Adaptation	47
Figure 30: Influence des autorités	48
Figure 31: Affirmations	49
Figure 32: Intérêt pour l'environnement	51
Figure 33: Intérêt pour le climat	52
Figure 34: Informations reçues	56



Figure 35: Recherche d'informations	57
Figure 36: Sources préférées.....	58
Figure 37: Réseaux sociaux	59
Figure 38: Affirmations sur les fake news	61
Figure 39: Intérêt à recevoir des informations sur le changement climatique.....	62
Figure 40: Réception d'informations provenant de sources.....	64
Figure 41: Nombre de voitures et de voitures de société	65
Figure 42: Type de carburant des voitures.....	66
Figure 43: Utilisation de différents moyens de transport.....	67
Figure 44: Motif des déplacements	68
Figure 45: Déplacements	70
Figure 46 Logement	72
Figure 47: Ménage	75
Figure 48: Soutien à la rénovation énergétique.....	76
Figure 49: Critères de sélection	78
Figure 50: Consommation d'énergie comme argument dans le passé.....	79
Figure 51: Consommation d'énergie comme argument lors du prochain achat	80
Figure 52: Influence du cercle social.....	81
Figure 53: Statut d'occupation du logement.....	81
Figure 54: Chauffage principal	82
Figure 55: Chauffage d'appoint.....	83
Figure 56: Affirmations sur le sentiment d'être informé	84
Figure 57: Soutien public	85
Figure 58: Initiatives personnelles pour lutter contre le changement climatique	86
Figure 59: Initiatives personnelles pour s'adapter au changement climatique	87
Figure 60: Satisfaction à l'égard des actions du gouvernement pour lutter contre le changement climatique	88
Figure 61: Satisfaction à l'égard des mesures gouvernementales visant à nous adapter au changement climatique	89

OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

1. Contexte et objectif

Le changement climatique constitue l'un des défis sociétaux les plus urgents du XXI^e siècle. Des cadres politiques ont été élaborés aux niveaux international, européen et national, misant sur l'atténuation, l'adaptation et le changement de comportement des citoyens, des entreprises et des pouvoirs publics. Dans ce contexte, l'opinion publique joue un rôle crucial. En effet, le degré de connaissance des citoyens sur la problématique climatique, leur compréhension de la politique et leur volonté d'adapter leur comportement influencent directement l'efficacité et la légitimité des mesures politiques.

Depuis 2005, le Service Changement climatique du SPF VVVL organise tous les quatre ans une enquête publique auprès des habitants de Belgique âgés de 16 à 75 ans. Cette enquête longitudinale vise à obtenir de manière systématique un aperçu de l'évolution des connaissances, des perceptions, des comportements et du soutien aux mesures politiques relatives au changement climatique. La sixième édition de cette enquête publique, réalisée au printemps 2026 (9 janvier 2026 – 23 février 2026), s'inscrit dans cette tradition de suivi périodique.

Les résultats de l'enquête climatique 2021 montrent qu'une large majorité des Belges sont préoccupés par le changement climatique et le reconnaissent comme un problème réel et urgent. Bien que les connaissances sur les causes et conséquences directes soient relativement bonnes, les effets plus indirects restent moins connus et le rôle propre des ménages est souvent sous-estimé par rapport à des secteurs tels que l'industrie et les transports. Les Belges adoptent bien des comportements respectueux de l'environnement, mais les progrès supplémentaires restent limités, surtout en matière de mobilité. Dans le même temps, seule une minorité se dit satisfaite de ses propres efforts et de la politique menée. Il existe un large soutien aux mesures climatiques ainsi qu'à un rôle actif des pouvoirs publics et de l'Union européenne, même si ce soutien diminue lorsqu'elles s'accompagnent d'efforts financiers personnels. Dans l'ensemble, les Belges estiment être modérément bien informés et attendent avant tout des informations claires de la part des pouvoirs publics et des scientifiques.

Le SPF VVVL souhaitait répéter cette mesure afin de cartographier les évolutions et d'orienter plus précisément la communication politique et les campagnes de sensibilisation.



2. Onderzoeksmethode

Pour cette étude, une **enquête a été menée auprès d'un échantillon représentatif de citoyens en Belgique**. Dans la recherche en sciences sociales, une **collecte de données en mode mixte**, combinant différentes méthodes de collecte de données, est une technique fréquemment utilisée pour augmenter le taux de réponse et atteindre différents groupes de la population. Dans cette étude, on a donc eu recours à une **combinaison d'une enquête écrite (PAPI) et d'une enquête en ligne**.

2.1 Tirage de l'échantillon

Pour cette étude, l'objectif était d'obtenir un **échantillon net d'environ 1.500 citoyens belges**. Sur la base de l'expérience acquise dans des enquêtes postales similaires, on est parti d'un **échantillon brut de 6.500 adresses**, contactées à deux reprises : une première fois via une invitation initiale et une seconde fois via une lettre de rappel (voir plus loin). En partant d'un **taux de réponse attendu d'environ 13 % lors du premier envoi et de 11 % lors du rappel**, il a été estimé que deux envois suffiraient pour atteindre la réponse nette visée.

L'échantillon a été constitué au moyen d'un **tirage d'échantillon stratifié** en plusieurs étapes, dans le but d'obtenir une répartition des répondants aussi représentative que possible de la population belge.

Stratification géographique

Dans une première étape, la **répartition géographique de l'échantillon** a été déterminée. Pour ce faire, des données statistiques de **Statbel** ont été utilisées afin d'établir quelle part des répondants devait provenir des différentes régions ainsi que des zones urbaines et rurales. Sur cette base, l'échantillon brut a été réparti entre **la Flandre, la Wallonie et la Région de Bruxelles-Capitale**, avec en outre une répartition entre **communes urbaines et rurales**. Cette stratification garantit que l'échantillon reflète fidèlement la répartition géographique de la population belge.



Composition sociodémographique

Dans une deuxième étape, on a examiné les **caractéristiques sociodémographiques de la population au niveau communal**, notamment le **sexe, l'âge, le niveau d'instruction et le profil socio-économique**. À cette fin, plusieurs bases de données de Statbel ont été combinées, notamment des données sur la **structure de la population**, le **revenu médian** et le **niveau d'enseignement** par commune. En reliant ces données sur la base du code postal, il a été possible de dresser un tableau de la composition de la population dans chaque commune.

Sélection d'adresses

Sur la base de ces informations, il a été déterminé **combien d'adresses par commune devaient être incluses dans l'échantillon brut**. La Belgique compte au total **565 communes**, réparties entre la Flandre, la Wallonie et la Région de Bruxelles-Capitale. Dans cette étude, les adresses ont été **sélectionnées proportionnellement**, le nombre d'adresses sélectionnées par commune étant proportionnel à la taille et à la composition complètes de la population de cette commune. Ce tirage proportionnel a été appliqué deux fois afin de garantir une répartition représentative dans l'échantillon brut.

Les adresses ont été sélectionnées sur la base d'une **base de données d'adresses comprenant toutes les adresses et tous les numéros de maison en Belgique**, qui a été couplée aux données statistiques mentionnées précédemment. Au sein de chaque adresse sélectionnée, le répondant a été déterminé selon la **méthode du "next birthday"**, selon laquelle le premier habitant **âgé de 16 ans ou plus dont l'anniversaire est le plus proche** a été invité à remplir le questionnaire. Cette méthode contribue à rendre la sélection des répondants au sein des ménages aussi aléatoire que possible.

Grâce à cette combinaison de **stratification géographique, d'informations sociodémographiques et de sélection proportionnelle des adresses**, un échantillon brut a été constitué, offrant une base aussi représentative que possible pour la collecte des données.

2.2 Dispositif de recherche

Collecte de données par courrier



La méthode principale de collecte des données consistait en une **enquête postale**, dans le cadre de laquelle les répondants sélectionnés étaient invités par courrier à participer à l'étude. Le premier envoi contenait une **lettre d'introduction d'accompagnement**, un **questionnaire papier** et une **enveloppe-réponse**. La lettre d'accompagnement expliquait l'objectif et l'importance de l'étude afin de motiver les répondants à participer. En outre, la lettre contenait également un **lien web et un code QR vers la version en ligne du questionnaire**, afin que les répondants puissent choisir de remplir le questionnaire en ligne ou sur papier.

Les lettres ont été rédigées avec une attention particulière à une **formulation claire et attrayante**, étant donné que ce type de communication joue un rôle important dans l'augmentation du taux de réponse. La lettre d'introduction contenait en outre des informations sur la **protection de la vie privée**, ainsi que des **coordonnées de contact (e-mail et numéro gratuit 0800)** pour les répondants ayant des questions complémentaires sur l'étude.

Afin de **souligner le caractère officiel de l'étude**, le **logo du SPF Santé publique** figurait sur les enveloppes envoyées, accompagné de la mention « **confidentiel** ». L'envoi a été effectué dans des enveloppes C5 à fenêtre. Pour le retour des questionnaires papier complétés, une **enveloppe-réponse, également munie du logo du SPF Santé publique**, a été prévue.

Projet de questionnaire écrit

Lors de la conception du questionnaire papier, une grande attention a été accordée à la **facilité d'utilisation et à la clarté**. Le questionnaire a été élaboré avec une **mise en page claire**, des consignes de remplissage explicites et un nombre limité de questions par page. Lorsque cela était possible, les consignes étaient appuyées visuellement afin de faciliter le remplissage. En outre, une **couverture attrayante** a été prévue, ce qui peut contribuer à un taux de réponse plus élevé.

Parallèlement, la conception a tenu compte des **exigences techniques pour le scannage automatisé** des questionnaires complétés. La mise en page a donc été adaptée à un format compatible avec le **logiciel de scannage (Teleform)**, afin que les réponses papier puissent être traitées efficacement sous forme numérique.

Expédition personnalisable et suivi sur le terrain



Chaque répondant de l'échantillon brut s'est vu attribuer un **code unique**. Ce code servait plusieurs objectifs. D'une part, il permettait d'**assurer le suivi du travail de terrain**, afin que les répondants n'ayant pas réagi à la première invitation puissent recevoir une **lettre de rappel**. D'autre part, le système contribuait à la **pseudonymisation des données**, puisque les réponses n'étaient pas directement liées aux données à caractère personnel.

Pour les questionnaires papier, le code unique a été converti en **code-barres**, ce qui permettait d'enregistrer automatiquement les questionnaires renvoyés et de les associer au bon répondant. Les questionnaires papier complétés ont ensuite été **scannés à l'aide du logiciel Teleform**, après quoi les données ont été rendues disponibles sous forme numérique.

Envois et rappels

La collecte des données s'est déroulée en deux phases. Dans une première phase, un **envoi initial** a été adressé aux répondants sélectionnés, composé d'une lettre d'accompagnement avec lien web et code QR, d'un questionnaire papier et d'une enveloppe-réponse. Ce premier envoi a eu lieu le 9 janvier 2026.

Le 30 janvier 2026, un **courrier de rappel** a été envoyé aux répondants qui n'avaient pas encore participé ou n'avaient pas explicitement refusé. Cette lettre de rappel contenait à nouveau le lien et le code QR vers le questionnaire en ligne, ainsi qu'un questionnaire papier supplémentaire.

La communication a été envoyée dans la **langue officielle ou les langues officielles de la région concernée** : le néerlandais en Région flamande, le français en Région wallonne, le néerlandais et le français en Région de Bruxelles-Capitale, et le français et l'allemand dans la région germanophone.

Intégration des données

Les réponses recueillies par les différents canaux ont ensuite été **rassemblées dans un seul jeu de données intégré**. Une variable a alors été ajoutée pour indiquer **par quel canal le répondant a rempli le questionnaire** (en ligne via lien/code QR ou via questionnaire papier). Cela permet d'analyser d'éventuelles différences entre les méthodes de collecte des données.

Complément via un panel en ligne

Au cours du travail de terrain, il est apparu que la réponse à l'enquête postale était **plus faible que prévu**. Afin d'obtenir malgré tout un échantillon suffisamment large et diversifié, un **panel en ligne de Profacts**



a également été mobilisé à partir du 30 janvier 2026. Ce panel se compose de répondants issus de **toutes les couches de la population belge**, ce qui a permis de compléter davantage la réponse avec des participants de différents groupes sociodémographiques.

Analyse des effets potentiels liés à la méthode

Étant donné qu'une partie de l'échantillon a été recrutée de manière inattendue via le panel en ligne pendant le travail de terrain, il a été examiné si la méthode de collecte des données (questionnaire papier par courrier, en ligne par courrier ou via panel) avait eu une influence systématique sur les réponses. D'un point de vue méthodologique, cela est important pour garantir que les différences dans les résultats sont dues à des **différences de fond entre les répondants**, et non à la **manière de remplir l'enquête**.

À cette fin, les réponses ont été comparées systématiquement entre les trois groupes pour l'ensemble des questions. Les analyses montrent **qu'il n'existe pas de différences structurelles ou cohérentes** entre les trois méthodes. Bien que de faibles écarts aient pu être constatés dans certaines catégories de réponse prises isolément, ceux-ci **ne se produisaient pas de manière systématique, n'allaient pas toujours dans le même sens, n'étaient pas limités à une seule méthode** et il n'y avait **pas de différences reproductibles ou présentant un schéma identifiable**.

Sur la base de cette analyse, nous concluons **qu'il n'existe aucun indice d'un effet de méthode méthodologiquement significatif**. Les trois canaux de collecte des données fournissent des **résultats comparables**, de sorte que le jeu de données intégré peut être considéré comme méthodologiquement cohérent et fiable. Les éventuelles faibles variations peuvent être interprétées comme une variation d'échantillonnage normale et non comme un effet de méthode systématique.



Réponse finale

Au total, **1.609 questionnaires entièrement complétés** ont été recueillis. Cette réponse se compose de trois canaux de collecte des données :

- **269 répondants** ont rempli le questionnaire en ligne via le lien ou le code QR figurant dans la lettre
- **526 répondants** ont rempli le **questionnaire papier** et l'ont renvoyé par courrier
- **814 répondants** ont participé via le **panel en ligne**

Pour l'échantillon recruté par courrier, 6.500 invitations ont été envoyées au total, ce qui a donné lieu à 795 questionnaires complétés, soit un taux de réponse de 12,2 %. Pour le panel en ligne, l'enquête a été envoyée à 24.781 panélistes, dont 814 ont participé, soit un taux de réponse de 3,3 %.

Cette approche combinée a permis d'obtenir un échantillon suffisamment large et diversifié pour l'analyse ultérieure des résultats de l'étude.



RÉSULTATS

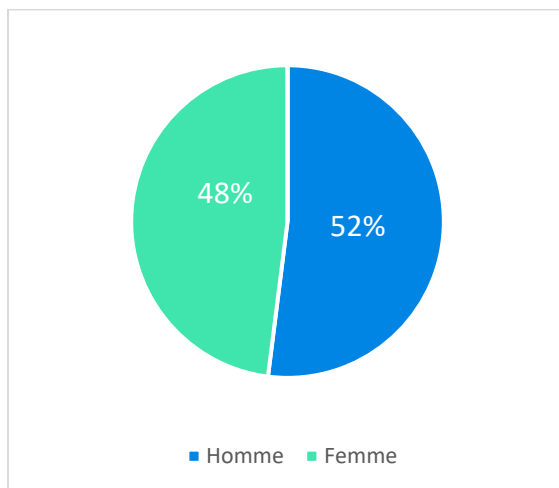
Bref guide de lecture : Les différences significatives par rapport à l'enquête climatique précédente de 2021 sont, le cas échéant, indiquées par un cercle bleu. Le cercle marque le pourcentage significativement plus élevé que le point de comparaison.

Dans le rapport, les différences significatives entre les sous-groupes mentionnés sont expliquées. Les tableaux détaillés sur lesquels reposent ces analyses figurent en annexe.

1. Profil des personnes interrogées

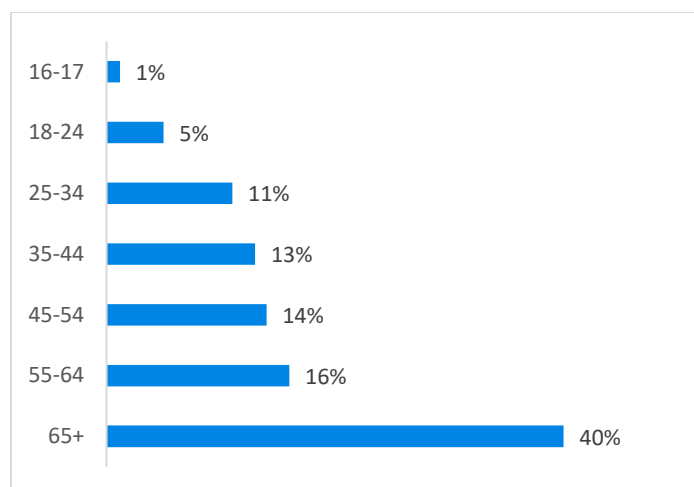
L'échantillon se composait de 52 % d'hommes et de 48 % de femmes (Figure 1). En ce qui concerne la répartition par âge des répondants, on constate que les 65 ans et plus constituent le groupe le plus important avec 40 % (Figure 2). En outre, le groupe des 45–64 ans est également fortement représenté, avec 14 % pour les 45–54 ans et 16 % pour les 55–64 ans.

Figure 1: Sexe



Les groupes d'âge plus jeunes représentent une part plus faible : 35–44 ans (13 %), 25–34 ans (11 %) et 18–24 ans (5 %). Les 16–17 ans constituaient le plus petit groupe (1 %).

Figure 2: Âge

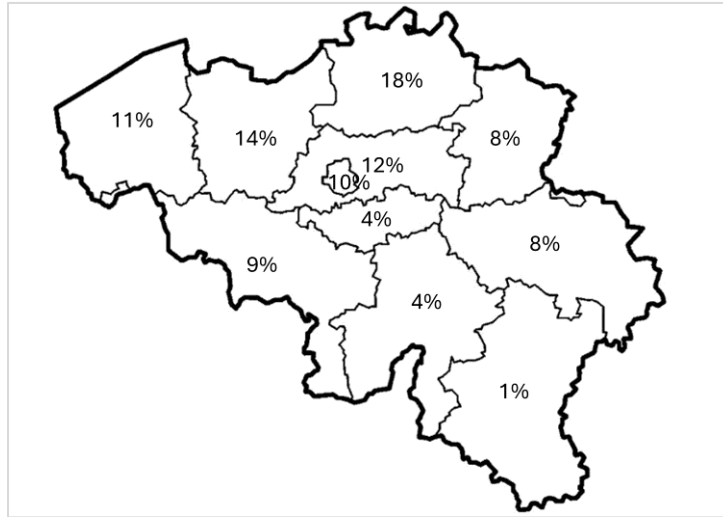


Dans la **répartition régionale des répondants**, **Anvers** est la province la plus représentée avec 18 % (Figure 3). En outre, des répondants de **Flandre-Occidentale** (11 %), de **Flandre-Orientale** (14 %) et du **Brabant flamand** (12 %) sont également relativement nombreux.

Par ailleurs, la part des répondants de la **Région de Bruxelles-Capitale** s'élève à 10 %, tandis que le **Hainaut** représente 9 % et **Liège** environ 8 % également. Des parts plus faibles sont observées dans le **Limbourg** (8 %), à **Namur** (4 %), dans le **Brabant wallon** (4 %) et au **Luxembourg** (1 %).

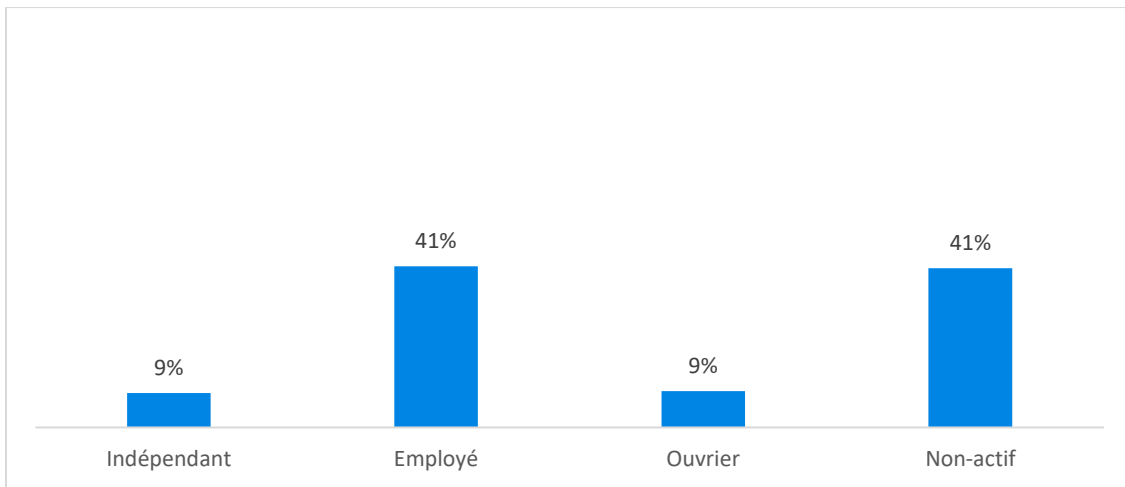
Cette répartition montre que des **répondants de différentes provinces belges sont représentés**, avec une part légèrement plus importante provenant de quelques provinces centrales flamandes et wallonnes. En ce qui concerne **la langue dans laquelle l'enquête a été remplie**, **le néerlandais est la langue la plus fréquemment utilisée**, avec 55 % des répondants. En outre, **44 % ont rempli le questionnaire en français**. **L'allemand** n'a été utilisé que dans une mesure très limitée, avec moins de 1 %.

Figure 3: Province



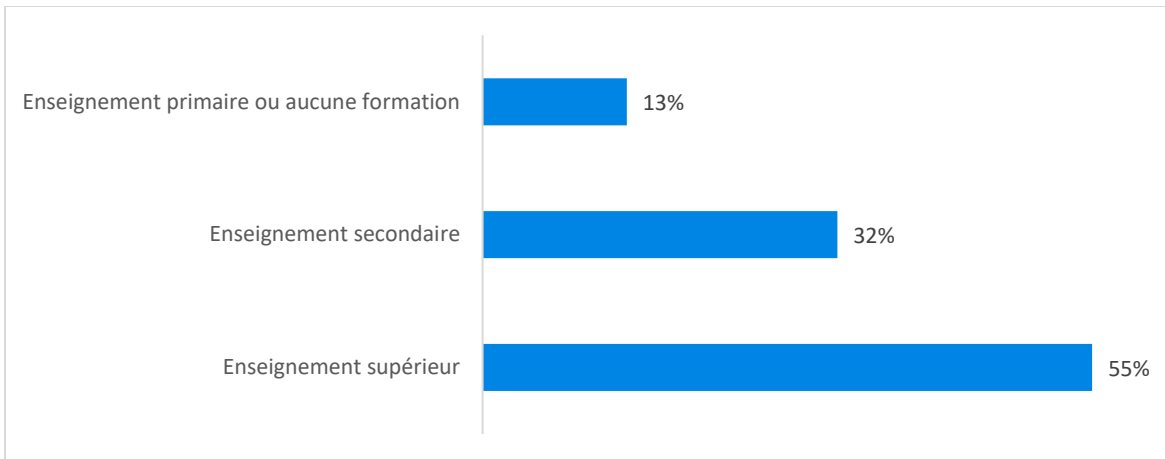
Dans l'échantillon, les **employés constituent le groupe le plus important**, avec 41 % des répondants (Figure 4). En outre, **41 % déclarent être inactifs**. Les **ouvriers** représentent 9 % des répondants et les **indépendants** constituent également 9 % de l'échantillon.

Figure 4: Activité professionnelle



En ce qui concerne le **diplôme le plus élevé obtenu**, 32 % des répondants ont atteint le **niveau d'enseignement secondaire** (Figure 5). En outre, **55 % disposent d'un diplôme de l'enseignement supérieur**, tandis que **13 % n'ont achevé que l'enseignement primaire** ou n'ont obtenu aucun diplôme.

Figure 5: Diplôme le plus élevé obtenu

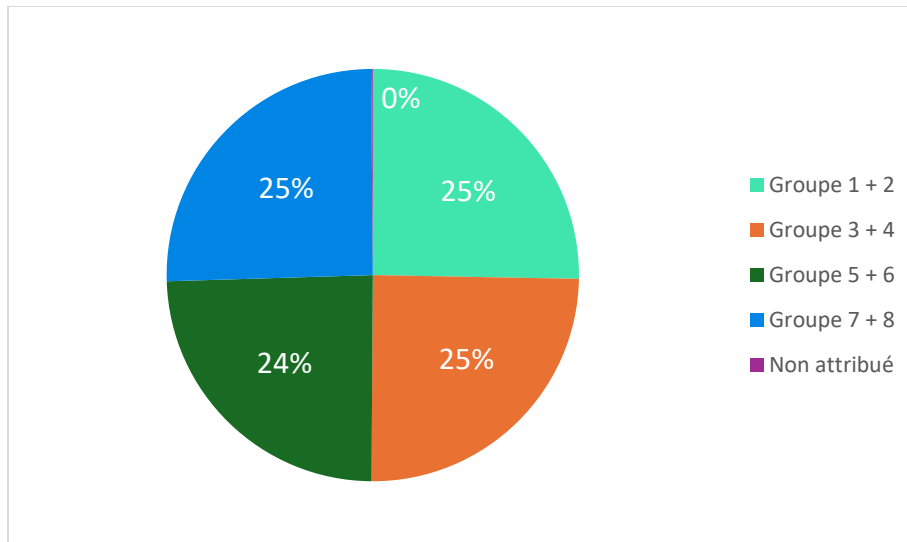


La **classe sociale des répondants** a été déterminée sur la base d'un indicateur composite et est présentée dans la Figure 6. Cet indicateur tient compte de **l'activité professionnelle actuelle ou la dernière activité professionnelle du chef de famille** et du **diplôme le plus élevé obtenu**. Sur la base de ces caractéristiques, des **points sont attribués**, après quoi les répondants sont répartis en huit groupes sociaux, le **groupe 1 représentant la classe sociale** ayant le diplôme le plus élevé et le statut professionnel le plus élevé, et le **groupe 8 la classe sociale** ayant le diplôme le plus faible et le statut professionnel le plus faible. Pour l'analyse, ces groupes sont regroupés deux par deux.

La répartition entre les classes sociales est **assez équilibrée**. Les **groupes 1 et 2** représentent 25 % des répondants, tandis que les **groupes 3 et 4** en représentent également 25 %. Les **groupes 5 et 6** occupent eux aussi environ un quart de l'échantillon (24 %), et les **groupes 7 et 8** sont également représentés à hauteur de 25 %. Un très petit groupe (0,13 %) n'a pas pu être attribué à un groupe en raison de réponses manquantes.

Cette répartition montre que **toutes les classes sociales sont représentées de manière à peu près égale dans l'échantillon**.

Figure 6: Classe sociale



2.3 Pondération et représentativité

Afin de pouvoir formuler des conclusions représentatives pour la population belge, des facteurs de pondération ont été utilisés (Figure 7). Ceux-ci corrigent l'échantillon net afin qu'il corresponde à la répartition de la population.

La pondération a été effectuée simultanément sur quatre variables : le sexe (2 catégories), le groupe d'âge (7 catégories), le niveau d'instruction (3 catégories) et la province (11 catégories). Cela a abouti à un total de 462 cellules. Les poids ont été calculés sur la base des données démographiques les plus récentes de StatBel, de sorte que les données pondérées constituent un reflet aussi précis que possible de la population belge pour ces combinaisons de caractéristiques.

La répartition des pondérations a été examinée avec soin afin d'assurer la qualité de la pondération. Pour toutes les variables et catégories, les poids sont restés dans des limites usuelles et méthodologiquement acceptables, ce qui indique une bonne répartition initiale de l'échantillon et n'a nécessité que des corrections limitées. Cela favorise la stabilité et la fiabilité des résultats.

Après application de la pondération, l'échantillon peut être considéré comme représentatif de la population belge en termes de sexe, d'âge, de niveau d'instruction et de province. La méthode utilisée garantit que les résultats constituent un reflet fiable et valide de la population cible.

Figure 7: Tableau de pondération

<i>Variable</i>	<i>Catégorie</i>	<i>Pourcentage</i>	<i>Facteur de pondération appliqué</i>
<i>Sexe</i>	Homme	49,28%	0,94
	Femme	50,72%	1,07
<i>Groupe d'âge</i>	16–17	2,33%	1,74
	18–24	7,44%	1,38
	25–34	12,52%	1,11
	35–44	13,07%	1,01
	45–54	14,63%	1,07
	55–64	12,86%	0,83
	65+	37,15%	0,92
	<i>Niveau d'études</i>	Enseignement primaire ou aucune formation	4%
Enseignement secondaire		14%	1,37
Enseignement supérieur		45%	0,68
<i>Province</i>	Région de Bruxelles-Capitale	10,62%	1,09
	Anvers	16,38%	0,96
	Brabant flamand	10,17%	0,82
	Flandre-Occidentale	10,43%	1
	Flandre-Orientale	13,36%	0,78
	Limbourg	7,65%	0,92
	Hainaut	11,56%	1,36
	Liège	9,51%	1,25
	Luxembourg	2,51%	1,74
	Namur	4,28%	1,06

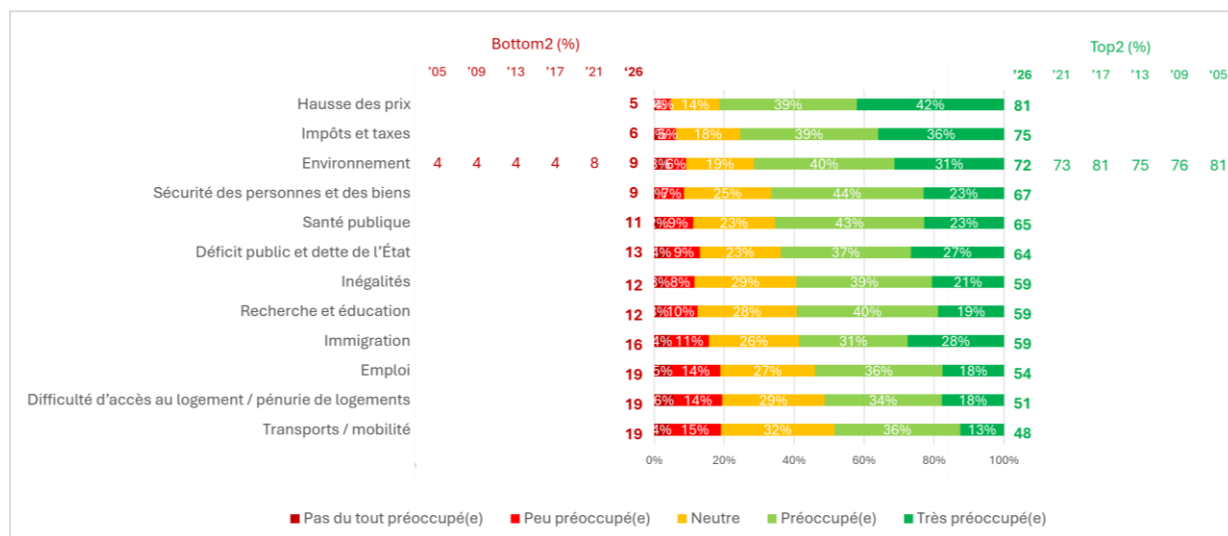
2. Préoccupations, perceptions et causes du changement climatique

Les résultats montrent que différentes thématiques sociétales suscitent de fortes préoccupations au sein de la population belge (Figure 8). La préoccupation la plus importante concerne les **prix en hausse** : pas moins de 81 % déclarent être (très) préoccupés, dont 42 % *très préoccupés*. Les **impôts et taxes** (75 % préoccupés ou très préoccupés), l'**environnement** (71 %), la **sécurité des personnes et des biens** (67 %) et la **santé publique** (66 %) sont également perçus comme préoccupants par une large majorité. En outre, les résultats montrent que le **déficit public et la dette publique** (64 %), les **inégalités** (60 %) et la **recherche et l'enseignement** (59 %) constituent également des points d'attention importants, avec à chaque fois une majorité qui exprime son inquiétude. En ce qui concerne l'**emploi**, 54 % déclarent être préoccupés, tandis que l'**immigration**, avec 59 %, suscite elle aussi un niveau clair de préoccupation, même si la part de réponses neutres y est relativement plus élevée. Le **difficile accès au logement / la pénurie de logements** est considéré comme (très) préoccupant par 52 %, ce qui indique une préoccupation significative mais un peu moins marquée que pour d'autres thèmes. Enfin, les **transports et la mobilité** obtiennent le score le plus faible en matière de préoccupation : 49 % sont (très) préoccupés, tandis que c'est ici que l'on observe la plus grande part de réponses neutres (32 %).

Les **femmes** affichent sur l'ensemble de la série un niveau de préoccupation nettement plus élevé que les hommes, surtout en ce qui concerne l'environnement, la santé publique, les inégalités et la pression financière comme les prix et les impôts. Les **jeunes** sont particulièrement préoccupés par l'emploi et l'accès au logement, tandis que les **groupes d'âge plus âgés (55+)** s'inquiètent surtout du déficit public et de la dette publique. Les personnes ayant un niveau d'instruction plus faible mettent surtout l'accent sur l'insécurité financière (comme les prix), tandis que les personnes plus diplômées se concentrent davantage sur l'environnement.

En conclusion, les thèmes économiques, et en particulier la hausse des prix et les impôts, constituent les préoccupations les plus marquées. En outre, la préoccupation liée à l'environnement reste également élevée, ce qui la place parmi les trois principales préoccupations des répondants.

Figure 8: Préoccupations - Voici d'abord une liste de thèmes au sujet desquels certaines personnes disent être préoccupées. Pour chacun d'eux, dans quelle mesure les répondants en sont-ils préoccupés ? (n = 1,596)

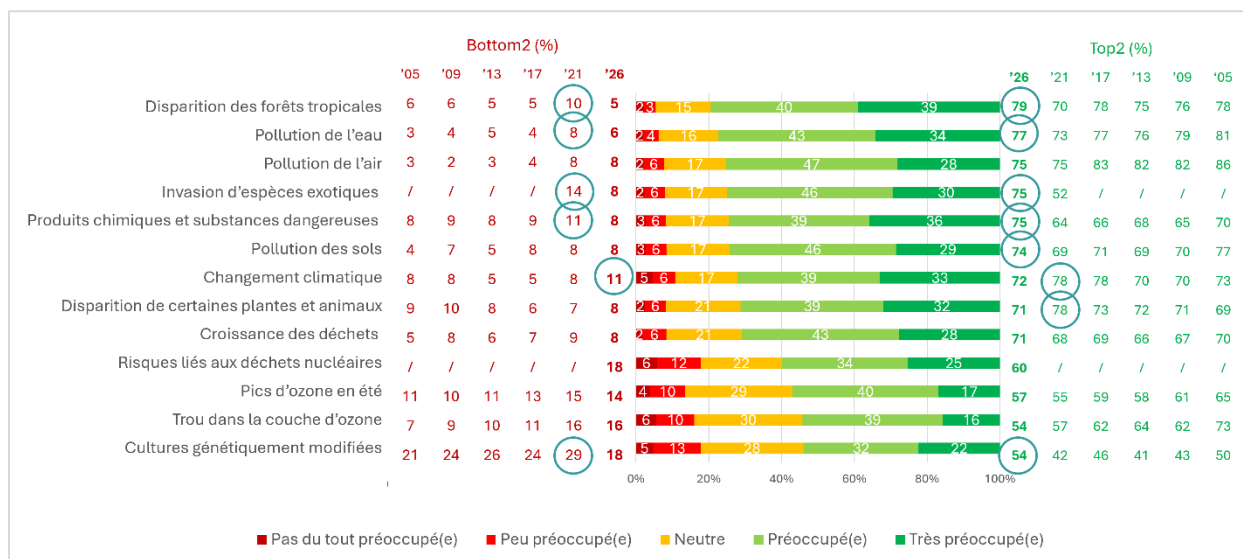


Les résultats montrent que la préoccupation concernant des problèmes environnementaux spécifiques est, de manière générale, elle aussi très élevée (Figure 9). Pour presque tous les thèmes, une nette majorité déclare être (très) préoccupée.

La préoccupation la plus forte s'exprime à propos de **la disparition des forêts tropicales humides**, où 79 % des répondants déclarent être préoccupés (40 %) ou très préoccupés (39 %). La **pollution de l'eau** (77 %), les **produits chimiques et substances dangereuses** (75 %), la **pollution de l'air** (75 %), l'**invasion d'espèces exotiques** (76 %) et la **pollution des sols** (75 %) obtiennent également des scores particulièrement élevés. Ces thèmes sont donc perçus comme préoccupants par trois quarts des répondants.

En outre, les résultats montrent également une préoccupation marquée à l'égard du **changement climatique** (72 %) et de **la disparition de certaines plantes et de certains animaux** (71 %). La **montagne de déchets** (71 %) est elle aussi considérée comme problématique par une large majorité.

Figure 9: Préoccupations liées à la problématique environnementale - Si l'on considère spécifiquement la problématique environnementale, pour chacun des éléments suivants, dans quelle mesure les répondants en sont-ils préoccupés ? (n = 1,597)



Les résultats montrent une préoccupation plus faible, mais néanmoins assez importante, concernant **les risques liés aux déchets nucléaires (59 %)** et **les cultures génétiquement modifiées (OGM) (54 %)**. Il est frappant de constater que, pour ces thèmes, la part de réponses neutres est relativement plus élevée, ce qui peut indiquer davantage de division ou des positions moins tranchées.

Le schéma de préoccupation le moins marqué concerne **le trou dans la couche d'ozone (54%)** et **les pics d'ozone en été (57%)**. Ces sujets se caractérisent non seulement par une préoccupation totale plus faible, mais aussi par la part la plus élevée de réponses neutres (respectivement 30% et 29%).

Les répondants restent donc très préoccupés par les problèmes environnementaux et la préoccupation pour le climat reste encore très largement partagée (72%).

Dans l'ensemble, les **femmes**, les **groupes d'âge plus âgés** et les **personnes plus diplômées** évaluent l'impact des problèmes environnementaux plus fortement que les autres groupes. Ces différences sont les plus marquées pour des thèmes tels que les substances chimiques, la pollution, la perte de biodiversité et les déchets.

Entre 2021 et 2026, on observe plusieurs **évolutions significatives** dans le degré de préoccupation à l'égard des problèmes environnementaux. Dans la catégorie « *pas du tout préoccupé / pas préoccupé* », on constate une baisse pour plusieurs thèmes. Ainsi, la faible préoccupation concernant *l'invasion*

d'espèces exotiques passe de 14 % à 8 %, et pour les *produits chimiques et substances dangereuses*, de 11 % à 8 %. Une évolution baissière similaire s'observe pour *la disparition des forêts tropicales humides* (de 10 % à 5 %) et la *pollution de l'eau* (de 8 % à 6 %). On note également une forte baisse pour les *OGM*, où la part des personnes peu préoccupées recule de 29 % à 18 %. Seul le *changement climatique* présente un mouvement inverse, avec une hausse de 8 % à 11 %.

Dans la catégorie « *préoccupé / très préoccupé* », la préoccupation augmente pour plusieurs sujets. Pour *l'invasion d'espèces exotiques*, le score Top-2 passe de 52 % à 75 %, et pour les *produits chimiques et substances dangereuses*, de 64 % à 75 %. Des hausses comparables sont enregistrées pour la *pollution des sols* (69 % à 74 %), *la disparition des forêts tropicales humides* (70 % à 79 %) et la *pollution de l'eau* (73 % à 77 %). Pour les *OGM*, la forte préoccupation augmente également de manière substantielle, de 42 % à 54 %. Seul le *changement climatique* affiche une baisse, de 78 % à 72 %.

Ces évolutions montrent qu'en 2026, les répondants se préoccupent nettement davantage d'une série de problèmes environnementaux, tandis que le groupe qui considère ces thèmes comme peu urgents se réduit. Seul le changement climatique fait exception, avec des mouvements opposés dans les deux sens.

Dans le prolongement de la préoccupation constatée à l'égard de divers problèmes environnementaux, la perception des causes du changement climatique a également été examinée (Figure 10).

Près de trois quarts des répondants estiment que le changement climatique actuel **est la conséquence des activités humaines**. Les résultats indiquent donc non seulement une inquiétude, mais aussi une attribution claire de la responsabilité à des activités humaines telles que, par exemple, le transport ou l'industrie.

Un **groupe nettement plus restreint** considère en revanche le changement climatique comme un **phénomène naturel**, comparable aux fluctuations climatiques du passé. En outre, le groupe qui affirme qu'il n'y a **pas de changement climatique** reste particulièrement limité.

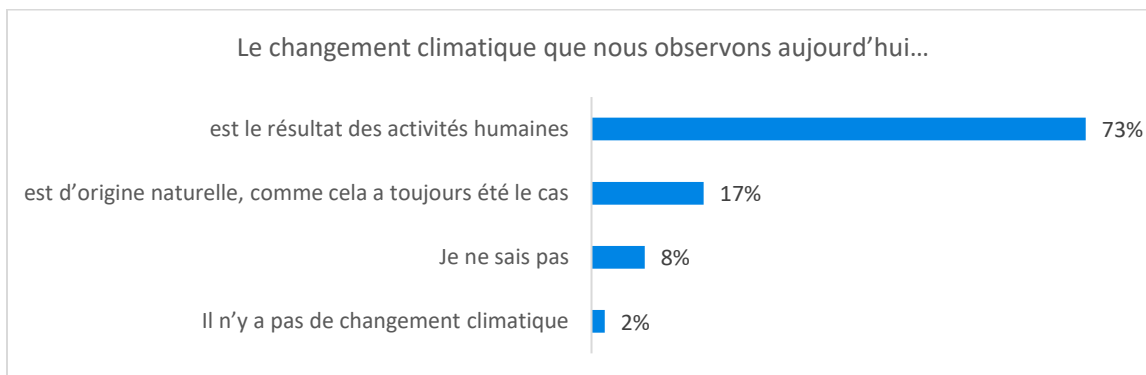
Enfin, une **petite minorité** déclare ne pas savoir quelle est l'origine du changement climatique, ce qui indique que malgré le large consensus, un certain degré d'incertitude ou de doute subsiste encore.

Les **femmes** attribuent plus souvent le changement climatique aux activités humaines que les hommes, tandis que les **hommes** indiquent plus souvent que le changement climatique a une **origine naturelle** par

rapport aux femmes. Il existe également des différences entre les niveaux d'instruction : les **personnes plus diplômées** désignent nettement plus souvent une **cause humaine**, tandis que les **personnes moins diplômées** choisissent plus souvent une **origine naturelle** ou d'autres catégories de réponse alternatives.

En conclusion, les résultats montrent un **consensus sociétal clair sur le caractère humain du changement climatique**.

Figure 10: Origine du changement climatique (n = 1,595)

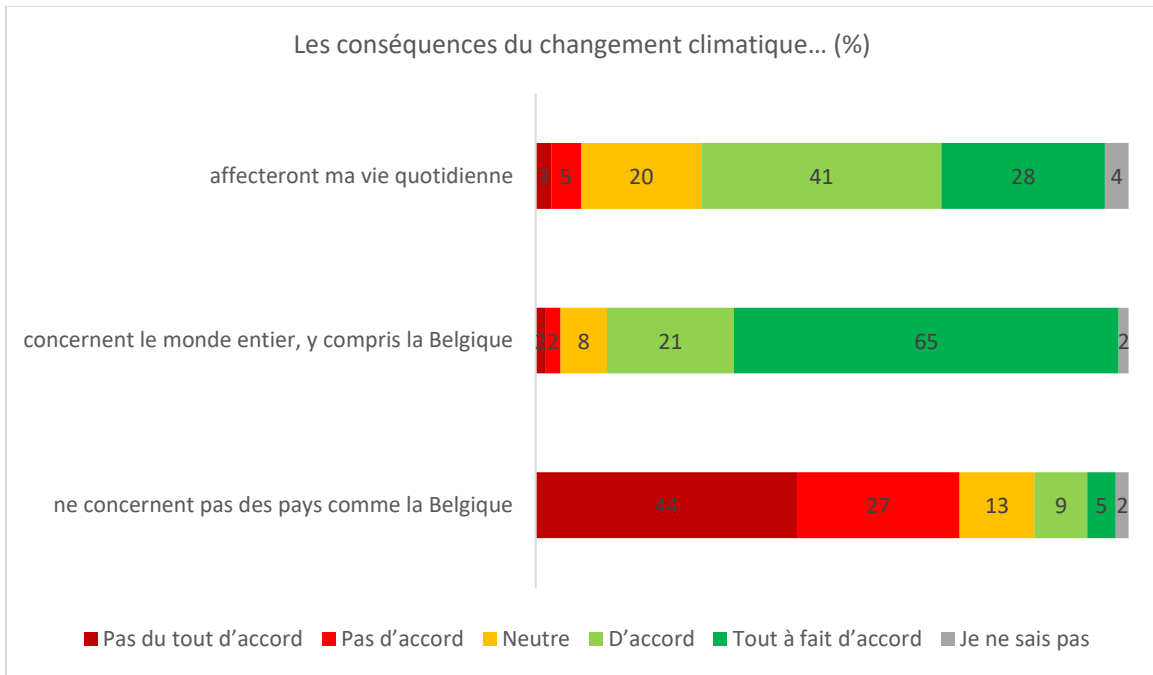


Dans le prolongement de la large reconnaissance du caractère humain du changement climatique, il a également été demandé comment les répondants évaluent les **conséquences** de celui-ci (Figure 11).

Une large majorité n'est pas d'accord avec l'affirmation selon laquelle les conséquences **ne concernent pas des pays comme la Belgique**. Plus de sept répondants sur dix indiquent être (plutôt) en désaccord avec cette idée. Cela montre que le changement climatique n'est pas perçu comme un problème lointain, mais comme une réalité qui touche aussi leur propre pays.

Cette image est encore renforcée dans l'évaluation de la deuxième affirmation. Une très large majorité est (tout à fait) d'accord avec l'énoncé selon lequel les conséquences **concernent le monde entier, y compris la Belgique**. Les répondants soulignent ainsi clairement le caractère à la fois global et local de la problématique.

Figure 11: Conséquences du changement climatique (n = 1,591)



Enfin, une nette majorité s’attend également à ce que le changement climatique **influence sa propre vie quotidienne**. Bien que la part des réponses neutres soit ici légèrement plus élevée que pour l’affirmation précédente, plus de deux tiers indiquent être (plutôt) d’accord. Cela suggère que les répondants reconnaissent non seulement des effets abstraits ou mondiaux, mais anticipent aussi un impact personnel.

Les **femmes** indiquent significativement plus souvent que les conséquences du changement climatique influenceront leur vie quotidienne. Les **personnes ayant un niveau d’études plus élevé** indiquent plus souvent que le changement climatique aura des conséquences sur leur vie quotidienne et concernera le monde entier, y compris la Belgique, par rapport aux personnes ayant un niveau d’études plus faible.

En résumé, les résultats montrent que le changement climatique est considéré par la plupart des répondants comme un **phénomène mondial ayant des conséquences concrètes pour la Belgique et pour leur propre vie**.

Il a également été examiné dans quelle mesure les répondants sont d’accord avec le **fait de lutter contre le changement climatique** (Figure 12).

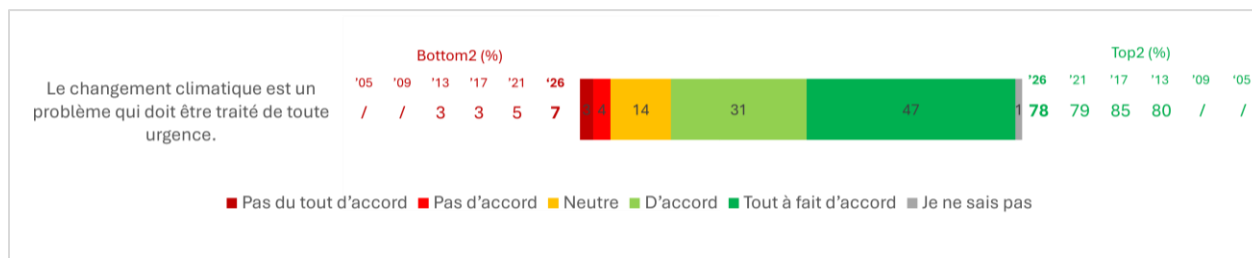
Les résultats montrent une attitude nettement positive à l'égard d'une action active contre le changement climatique. Une large majorité indique être (plutôt) d'accord, la part de « **tout à fait d'accord** » étant particulièrement importante. Le groupe qui est **plutôt d'accord** représente lui aussi une part substantielle des répondants. Ensemble, cela indique un fort soutien aux mesures relatives au changement climatique.

À l'inverse, seule une minorité limitée se déclare (plutôt) en désaccord. La part d'opposants déclarés reste faible, tout comme le groupe qui n'exprime pas d'opinion.

La part des répondants (**tout à fait**) **d'accord** est significativement plus élevée chez les **femmes** que chez les hommes. En outre, les **personnes ayant un niveau d'études plus élevé** indiquent plus fréquemment que le changement climatique doit être traité de toute urgence que les personnes ayant un niveau d'études plus faible.

Dans le prolongement des constats précédents, à savoir la large reconnaissance des causes humaines et de l'impact attendu sur la Belgique et la vie quotidienne, ces résultats confirment qu'il existe **un soutien sociétal clair en faveur d'une action active contre le changement climatique**.

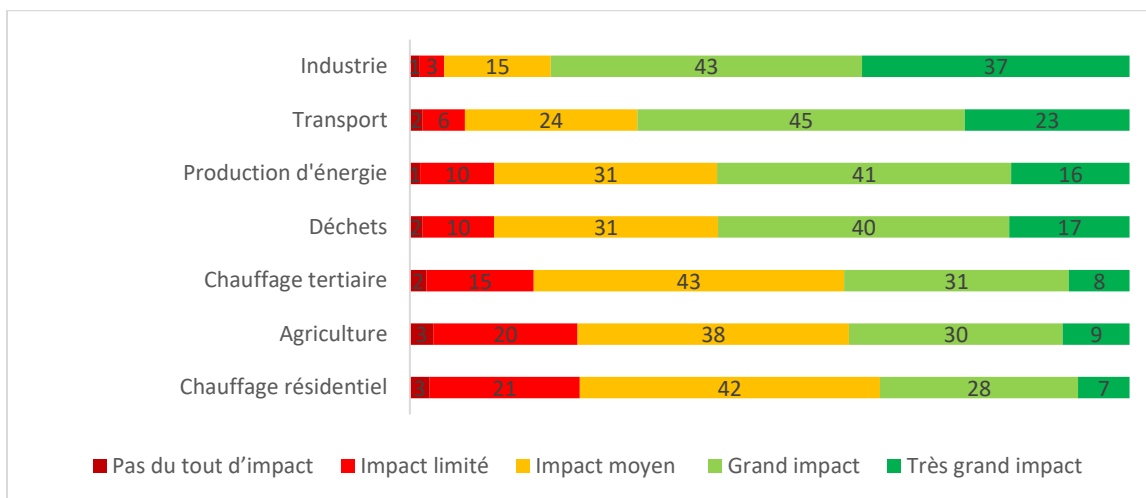
Figure 12: Lutte contre le changement climatique (n = 1,594)



Après l'attitude générale à l'égard de la lutte contre le changement climatique, il a également été examiné dans quelle mesure les répondants considèrent différents secteurs comme responsables des **émissions de gaz à effet de serre** (Figure 13).

Les résultats montrent que ce sont surtout l'**industrie** et le **transport** qui sont perçus comme les plus grands émetteurs. Une très large majorité attribue à ces secteurs un **impact important à très important**, l'industrie étant particulièrement souvent évaluée comme ayant un **impact très important**.

Figure 13: Impact des secteurs sur les gaz à effet de serre - Dans quelle mesure les secteurs suivants ont-ils, selon les répondants, un impact sur les émissions de gaz à effet de serre ? (n = 1,599)



La **production d'énergie** et le **traitement des déchets** sont également considérés par une part importante des répondants comme des secteurs ayant un **impact important**. Bien que la part de « impact très important » y soit légèrement plus faible que pour l'industrie, l'évaluation globale reste clairement élevée.

Pour le **chauffage dans le secteur tertiaire** (bureaux et bâtiments publics/privés) et le **chauffage résidentiel**, la perception est plus modérée. Ces secteurs sont plus souvent associés à un **impact moyen à important**, et moins nettement à un impact très important. Cela suggère que les répondants en reconnaissent l'importance, mais les placent moins au centre que l'industrie ou le transport.

L'**agriculture** est relativement le secteur le moins souvent désigné comme grand émetteur. Ici, le centre de gravité se situe au niveau d'un **impact moyen**, tandis que la part des répondants parlant d'un impact très important est nettement plus limitée que pour les autres secteurs. En outre, ce secteur présente la plus forte proportion de répondants qui ne lui attribuent qu'un faible impact.

Pour le secteur du **transport, du chauffage (tertiaire et résidentiel), des déchets et de la production d'énergie**, les **femmes** indiquent significativement plus souvent que les hommes que ce secteur **contribue fortement aux émissions de gaz à effet de serre**. Les **jeunes de 18 à 24 ans** désignent plus souvent le chauffage résidentiel et les déchets comme des secteurs ayant une **forte contribution aux émissions** que les groupes d'âge plus avancé. En outre, les **personnes ayant un niveau d'études plus élevé** évaluent significativement plus souvent la contribution aux émissions du transport, de l'industrie, de l'agriculture

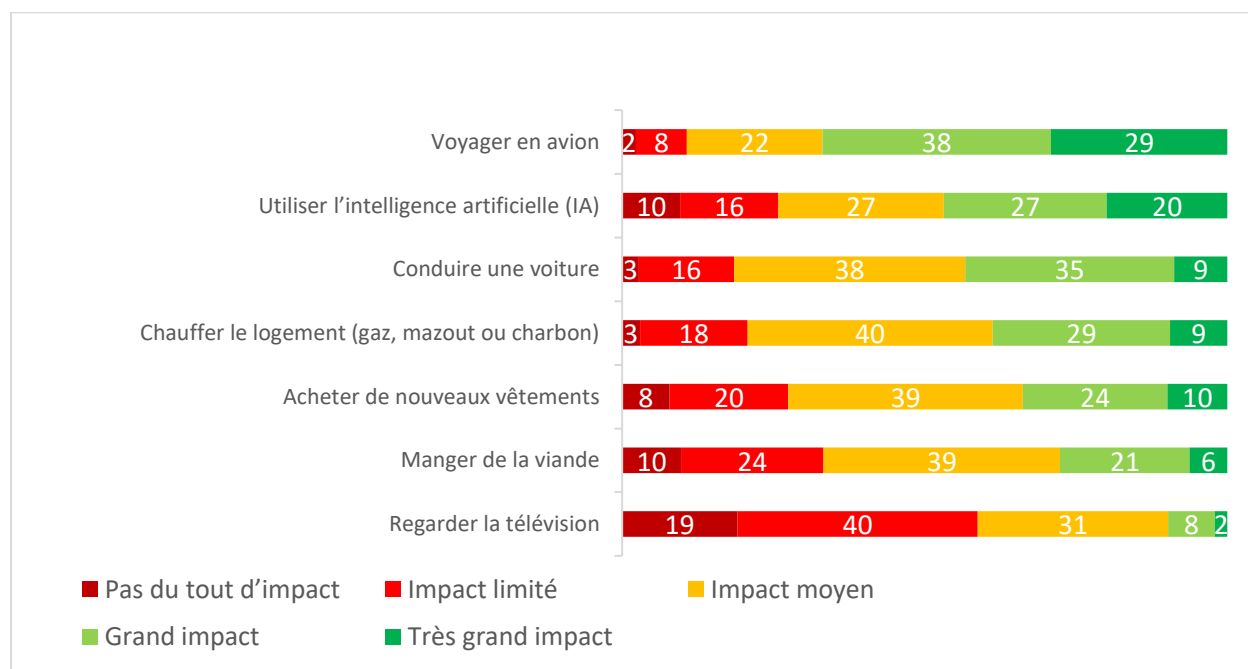
et de la production d'énergie comme étant **élevée** par rapport aux personnes ayant un niveau d'études plus faible.

En résumé, la perception des répondants montre une hiérarchie claire : **l'industrie et le transport** sont considérés comme les principales sources d'émissions, suivis de la **production d'énergie et des déchets**, tandis que le **chauffage et l'agriculture** sont plutôt considérés comme des contributeurs moyens. Cette image correspond partiellement aux émissions réelles en Belgique, où l'industrie, les transports et les bâtiments constituent les principales sources. En même temps, cela indique que les répondants évaluent relativement bien l'impact du transport et de la production d'énergie, mais sous-estiment plutôt le rôle des bâtiments (chauffage) et, plus largement, de certains processus industriels.

Après l'estimation des émissions sectorielles, la perception de **l'impact d'actions concrètes sur le climat** (Figure 14) a également été examinée. Les répondants font donc des différences claires entre les comportements.

Le **voyage en avion** est de loin considéré comme le plus polluant. Une large majorité attribue à cette activité un **impact important à très important**. Cela confirme que l'aviation est fortement associée au changement climatique.

Figure 14: Impact des actions sur le climat - Quel impact les actions suivantes ont-elles, selon les répondants, sur le climat ? (n = 1,597)



Le fait de **rouler en voiture** et le **chauffage du logement aux combustibles fossiles** sont également considérés par une part importante des répondants comme des actions ayant un **impact important**. Bien que la part de « impact très important » soit plus limitée que pour les voyages en avion, la perception se situe clairement dans la partie supérieure de l'échelle.

Pour le **fait de manger de la viande** et l'**achat de nouveaux vêtements**, le centre de gravité se déplace vers un **impact moyen**. Ces comportements sont donc considérés comme pertinents, mais moins nettement que les autres actions.

L'**utilisation de l'intelligence artificielle** donne lieu à une image plus partagée. Les réponses sont davantage réparties entre les catégories, avec une part relativement importante qui y voit un **impact important ou très important**, mais aussi un groupe significatif qui suppose un impact limité. Cela indique peut-être une incertitude ou des estimations divergentes quant à l'impact climatique de la technologie numérique.

Enfin, le fait de **regarder la télévision** est clairement considéré comme ayant le moins d'impact. La majorité se situe dans la catégorie **aucun ou faible impact**, tandis qu'un groupe très limité seulement considère cette activité comme fortement polluante.

Au sein de la catégorie TOP2, les **femmes** rapportent des estimations d'impact plus élevées que les hommes pour des actions telles que manger de la viande, conduire une voiture et prendre l'avion. Les **jeunes** (18-34 ans) obtiennent des scores TOP2 plus élevés que les groupes d'âge plus avancé pour la conduite automobile et l'achat de nouveaux vêtements. Les **personnes ayant un niveau d'études plus élevé** attribuent également plus souvent un score TOP2 à la consommation de viande, à la conduite automobile, à l'achat de nouveaux vêtements et à l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA) que les personnes ayant un niveau d'études plus faible.

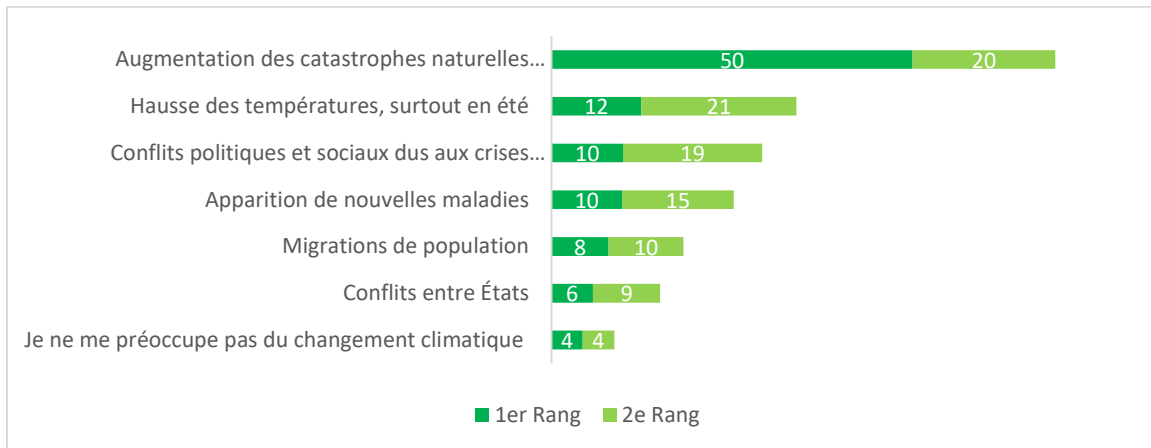
Ce sont surtout le **fait de prendre l'avion, de rouler en voiture et le chauffage aux combustibles fossiles** qui sont perçus comme des actions à forte intensité climatique, tandis que les activités quotidiennes de consommation et de loisirs sont plutôt estimées comme ayant un impact modéré à limité. Cette image correspond en grande partie à l'impact climatique réel, où le transport (surtout l'avion et la voiture) et la consommation d'énergie dans les bâtiments sont d'importantes sources d'émissions. En même temps, l'impact de l'alimentation (comme la consommation de viande) et des biens de consommation est plutôt



sous-estimé dans la perception, tandis que les applications numériques comme l'IA sont évaluées comme relativement plus lourdes que leur part actuelle dans les émissions totales.

Afin de mieux comprendre **quelles conséquences du changement climatique suscitent le plus d'inquiétude**, il a été demandé aux répondants de classer leurs principales préoccupations (Figure 15).

Figure 15: Classement des préoccupations - Quels aspects du changement climatique préoccupent le plus les répondants ? Indiquez leur premier et leur deuxième choix. (n = 1,595)



Les chiffres montrent très clairement que **l'augmentation des catastrophes naturelles** (telles que les tempêtes, les inondations et l'érosion côtière) constitue de loin la **préoccupation principale**. La moitié des répondants place cet aspect en **première position**, ce qui indique que les conséquences physiques et visibles du changement climatique préoccupent fortement les répondants.

Vient ensuite, à une certaine distance, **la hausse des températures, surtout en été**. Cet aspect est moins souvent cité comme préoccupation absolue numéro un, mais apparaît régulièrement au **deuxième rang**, ce qui indique que la chaleur et les températures extrêmes sont largement perçues comme problématiques.

En outre, les répondants s'inquiètent également des **conséquences sociétales** du changement climatique. Tant les **conflits politiques et sociaux résultant de crises alimentaires et économiques**, le **développement de nouvelles maladies** que les **migrations de population** sont mentionnés par une part significative, surtout comme deuxième préoccupation principale. Ces résultats montrent que le changement climatique n'est pas seulement perçu comme un problème écologique, mais aussi comme un facteur susceptible de mettre sous pression la stabilité sociétale.

Les **conflits entre États** sont mentionnés de manière un peu moins marquée, mais restent néanmoins un point d'attention pour une partie des répondants.

Enfin, seule une **très faible minorité** indique **ne pas s'inquiéter du changement climatique**, ce qui confirme que l'inquiétude à l'égard de ce thème est largement partagée.

Les hommes se préoccupent plus souvent des **migrations de population** que les femmes. Les inquiétudes concernant le **développement de nouvelles maladies** sont plus élevées chez les **18-34 ans** par rapport à certains groupes plus âgés. Pour les **conflits politiques et sociaux dus à la crise alimentaire et économique**, les **personnes ayant un niveau d'études plus élevé** obtiennent des scores plus élevés que les personnes ayant des diplômes moins élevés.

En résumé, la plus grande préoccupation porte clairement sur les **conséquences concrètes et tangibles telles que les catastrophes naturelles et les températures extrêmes**, tandis que les **effets sociaux et géopolitiques indirects** du changement climatique sont également très présents dans le profil de préoccupations des répondants. Ces dernières années, la Belgique a été confrontée à une nette augmentation des phénomènes météorologiques extrêmes. Des pluies plus intenses et des périodes plus humides ont localement entraîné des inondations et la saturation des systèmes fluviaux, tandis que des périodes plus longues de chaleur et des journées tropicales ont provoqué des hausses sensibles des températures en été. Ces changements observés dans les régimes météorologiques (comme davantage de vagues de chaleur et de fortes précipitations) ont pu contribuer à la forte inquiétude des répondants face à l'impact visible et tangible du changement climatique.

3. Solutions et politiques en matière de climat aux niveaux international, européen et belge

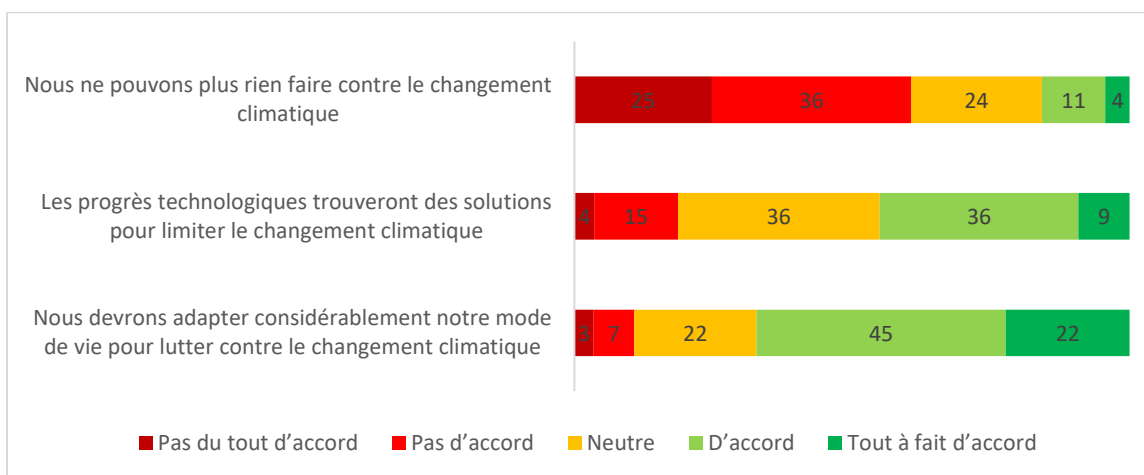
Dans la partie suivante de l'enquête, nous avons interrogé les répondants sur leur opinion concernant les **mesures et les politiques**. Nous avons examiné ce qu'ils attendent de l'Europe, des autres pays hors UE et des autorités belges.

Les résultats montrent que **près de 67 %** des répondants sont **d'accord ou tout à fait d'accord** avec l'affirmation selon laquelle nous devons adapter considérablement notre mode de vie pour lutter contre le changement climatique (Figure 16). Concernant l'affirmation selon laquelle le progrès technologique trouvera des solutions, la majorité des répondants est **neutre (36 %)** ou **d'accord (36 %)**. Il est frappant de constater que, pour l'affirmation selon laquelle nous ne pouvons plus rien faire contre le changement climatique, **près de 61 %** des répondants sont **pas du tout d'accord ou pas d'accord**, tandis qu'une faible part seulement est **tout à fait d'accord (4 %)**.

Pour l'affirmation selon laquelle **nous devons adapter considérablement notre mode de vie**, les **femmes** obtiennent clairement des scores d'accord plus élevés que les hommes. Les personnes ayant un **niveau d'enseignement supérieur** adhèrent également plus souvent à cette affirmation que les personnes ayant un niveau de formation plus faible. Pour l'affirmation selon laquelle **le progrès technologique trouvera des solutions**, les **hommes** obtiennent des scores d'accord plus élevés que les femmes. Pour l'affirmation « **nous ne pouvons plus rien faire contre le changement climatique** », les **personnes ayant un niveau d'enseignement secondaire** obtiennent des scores d'accord significativement plus élevés que les diplômés de l'enseignement supérieur.

Les personnes indiquent que des adaptations du mode de vie sont nécessaires, tandis que la confiance dans la technologie est mitigée.

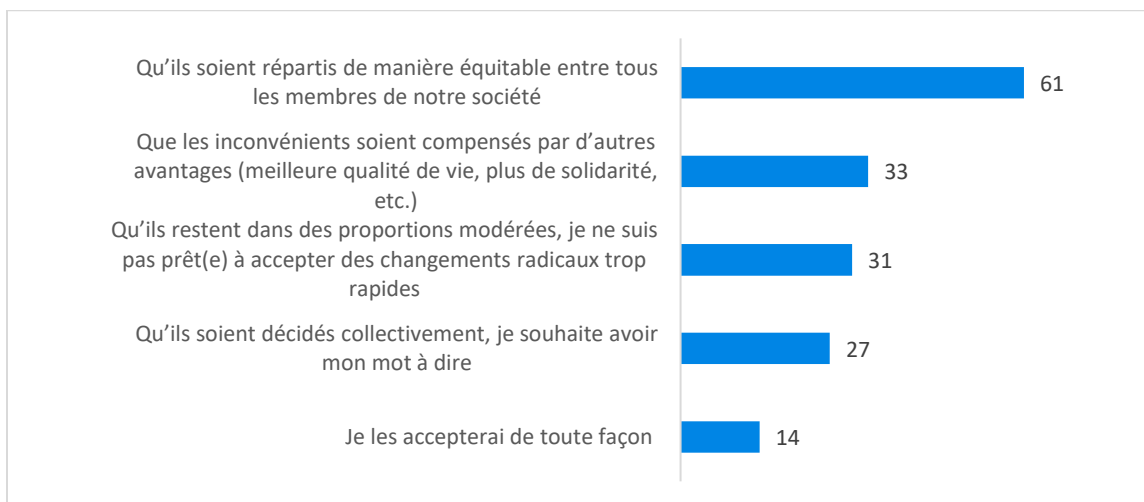
Figure 16: Affirmations sur le changement climatique – Dans quelle mesure les répondants sont-ils d'accord avec les affirmations suivantes ? (n = 1,599)



Lorsque des changements importants de notre mode de vie seraient nécessaires pour lutter contre le changement climatique, la majorité des répondants indique qu'ils ne les **accepteraient que s'ils sont répartis de manière juste (61 %)** (Figure 17). En outre, une partie estime important que les changements soient **décidés collectivement, afin que chacun ait voix au chapitre (27 %)**, ou que les **inconconvénients soient compensés par d'autres avantages tels qu'une meilleure qualité de vie ou la solidarité (33 %)**. Par ailleurs, **30 %** souhaitent que les changements restent limités à des proportions modérées et ne sont pas prêts à des changements radicaux rapides. Seule une faible part des répondants (**14 %**) indique qu'elle acceptera les changements dans tous les cas.

Les répondants ayant un **niveau d'enseignement supérieur** indiquent nettement plus souvent qu'ils souhaitent accepter les changements lorsque ceux-ci sont **répartis de manière juste** que les personnes moins diplômées. Les **jeunes de 16 à 17 ans** indiquent nettement plus souvent que les groupes d'âge plus élevés qu'ils souhaitent accepter les changements **s'ils peuvent participer à la décision** et faire entendre leur voix. Les **femmes** mentionnent plus souvent que les hommes qu'elles souhaitent accepter les changements **lorsque les inconconvénients sont compensés par des avantages tels qu'une meilleure qualité de vie ou la solidarité**. Les **jeunes (16–24 ans et 35–54 ans)** sélectionnent également cette condition plus souvent que le groupe d'âge le plus âgé.

Figure 17: Conditions du changement - Si des changements importants dans le mode de vie s'avèrent nécessaires pour lutter contre le changement climatique, à quelles conditions les répondants les accepteraient-ils ? (n = 1,609)



Les répondants voient surtout la transition climatique comme une opportunité pour **la santé (55 % d'accord ou tout à fait d'accord)** et **l'environnement (72 %)** (Figure 18). Moins de répondants associent la transition à des avantages économiques : **l'emploi en Belgique (34 %)**, **l'économie belge (41 %)** et **le renforcement de la compétitivité des entreprises européennes (34 %)**.

Les femmes indiquent nettement plus souvent que les hommes que la transition climatique offre une opportunité pour **la santé**. Pour **l'environnement**, les femmes voient également plus souvent des opportunités que les hommes, et les personnes plus diplômées le font plus souvent que les personnes ayant un niveau d'enseignement faible ou secondaire. Pour **l'économie belge**, la transition climatique est plus souvent perçue comme une opportunité par les femmes que par les hommes.

Cela suggère que la perception qu'ont les répondants de la transition climatique est surtout motivée par les objectifs environnementaux et la santé personnelle, tandis que les avantages économiques semblent moins convaincants.

Figure 18: Transition climatique - La transition climatique est une opportunité pour... (n = 1,588)

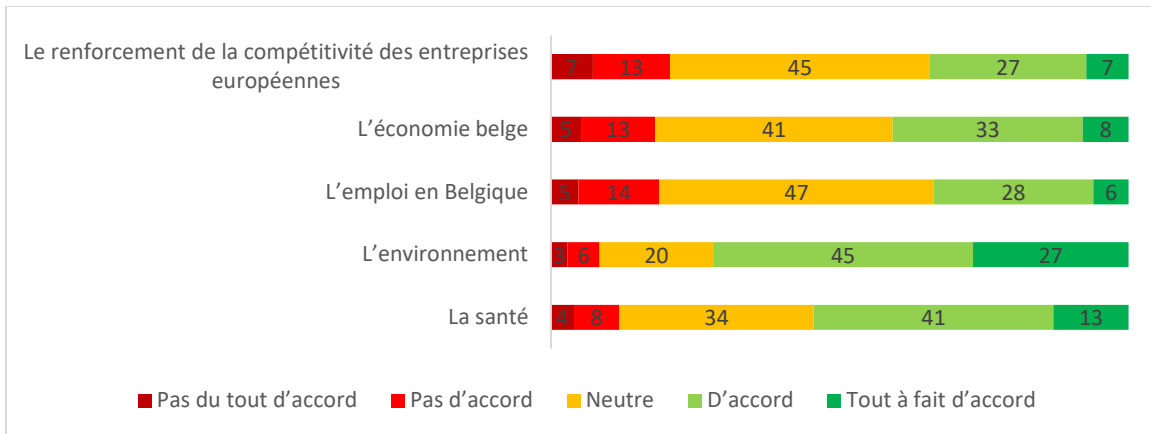
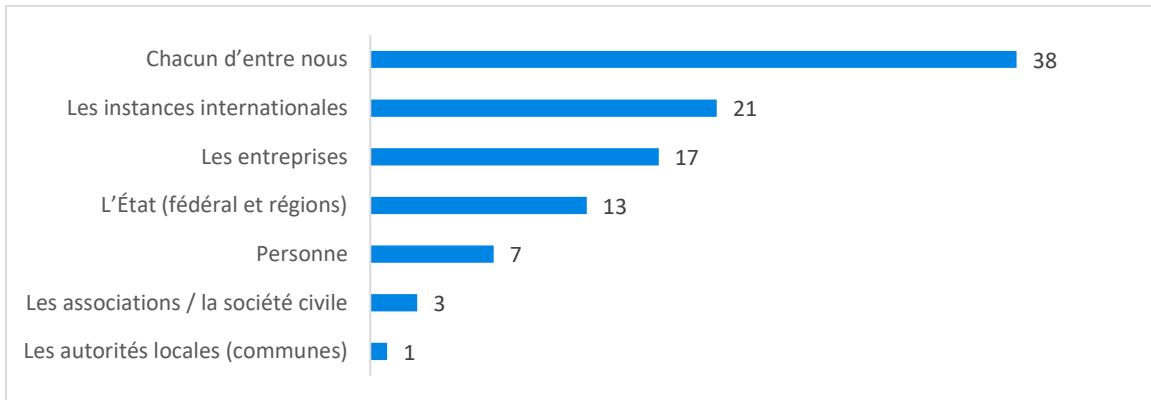


Figure 19: Contribution à la solution du changement climatique - Qui, selon les répondants, peut contribuer le plus efficacement à résoudre le problème du changement climatique ? (n = 1,594)



De nombreux répondants estiment que « **tout le monde** » est nécessaire pour **résoudre le changement climatique** (38 %), suivi par les **instances internationales** (21 %) et les **entreprises** (17 %) (Figure 19). Peu pensent que ce sont les autorités belges (État/régions) (13 %) ou les associations et autorités locales qui sont les plus efficaces pour lutter contre le changement climatique. Seuls 7 % pensent que personne ne peut contribuer efficacement.

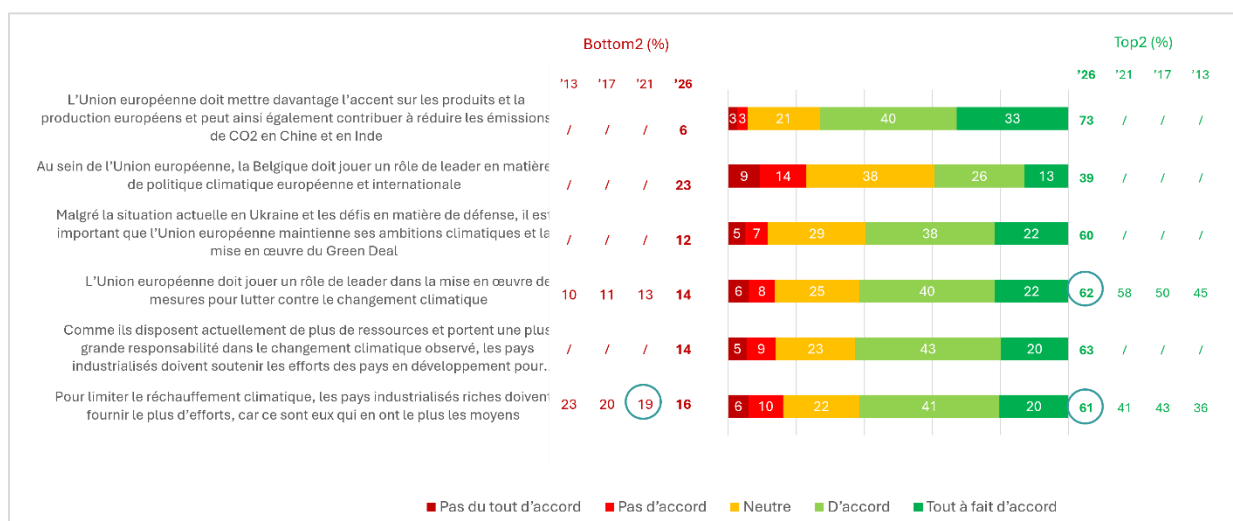
Les hommes indiquent **plus souvent que les femmes** que les **instances internationales** jouent un rôle important dans la résolution du changement climatique. Pour les **autorités locales**, cette indication est plus élevée chez les **18–34 ans** que dans plusieurs groupes plus âgés. Enfin, les **hommes** indiquent plus souvent que les femmes que **personne** ne peut réellement apporter une contribution efficace.

En ce qui concerne l'attitude à l'égard des négociations climatiques européennes et internationales, les répondants indiquent qu'il existe un large soutien en faveur d'un rôle fort des pays riches et de l'Union

européenne (UE) (Figure 20), ce qui est conforme à l'importance précédemment constatée des acteurs internationaux. Ainsi, **61 %** estiment que les pays industrialisés riches doivent fournir l'effort le plus important pour limiter le réchauffement (forte hausse par rapport à 2021), et **63 %** que les pays industrialisés riches doivent soutenir activement les pays en développement.

En outre, **62 %** soutiennent un rôle de chef de file pour l'Union européenne (et ce soutien a encore augmenté ces dernières années), et **60 %** estiment que l'UE doit maintenir ses ambitions climatiques malgré les tensions géopolitiques actuelles. Le soutien est plus faible lorsqu'il s'agit d'un rôle de chef de file pour la Belgique au sein de l'UE (**39 % d'accord ou tout à fait d'accord**, contre **38 % neutres**). Il est toutefois frappant de constater que **73 %** sont d'accord avec l'idée que l'UE doit davantage miser sur la production européenne afin d'influencer également les émissions mondiales.

Figure 20: Négociations climatiques européennes et internationales - Dans quelle mesure les répondants sont-ils d'accord avec les affirmations suivantes concernant les négociations climatiques européennes et internationales ? (n = 1,594)



Cela confirme que les répondants souhaitent surtout une action au niveau européen et international.

Pour l'affirmation selon laquelle les **pays industrialisés riches doivent fournir l'effort le plus important**, les **personnes ayant un faible niveau d'enseignement** sont significativement plus souvent d'accord que les diplômés de l'enseignement supérieur. Pour l'affirmation selon laquelle les **pays industrialisés doivent soutenir les pays en développement** dans leur politique climatique, les **personnes plus diplômées** sont nettement plus souvent d'accord que les personnes ayant un enseignement secondaire. De même, pour l'affirmation selon laquelle **l'Union européenne doit jouer un rôle de chef de file**, le niveau d'accord est

plus élevé chez les **personnes plus diplômées** que chez celles ayant un niveau d'enseignement faible ou secondaire. Lorsqu'il est affirmé que l'UE doit, malgré la situation en Ukraine, **maintenir ses ambitions climatiques**, les **personnes plus diplômées** sont également plus souvent d'accord que les personnes moins diplômées. Enfin, tant les **groupes d'âge plus élevés** que les **personnes plus diplômées** obtiennent des scores d'accord nettement plus élevés avec l'affirmation selon laquelle l'UE **doit davantage miser sur la production européenne afin d'aider à réduire les émissions en Chine et en Inde**.

Les résultats montrent en outre qu'une majorité des répondants soutient les ambitions à long terme (Figure 21). Ainsi, **55 %** soutiennent l'objectif selon lequel l'UE doit être climatiquement neutre d'ici 2050, et **52 %** estiment que la Belgique doit elle aussi devenir climatiquement neutre d'ici 2050. Le soutien à ces deux ambitions à long terme a toutefois légèrement diminué par rapport à 2021.

Les objectifs intermédiaires bénéficient également d'un soutien : **55 %** soutiennent le maintien de l'objectif européen pour 2030 et la fixation d'un nouvel objectif pour 2040. Pour la Belgique en particulier, le soutien s'élève à **56 %**. Le plus grand consensus porte sur la résilience climatique : **64 %** estiment que notre société et notre économie doivent être entièrement adaptées aux conséquences du changement climatique d'ici 2050.

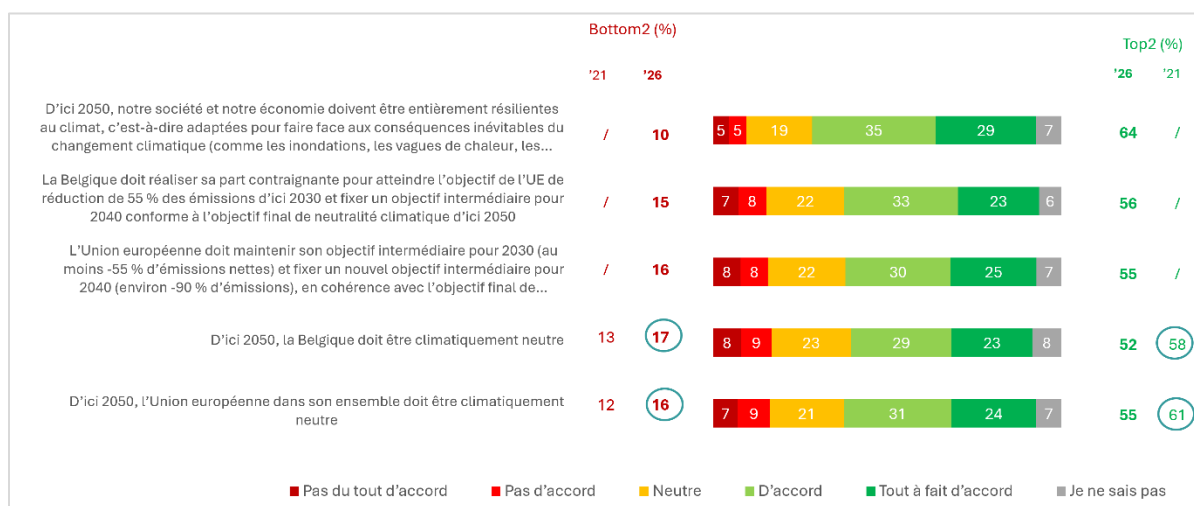
Pour l'affirmation selon laquelle **l'Union européenne doit être totalement climatiquement neutre d'ici 2050**, les **hommes sont nettement plus souvent en désaccord** que les femmes, tandis que **les jeunes et les personnes plus diplômées sont plus souvent d'accord que les groupes d'âge plus élevés et les personnes moins diplômées**. Pour l'affirmation selon laquelle la **Belgique doit être climatiquement neutre d'ici 2050**, nous observons le schéma suivant : les **femmes sont plus souvent d'accord**, et les **personnes plus diplômées** soutiennent plus souvent cette idée que les personnes moins diplômées. Lorsqu'il s'agit du **maintien de l'objectif de l'UE pour 2030 (-55 %) et de la fixation d'un nouvel objectif pour 2040**, les **femmes** montrent à nouveau davantage d'accord que les hommes, et les **personnes plus diplômées** sont plus souvent d'accord que les personnes ayant un niveau d'enseignement faible ou secondaire. Nous observons ce même écart lié au niveau d'enseignement pour l'affirmation selon laquelle la **Belgique doit apporter sa contribution aux objectifs de l'UE pour 2030 et 2040** : ici aussi, les **personnes plus diplômées** sont significativement plus souvent d'accord que les personnes moins diplômées. Enfin, nous constatons que les **jeunes** et les **personnes plus diplômées** sont plus souvent d'accord avec l'affirmation selon laquelle notre **société et notre économie doivent être totalement résilientes au**



changement climatique d'ici 2050, tandis que, pour cette affirmation, les hommes sont au contraire **plus souvent en désaccord** que les femmes.

Cela confirme qu'il existe non seulement, parmi les répondants, un soutien de principe au leadership européen, mais aussi une volonté claire de soutenir des objectifs concrets et contraignants tant au niveau de l'UE qu'au niveau belge.

Figure 21: Déclarations concernant les objectifs (intermédiaires) en matière de neutralité climatique – Dans quelle mesure les répondants soutiennent-ils les affirmations suivantes ? (n = 1,594)

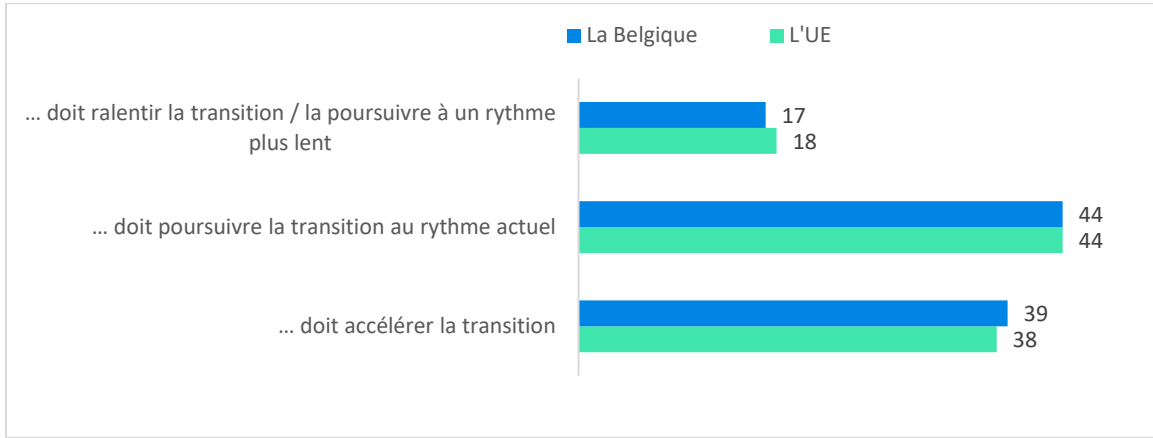


Dans le prolongement du large soutien aux objectifs climatiques, la majorité des répondants indique que le rythme actuel de la transition doit au moins être maintenu (Figure 22). Tant pour l'UE que pour la Belgique, **44 %** estiment que la transition doit se poursuivre au rythme actuel.

Pour la Belgique, un groupe important plaide pour une accélération de la transition (39 %), un pourcentage comparable à la moyenne de l'UE (38 %). Seule une minorité des répondants belges souhaite ralentir la transition (17 %), ce qui est également conforme aux chiffres de l'UE (18 %).

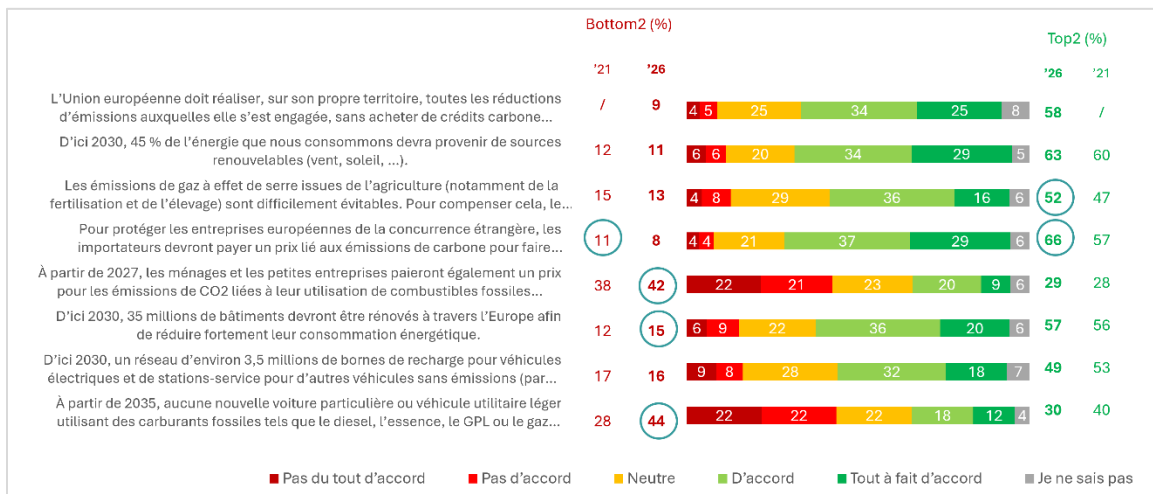
Cela indique qu'il existe peu de soutien pour une pause dans la politique climatique et que l'opinion des répondants est plutôt favorable à la stabilité, voire à l'accélération.

Figure 22: Rôle de la Belgique et de l'Europe dans la neutralité climatique - Quelle est l'opinion des répondants sur le rôle de la Belgique / de l'UE dans la transition vers la neutralité climatique ? (n = 1,580)



Alors qu'il est apparu précédemment qu'il existe un soutien au maintien ou à l'accélération de la transition climatique, l'attitude à l'égard des mesures européennes concrètes présente une image plus nuancée (Figure 23).

Figure 23: Intentions de l'UE - Dans quelle mesure les répondants sont-ils d'accord avec les objectifs et intentions de l'Union européenne ? (n = 1,583)



Il existe un large soutien aux mesures structurelles et industrielles. Ainsi, **66 %** soutiennent une taxe carbone sur les importations afin de protéger les entreprises européennes. De même, l'objectif selon lequel **45 % de l'énergie doit être renouvelable d'ici 2030** recueille **63 % de soutien**, et **58 %** estiment que

l'UE doit réaliser l'intégralité de ses réductions d'émissions sur son propre territoire. En outre, la rénovation de **35 millions de bâtiments d'ici 2030 bénéficie elle aussi de 57 % de soutien**.

Les mesures plus directement perceptibles suscitent davantage de divisions. L'interdiction de la vente de nouvelles voitures à combustibles fossiles à partir de 2035 n'est soutenue que par **30 %**, tandis que **44 %** y sont opposés (ce chiffre a lui aussi fortement augmenté par rapport à 2021). Le soutien à la décarbonation des véhicules diminue également fortement par rapport aux années précédentes. Une tarification du CO₂ pour les ménages et les petites entreprises à partir de 2027 bénéficie elle aussi d'un soutien limité (**29 % d'accord contre 42 % pas d'accord**).

Pour l'interdiction de la vente de **nouvelles voitures à motorisation fossile à partir de 2035**, les **groupes d'âge plus jeunes** et les **personnes plus diplômées** sont nettement plus souvent d'accord que les répondants plus âgés et les personnes moins diplômées. De même, pour le développement d'un **réseau européen de 3,5 millions de bornes de recharge d'ici 2030**, les **personnes plus diplômées** sont significativement plus souvent d'accord que les personnes moins diplômées. La mesure selon laquelle les **ménages et les petites entreprises paieraient un prix du CO₂ à partir de 2027** reçoit également **davantage de soutien de la part des personnes plus diplômées**. Il en va de même pour la proposition consistant à **faire payer un prix du carbone aux importateurs** afin de protéger les entreprises européennes : ici aussi, les **personnes plus diplômées sont plus souvent d'accord**. En outre, l'objectif visant à ce que le **secteur agricole fournisse des efforts supplémentaires en matière de stockage du carbone** est plus souvent soutenu par les personnes plus diplômées que par les personnes ayant un niveau d'enseignement faible ou secondaire. Enfin, les **personnes plus diplômées** sont également plus souvent d'accord avec l'objectif selon lequel **d'ici 2030, au moins 45 % de l'énergie doit provenir de sources renouvelables**, ainsi qu'avec le principe selon lequel **l'UE doit réaliser toutes les réductions d'émissions sur son propre territoire** au lieu d'acheter des crédits carbone à l'étranger.

Cela montre qu'il existe surtout un soutien pour les mesures systémiques et industrielles, tandis que les mesures qui affectent directement la vie quotidienne ou entraînent des coûts supplémentaires pour les répondants suscitent davantage de résistance. Si de telles mesures sont mises en œuvre, des efforts



importants de communication et d'accompagnement seront nécessaires pour soutenir les ménages et les entreprises, les informer des alternatives disponibles et préserver le soutien.

Conformément au constat précédent selon lequel les charges directes pour les répondants sont sensibles, les résultats montrent également que les répondants soutiennent surtout les investissements sociaux et tournés vers l'avenir (Figure 24).

Le soutien le plus important va aux **mesures visant à rendre la Belgique plus résiliente face aux risques climatiques (70 % d'accord)**, suivi du **soutien aux ménages qui investissent dans la réduction des émissions (71 %)** et du **financement des transports publics (65 %)**. Le **soutien ciblé aux ménages et entreprises vulnérables recueille également 61 % de soutien**.

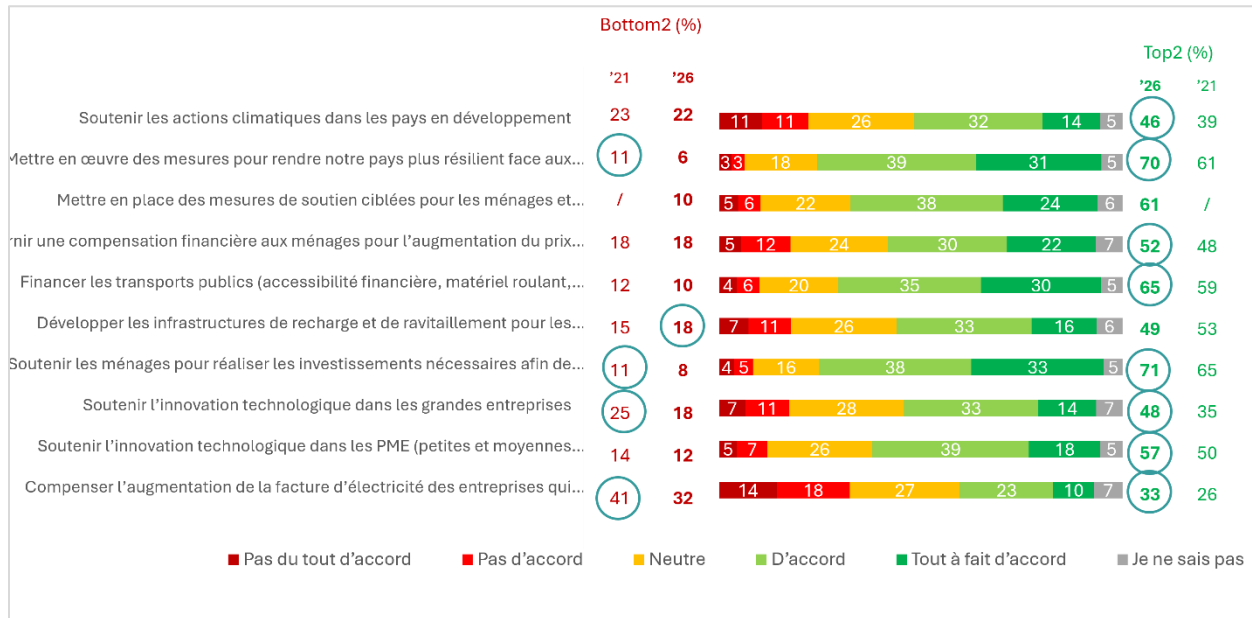
Les répondants accordent un soutien plus modéré au soutien économique des entreprises. L'innovation par les PME est encore soutenue par **57 %**, tandis que le soutien aux grandes entreprises atteint **48 %**. La compensation de l'augmentation des factures d'électricité pour les entreprises grandes consommatrices reçoit nettement moins de soutien (**33 % d'accord contre 32 % pas d'accord**).

Pour la compensation de la facture d'électricité des entreprises à forte intensité énergétique, les **femmes sont significativement plus souvent d'accord que les hommes** (Top2 plus élevé). En outre, les **groupes d'âge plus jeunes (jusqu'à 34 ans) sont plus souvent d'accord que les groupes plus âgés**, tandis qu'il n'existe pas de différences marquées selon le niveau d'enseignement. Pour le soutien à l'innovation technologique par les PME, les **hommes sont plus souvent d'accord que les femmes**. Les différences d'âge sont limitées, mais les **65 ans et plus sont plus fortement d'accord** que les groupes plus jeunes. Les **personnes plus diplômées sont également plus d'accord que les personnes moins diplômées**. En ce qui concerne le soutien aux grandes entreprises, on observe surtout un effet d'âge : les **65 ans et plus sont significativement plus d'accord que les groupes plus jeunes**. Pour le soutien aux ménages qui investissent dans la durabilité, les différences sont limitées, mais les **personnes plus diplômées sont nettement plus d'accord que les personnes ayant un niveau d'enseignement secondaire**. Pour le financement des transports publics, nous constatons que les **personnes plus diplômées sont significativement plus d'accord que les personnes ayant un niveau d'enseignement faible ou secondaire**.

Cela confirme que le soutien sociétal est le plus fort lorsque les moyens consacrés au climat contribuent directement à la protection sociale, à la résilience et aux investissements des ménages, et moins lorsqu'ils sont utilisés pour soutenir les grandes entreprises.

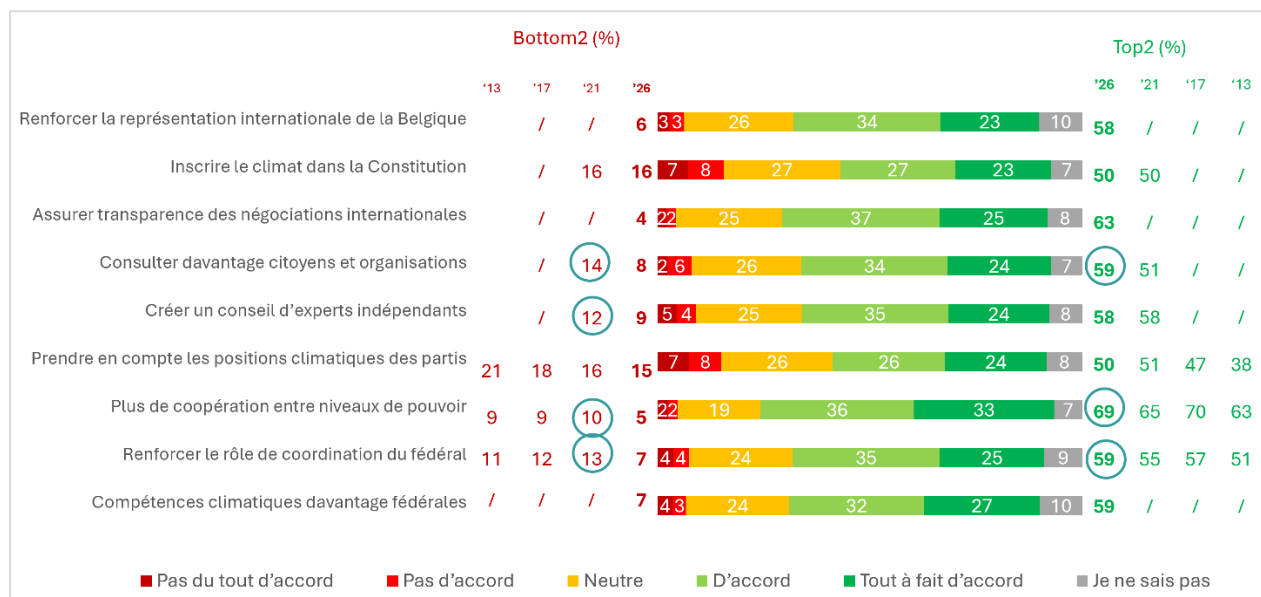


Figure 24: Utilisation des recettes par les autorités belges - Dans quelle mesure les répondants sont-ils d'accord avec le fait que les autorités belges utilisent ces recettes pour... ? (n = 1,587)



Outre le soutien aux mesures concrètes et aux investissements, il existe également un large soutien en faveur d'une approche plus forte et mieux coordonnée de la politique climatique en Belgique (Figure 25).

Figure 25: Politique climatique en Belgique - Dans quelle mesure les répondants sont-ils d'accord avec les affirmations suivantes concernant la politique climatique en Belgique ? (n = 1,591)



Ainsi, **69 %** estiment que les différents niveaux de pouvoir (local, régional et fédéral) doivent davantage collaborer. Le renforcement du rôle de coordination fédéral bénéficie également de **59 % de soutien**, et **59 %** estiment que certaines compétences devraient redevenir fédérales afin de mener une politique plus cohérente.

En outre, on observe un soutien clair en faveur de la participation et de l'expertise : **59 %** souhaitent davantage de consultation citoyenne, et **58 %** soutiennent un « Conseil des sages » composé d'experts indépendants. La transparence dans les négociations internationales recueille même **63 % de soutien**. L'idée d'inscrire la protection du climat dans la Constitution est également soutenue par **50 %**.

Enfin, **50 %** indiquent qu'ils tiendront compte de la position des partis sur le climat lors des prochaines élections.

Cela indique qu'il existe non seulement un soutien de fond aux mesures climatiques, mais aussi une attente claire des répondants selon laquelle la politique doit être mieux coordonnée, plus transparente et davantage ancrée démocratiquement.

Bien qu'il existe un large soutien en faveur d'une politique climatique structurelle, la volonté de contribuer financièrement soi-même est plus nuancée, même si une hausse de cette disposition est perceptible par rapport aux années précédentes (Figure 26).

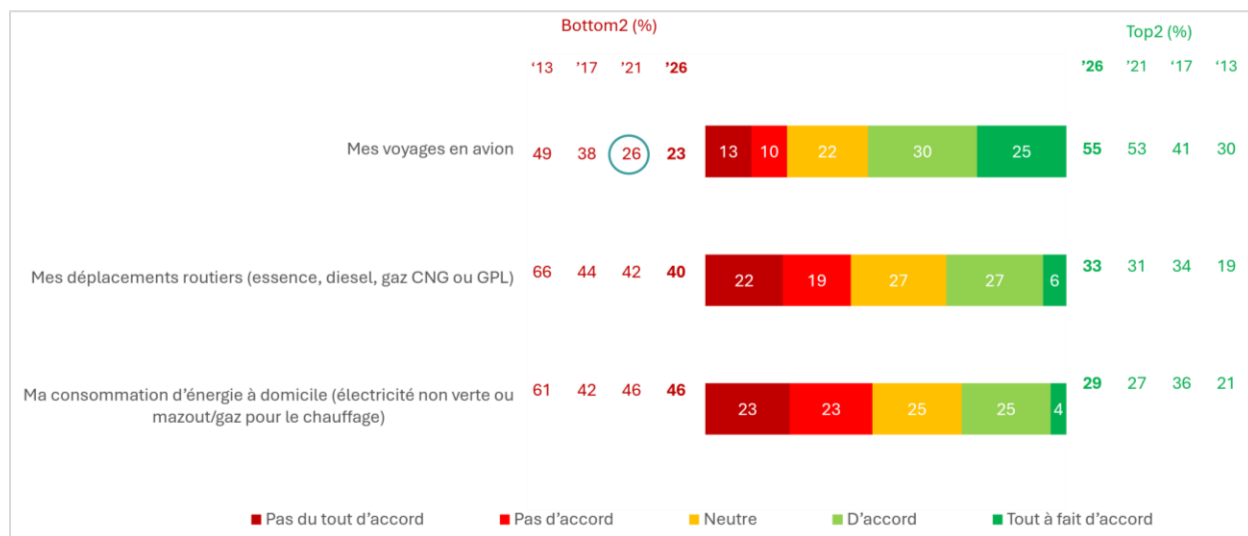
Pour la consommation d'énergie à domicile, **46 % ne sont pas disposés à payer davantage**, contre **29 % qui le sont**. On observe une image similaire pour les déplacements sur la route, où **40 % ne sont pas disposés à payer davantage**, contre **33 % qui le souhaitent**.

Il est frappant de constater que la volonté de payer davantage pour les voyages en avion est nettement plus élevée : **55 % sont d'accord pour payer davantage à cette fin**, tandis que seulement **23 % ne sont pas d'accord**.

En ce qui concerne la volonté de payer davantage pour sa propre consommation d'énergie à domicile (électricité non verte ou combustibles fossiles pour le chauffage), **les personnes plus diplômées indiquent significativement plus souvent être disposées à payer davantage que les personnes peu ou moyennement diplômées**. Pour la volonté de payer davantage pour les déplacements sur la route (essence, diesel, CNG ou LPG), **les femmes indiquent significativement plus souvent être disposées à payer davantage que les hommes**, et ce sont à nouveau **les personnes plus diplômées qui indiquent plus souvent être disposées à payer davantage que les autres groupes de niveau d'études**. En ce qui concerne la volonté de payer davantage pour les voyages en avion, nous constatons que **les personnes plus diplômées indiquent significativement plus souvent être disposées à payer davantage que les personnes moins diplômées**.

Cela indique que les répondants sont prêts à accepter des coûts supplémentaires pour des activités moins essentielles ou plus faciles à éviter, alors qu'ils sont plus réticents lorsqu'il s'agit de besoins fondamentaux comme le logement et la mobilité quotidienne.

Figure 26: Disposition à payer davantage - Pour contribuer à lutter contre le réchauffement climatique, dans quelle mesure les répondants sont-ils prêts à payer un peu plus pour l'utilisation de combustibles fossiles dans leur vie quotidienne, à savoir pour :



Dans le prolongement de la préférence exprimée précédemment pour une affectation sociale et nationale des moyens climatiques, on observe également une priorisation claire dans l'utilisation souhaitée de ces recettes (Figure 27).

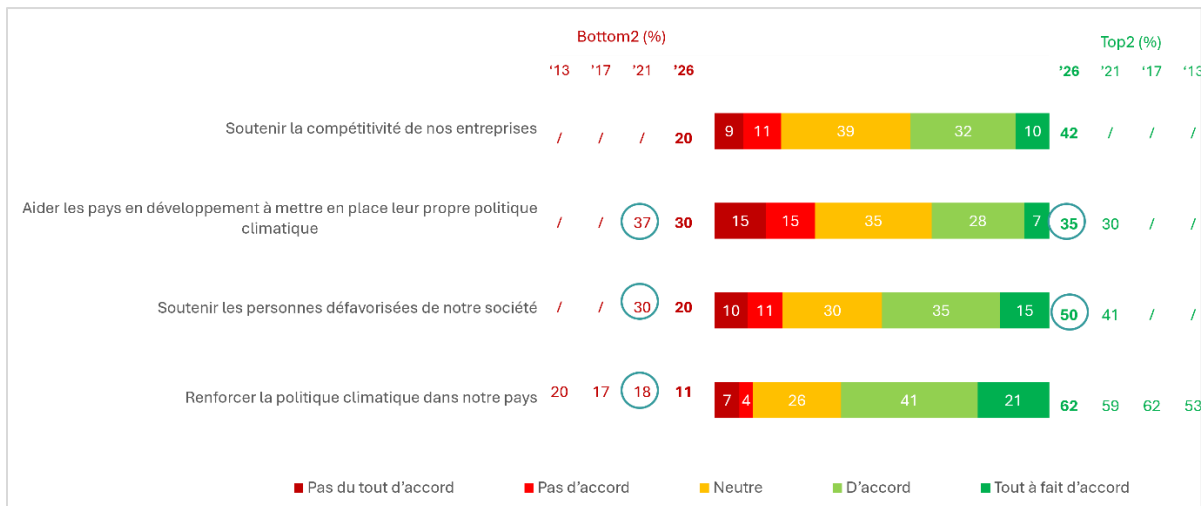
Le soutien le plus important va à le renforcement de la politique climatique dans notre propre pays (62 % d'accord). De même, le soutien aux personnes socialement vulnérables recueille 50 % de soutien, soit une forte hausse par rapport à 2021.

Le soutien est nettement plus faible pour les objectifs internationaux et économiques. Ainsi, 35 % sont d'accord pour aider les pays en développement, tandis que 30 % ne soutiennent pas cette idée. Le soutien à la compétitivité des entreprises recueille 42 % de soutien, mais s'accompagne d'un grand groupe de répondants neutres (39 %).

Cela confirme que les répondants souhaitent avant tout utiliser les recettes climatiques à l'échelle nationale et à des fins sociales, tandis que la solidarité internationale et le soutien aux entreprises

suscitent davantage de réserve. Nous constatons néanmoins une hausse pour toutes les propositions par rapport aux années précédentes.

Figure 27: Affectation du supplément payé – Les recettes qui en découlent doivent servir à quoi ? (n = 1,581)



Outre les attentes en matière de coordination et de financement, le soutien à des mesures concrètes d'atténuation prises par les autorités a également été évalué (Figure 28). Les résultats montrent que ce sont surtout les mesures incitatives et informatives qui bénéficient d'un large soutien.

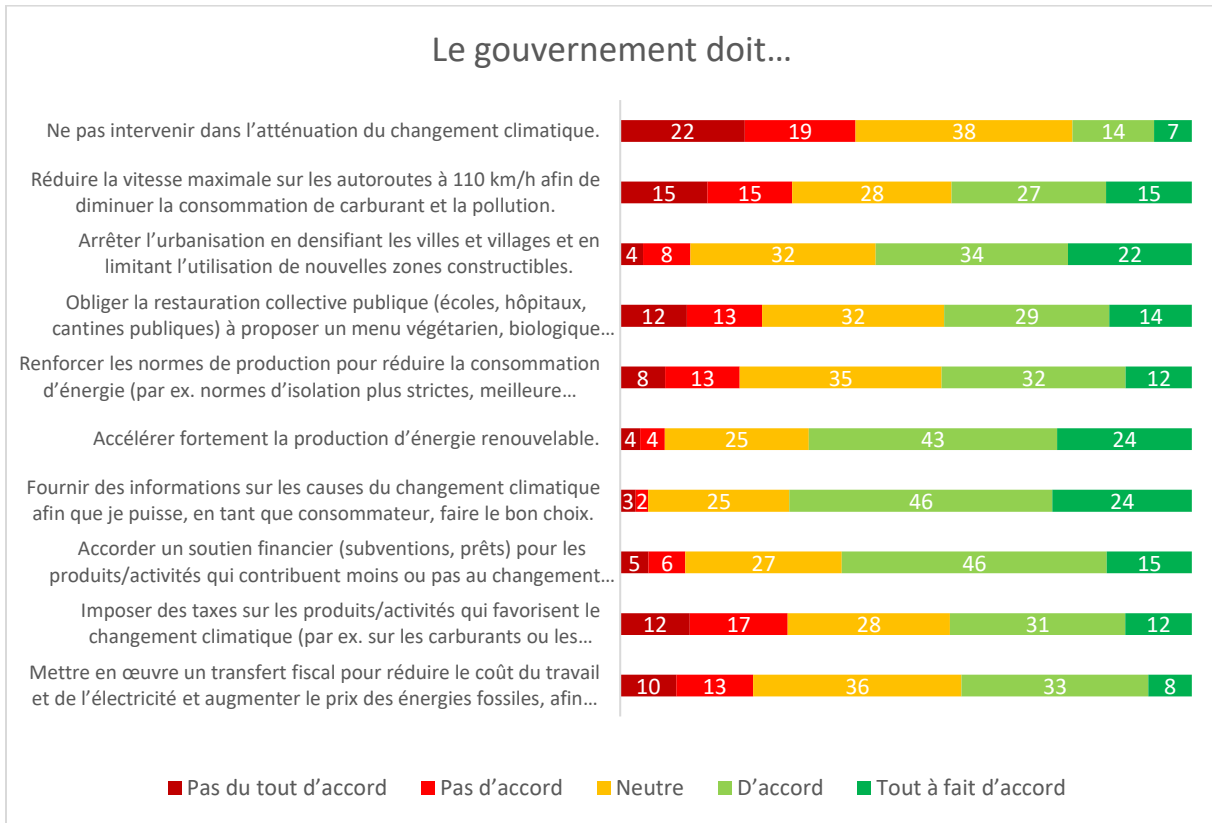
Le soutien le plus important va à la fourniture d'informations afin que les consommateurs puissent eux-mêmes faire les bons choix (70 % d'accord) et à l'accélération de la production d'énergie renouvelable (67 %). Le soutien financier aux alternatives durables recueille également 61 % de soutien.

Les mesures réglementaires bénéficient d'un soutien plus modéré. Ainsi, 44% soutiennent un tax shift dans lequel l'énergie fossile devient plus chère, et 43% des normes de produits plus strictes. Les avis sont partagés sur la réduction de la vitesse maximale à 110 km/h (42% d'accord contre 30% pas d'accord).

Il est frappant de constater que seulement 21 % estiment que les autorités ne doivent pas s'occuper de l'atténuation climatique, tandis que 41 % ne sont explicitement pas d'accord avec cette idée.

Cela montre qu'il existe un mandat clair en faveur de l'intervention des autorités, surtout lorsqu'elle mise sur l'incitation et le soutien, tandis que les mesures plus restrictives ou orientant les comportements suscitent davantage de divisions.

Figure 28: Atténuation - Afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre et de s'adapter aux conséquences du changement climatique, les autorités pourraient prendre une série de mesures. Pour chacune de ces mesures, pouvez-vous indiquer si vous les jugez souhaitables ou non ? (n = 1 590)



Outre l'atténuation, les résultats montrent que les répondants soutiennent également les mesures d'adaptation climatique (Figure 29). Les répondants voient un rôle actif des autorités dans la protection des personnes et des infrastructures contre les conséquences inévitables du changement climatique.

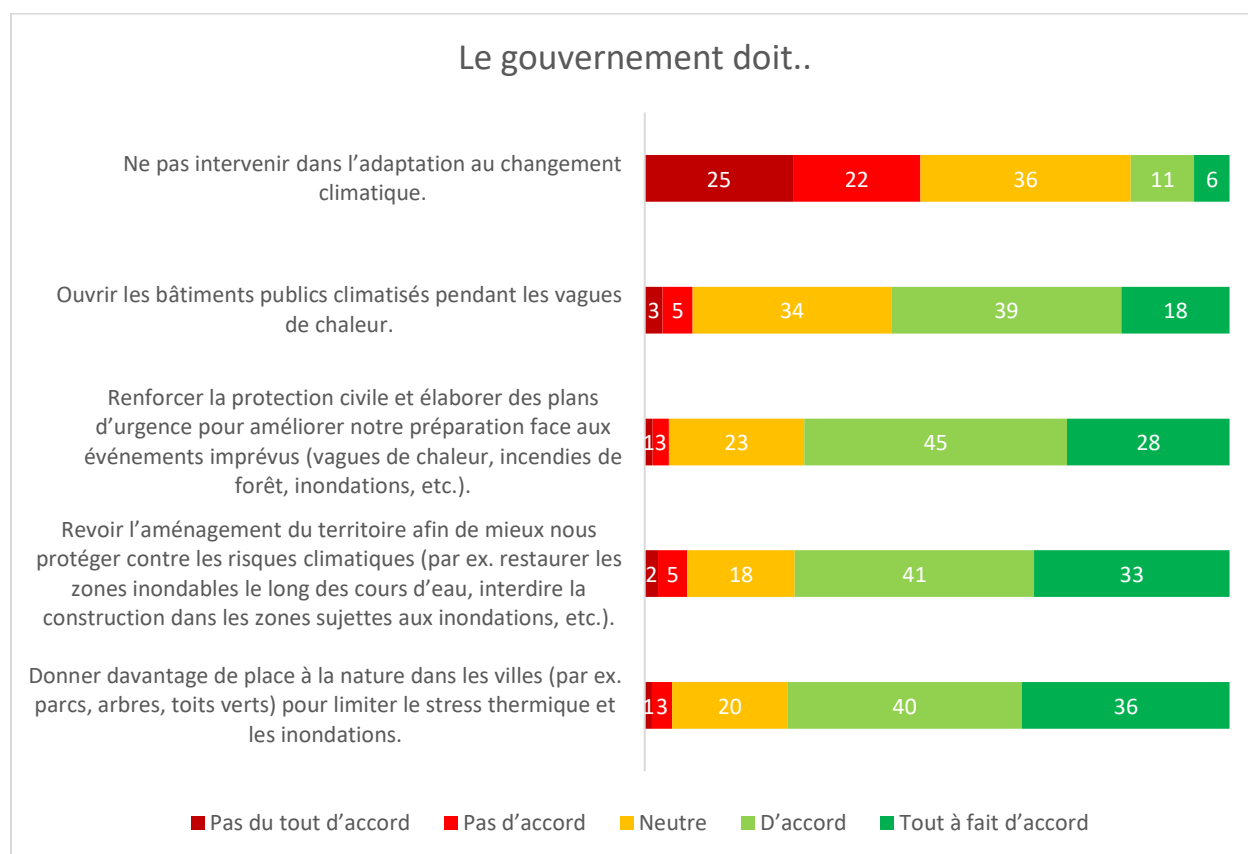
Le soutien le plus important va à **plus d'espace pour la nature dans les villes afin de limiter le stress thermique et les inondations (76 % d'accord ou tout à fait d'accord)**, la **révision de l'aménagement du territoire afin d'améliorer la protection contre les risques climatiques (74 %)**, et le **renforcement de la**

protection civile et des plans d'urgence (73 %). Des mesures pratiques comme **l'ouverture des bâtiments publics climatisés pendant les vagues de chaleur recueillent également 57 % de soutien.**

Seule une petite partie de la population (**17 %**) estime que les autorités ne doivent pas s'occuper de l'adaptation climatique, tandis que **72 % ne sont explicitement pas d'accord avec cette idée.**

Cela souligne qu'il existe une nette préférence parmi les répondants pour une intervention des pouvoirs publics en matière d'adaptation, avec une forte préférence pour la prévention, la préparation et la protection des groupes vulnérables.

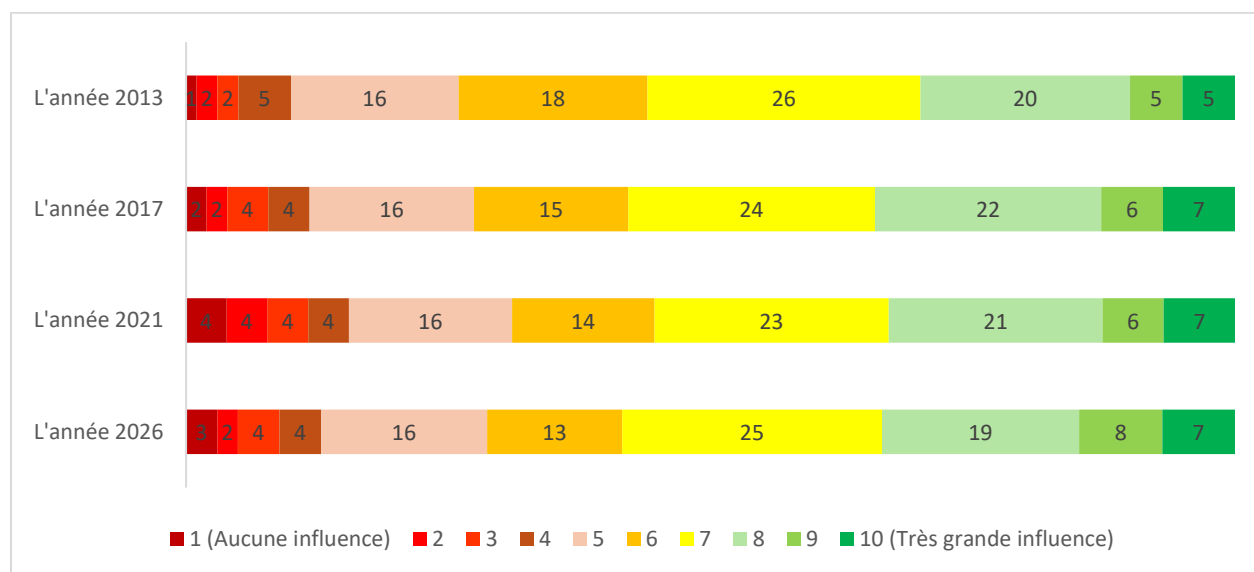
Figure 29: Adaptation - Afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre et de s'adapter aux conséquences du changement climatique, les autorités pourraient prendre une série de mesures. Pour chacune de ces mesures, les répondants peuvent-ils indiquer s'ils la jugent souhaitable ou non ? (n = 1,590)



Outre le soutien aux mesures concrètes d'atténuation et d'adaptation, l'étude a également examiné l'ampleur de la confiance dans l'idée que les autorités peuvent influencer le comportement des citoyens (Figure 30).

Les résultats montrent que la majorité des répondants s’attend à ce que les autorités **puissent exercer une influence raisonnable à importante, ce qui rejoint les résultats précédents selon lesquels tout le monde doit agir**. Ainsi, **25 % attribuent une note de 7, 19 % une note de 8, et 15 % une note de 5**, tandis que seulement **3 % pensent que les autorités n’ont aucune influence**. Une plus petite partie (**7 %**) indique que les autorités peuvent avoir énormément d’influence (note 10). Les personnes plus diplômées indiquent plus souvent que les autorités peuvent exercer une influence que les personnes moins diplômées.

Figure 30: Influence des autorités - Dans quelle mesure les autorités peuvent-elles, selon les répondants, influencer le comportement des citoyens en matière de changement climatique ? Veuillez répondre par une note comprise entre 1 et 10. Une note de 10 signifie que les répondants estiment que les autorités peuvent exercer une très forte influence sur les comportements, et une note de 1 qu’elles ne peuvent exercer aucune influence sur le comportement des citoyens en matière de changement climatique. (n = 1,576)



Après avoir examiné le soutien aux politiques et aux interventions publiques, les répondants déclarent également vouloir jouer eux-mêmes un rôle actif et être attentifs à la responsabilité collective (Figure 31).

Ainsi, **une large majorité soutient les initiatives citoyennes en faveur de davantage d’action climatique (45 % d’accord ou tout à fait d’accord) et 70 % considèrent le changement climatique comme une responsabilité partagée entre les citoyens, les organisations, les entreprises et les responsables politiques**. De plus, **le fait de démasquer les informations erronées sur le changement climatique recueille 71 % de soutien**.

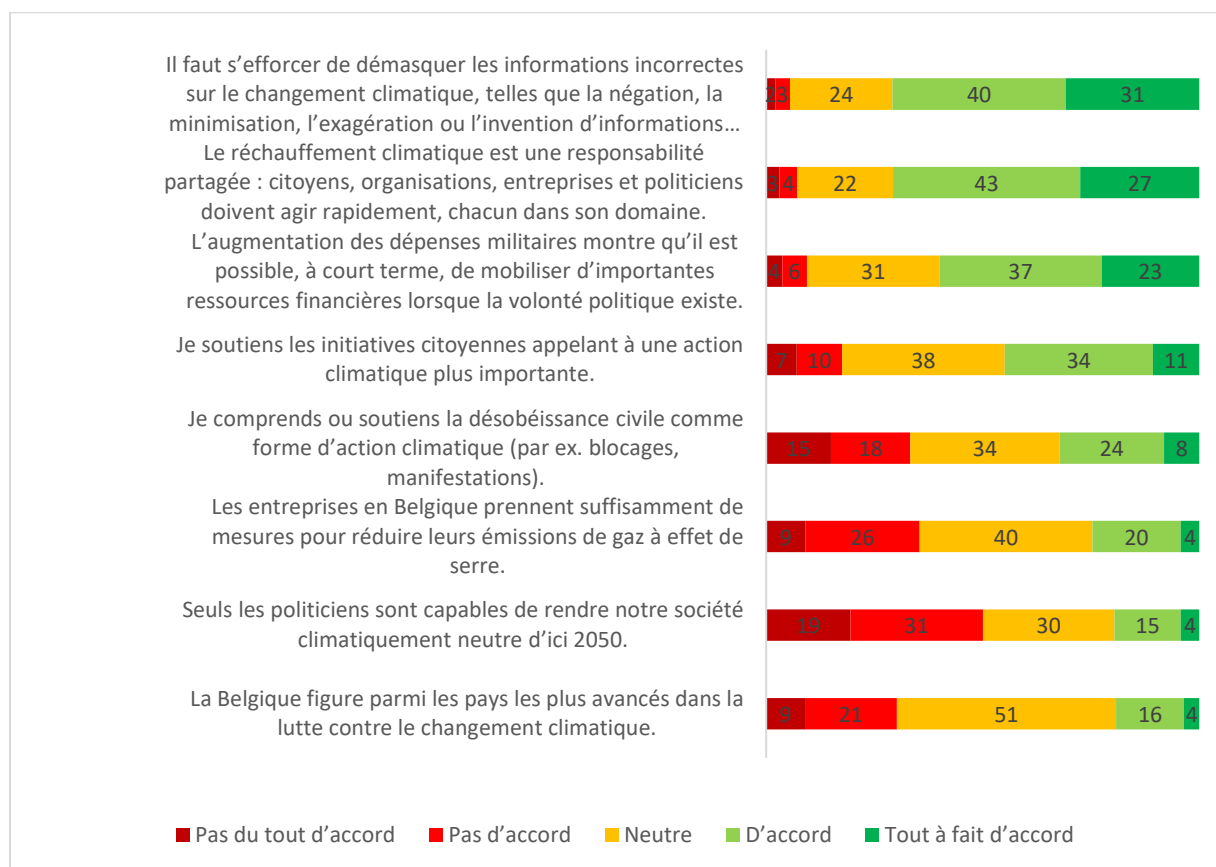
En outre, **seulement 25 % des répondants estiment que les entreprises prennent des mesures suffisantes**, tandis que **36 % ne sont explicitement pas d’accord avec cette idée**. Par ailleurs, seule une

petite partie pense que **seuls les responsables politiques sont en mesure d'atteindre la neutralité climatique d'ici 2050 (19 % d'accord ou tout à fait d'accord).**

Les opinions sur la désobéissance civile comme forme d'action climatique sont partagées : **32 % la comprennent ou la soutiennent**, tandis que **33 % la rejettent**. Enfin, **seulement 19 % estiment que la Belgique est à l'avant-garde dans la lutte contre le changement climatique**, avec **30 % qui ne sont explicitement pas d'accord avec cette idée.**

Cela souligne que les répondants reconnaissent leur propre rôle ainsi que celui des autres acteurs, et que l'action citoyenne suscite des divisions sur certains terrains.

Figure 31: Affirmations - Dans quelle mesure les répondants sont-ils d'accord avec les affirmations suivantes ? (n = 1,585)



4. Informations et connaissances sur le changement climatique

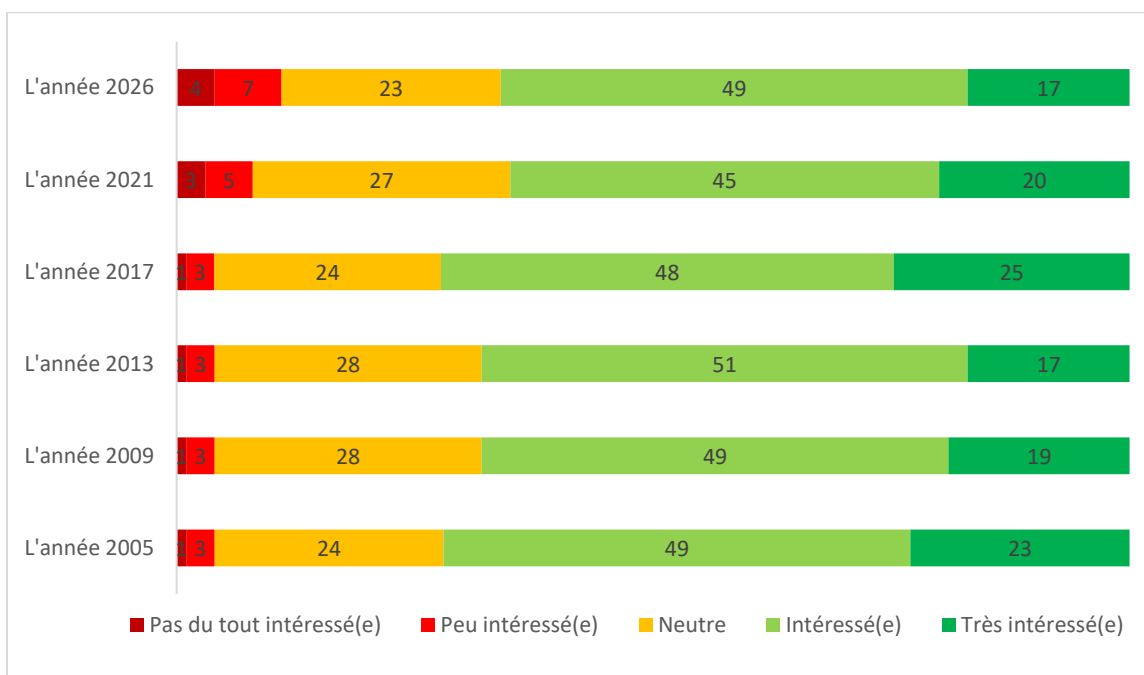
Dans la partie suivante de l'enquête, nous avons examiné dans quelle mesure les personnes se sentent bien informées sur le changement climatique. Nous avons étudié les sources que les répondants utilisent ou préfèrent, ainsi que leur intérêt pour des informations complémentaires.

L'évolution de l'intérêt pour les questions environnementales et de cadre de vie a été examinée (Figure 32).

Les résultats montrent que l'intérêt reste relativement stable au fil des années. En **2026, 66% déclarent être intéressés ou tout à fait intéressés**, un niveau comparable aux mesures précédentes. Cette part s'élevait ainsi à **72% en 2005, 70% en 2017 et 65% en 2021**. La part des répondants qui ne sont pas intéressés reste limitée (**11% en 2026**). En ce qui concerne l'intérêt pour les questions environnementales et de cadre de vie, nous constatons que **les 65 ans et plus déclarent significativement plus souvent être intéressés que les groupes d'âge plus jeunes**, avec un score Top2 nettement plus élevé. En outre, **les personnes plus diplômées sont significativement plus souvent intéressées que les personnes peu ou moyennement diplômées**.

Cela indique que l'environnement et le climat restent depuis de nombreuses années un sujet pertinent pour une majorité de la population.

Figure 32: Intérêt pour l'environnement - Dans quelle mesure les répondants s'intéressent-ils à l'environnement et à la problématique environnementale ? (n = 1,594)

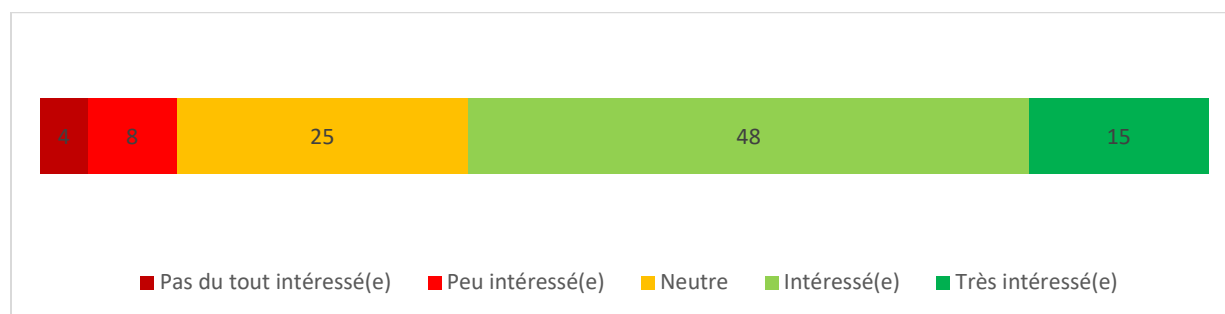


Dans la lignée de l'intérêt assez stable pour les questions environnementales et de cadre de vie, le changement climatique lui-même reste également un sujet d'intérêt pour une majorité des répondants (Figure 33).

Ainsi, **63% déclarent être intéressés ou tout à fait intéressés par le climat et la problématique climatique**, tandis que **12% déclarent ne pas être intéressés**. Environ **25% adoptent une position neutre**. En ce qui concerne l'intérêt pour le climat et la problématique climatique, nous constatons que **les groupes d'âge plus élevés (surtout les 65 ans et plus) déclarent significativement plus souvent être intéressés que les groupes plus jeunes**. En outre, **les personnes plus diplômées sont significativement plus souvent intéressées que les personnes peu ou moyennement diplômées**.

Cela confirme que le changement climatique reste un thème pertinent pour une nette majorité des répondants, même s'il existe aussi un groupe important qui adopte plutôt une attitude attentiste ou neutre.

Figure 33: Intérêt pour le climat - Dans quelle mesure les répondants s'intéressent-ils au climat et à la problématique climatique ? (n = 1,597)



En outre, les répondants s'attribuent une note moyenne de 6,4 sur 10 en ce qui concerne le degré auquel ils se sentent informés sur le changement climatique, où 1 signifiait ne pas se sentir du tout informé et 10 signifiait se sentir très bien informé. Ce niveau d'information est resté stable par rapport à 2021 (6,4 sur 10) et 2017 (6,3 sur 10).

Outre l'intérêt pour le thème, les canaux par lesquels les personnes reçoivent spontanément des informations sur le changement climatique ont également été examinés (Figure 34).

Les sources d'information les plus fréquentes sont **les journaux et magazines (56%)** et **la radio (47%)**. **Internet (42%)** et **les conversations avec des amis, la famille ou des collègues (33%)** jouent également un rôle important. Les campagnes de sensibilisation atteignent **32%** des répondants, tandis que **27%** déclarent obtenir des informations via des **documentaires ou des programmes informatifs** et une part similaire via les **réseaux sociaux (27%)**.

Des canaux plus spécialisés ou moins fréquents, tels que **les livres (18%)**, **des brochures spécifiques (20%)**, **l'enseignement (20%)**, **les podcasts (12%)** ou **les expositions et soirées d'information (environ 10–12%)**, touchent un groupe plus restreint.

Les hommes reçoivent plus souvent des informations via les **journaux et magazines**, les **livres** et **internet** que les femmes. Les **jeunes (18-24 ans)** reçoivent plus souvent des informations via les **réseaux sociaux** et les **applications de messagerie**. L'enseignement comme source est également surtout utilisé par les **jeunes adultes de 18 à 24 ans**. Les groupes plus âgés (55+) utilisent relativement plus souvent les **journaux et magazines** et **la radio**. Les **personnes plus diplômées** utilisent plus souvent **internet**, les **livres**, les **journaux et magazines**, les **campagnes de sensibilisation** et **la radio** que les personnes moins diplômées.

Les personnes moins diplômées reçoivent relativement plus souvent des informations via les applications de messagerie et les groupes de discussion.

Cela montre que les médias traditionnels et les canaux en ligne généralistes jouent toujours le rôle le plus important dans la diffusion passive d'informations liées au climat.

La manière dont les personnes reçoivent des informations sur le climat évolue clairement entre 2021 et 2026 : les canaux traditionnels des médias de masse perdent du terrain, avec des baisses pour les **journaux**, les **programmes informatifs et documentaires**, les **campagnes de sensibilisation**, les **films et internet**. Dans le même temps, des canaux plus directs ou à plus petite échelle gagnent en importance : les **soirées d'information**, les **expositions et salons**, les **applications de messagerie** et les **réseaux sociaux** sont cités significativement plus souvent. Les **brochures d'information spécifiques** sont également de nouveau davantage consultées, ce qui indique un glissement d'une communication de masse large vers des canaux d'information plus personnels, ciblés et interactifs.

Lorsque les répondants recherchent eux-mêmes activement des informations sur le changement climatique, l'importance des différentes sources d'information se déplace (Figure 35).

Internet est de loin la source la plus importante (38%) lorsque les répondants recherchent délibérément des informations. Viennent ensuite les **journaux et magazines (27%)**. Les **livres (17%)** et les **documentaires ou programmes informatifs (16%)** sont également relativement souvent consultés.

D'autres canaux jouent un rôle plus limité, comme les **amis, la famille ou les collègues (14%)**, les **réseaux sociaux (14%)**, les **brochures d'information (15%)** et les **films (13%)**. Des sources telles que la **radio (11%)**, les **podcasts (11%)** et les **soirées d'information (10%)** sont utilisées par un groupe plus restreint, tandis que les **expositions (7%)** et les **applications de messagerie (7%)** sont les moins citées.

Les hommes **recherchent plus souvent activement** des informations sur le changement climatique sur internet, tandis que les femmes **consultent significativement plus souvent des amis, des membres de la famille ou des collègues**. Les **jeunes de 16-17 ans recherchent activement** surtout via les **réseaux sociaux**, les **applications de messagerie** et leur **réseau personnel**. Les **jeunes consultent aussi plus souvent activement l'enseignement/les écoles**. Les **personnes ayant un niveau d'études plus élevé recherchent activement** via les **journaux**, les **brochures d'information**, les **émissions d'information** et les **documentaires**, les **films**, **internet**, les **podcasts** et les **livres**.



Cela suggère que, pour la recherche active d'informations, les répondants se tournent principalement vers les sources en ligne et les médias écrits, tandis que les autres canaux jouent plutôt un rôle complémentaire.

Entre 2021 et 2026, le comportement de recherche autour des informations climatiques change clairement : la consultation active des **sources internet** diminue fortement, tout comme l'utilisation des **programmes informatifs et documentaires**. En revanche, on observe une hausse des canaux plus ciblés ou plus formels : les **livres**, les **brochures d'information spécifiques**, **l'enseignement/les écoles** et les **soirées d'information**. Les **expositions et salons**, les **réseaux sociaux** et les **applications de messagerie** sont également utilisés significativement plus souvent. La recherche active d'informations passe ainsi des médias de masse larges à des canaux plus accessibles, pratiques et plus personnels.

Ensuite, les sources préférées des répondants ont été examinées (Figure 36). Les pourcentages rapportés indiquent le pourcentage de répondants ayant désigné cette source dans leur top 3. Les sources préférées les plus choisies sont **les journaux et magazines (53%)**, suivis par **internet (49%)**. La **radio (33%)** est également mentionnée par une part importante des répondants. Les autres sources sont moins souvent citées comme source préférée.

Les hommes préfèrent plus souvent les **journaux et magazines** et **internet**, tandis que les femmes choisissent plus souvent les **podcasts**, les **réseaux sociaux**, les **amis**, la **famille ou les collègues** et **l'enseignement** par rapport aux hommes. Les **16-17 ans** choisissent presque unanimement **internet** et **l'enseignement/les écoles** comme source préférée. Les groupes d'âge plus jeunes désignent surtout les **réseaux sociaux** et les **podcasts** comme source préférée, tandis que les personnes plus âgées (55+) indiquent relativement plus souvent les **journaux et magazines** et les **documentaires** comme source préférée. Les **personnes plus diplômées** préfèrent plus souvent **internet**, les **podcasts** et les **programmes informatifs/documentaires**, tandis que les **personnes moins diplômées** choisissent plus souvent la **radio** et les **applications de messagerie et groupes de discussion**.

Entre 2021 et 2026, les sources préférées pour les informations climatiques évoluent clairement. Les **journaux et magazines** sont plus souvent placés dans le top trois, tandis qu'**internet** perd en importance. La **radio** gagne également du terrain, mais les **programmes informatifs et documentaires** reculent fortement comme source préférée. En outre, nous observons une légère hausse pour les **livres**, les **soirées d'information** et les **applications de messagerie**.



Ces résultats montrent que les répondants sont surtout informés sur le changement climatique via les médias d'information traditionnels et les canaux en ligne, tandis que les canaux sociaux et éducatifs jouent plutôt un rôle complémentaire.



Figure 34: Informations reçues - De quelles sources les répondants ont-ils reçu des informations sur le changement climatique, sans les rechercher activement ? (n = 1,609)

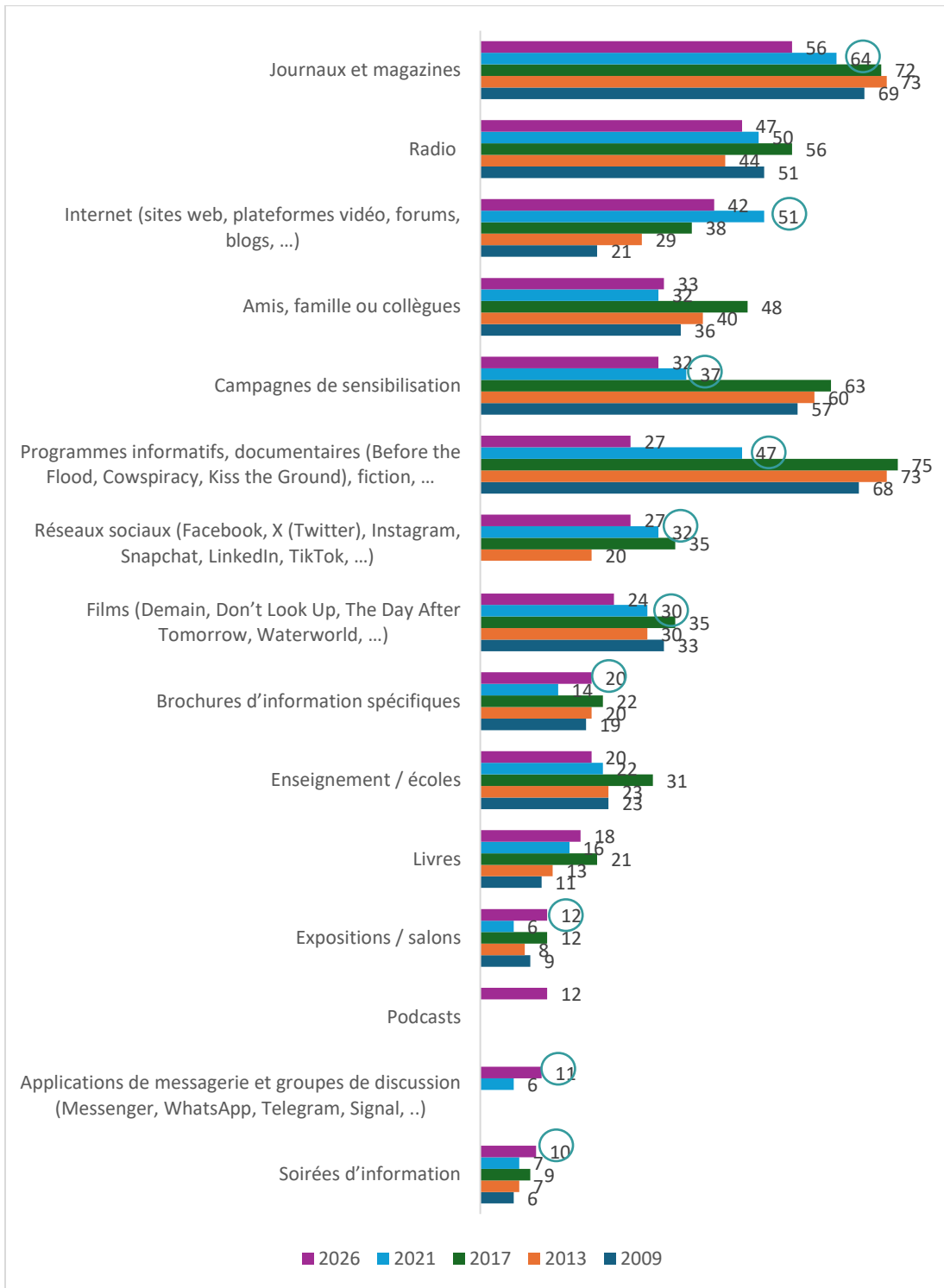


Figure 35: Recherche d'informations - Comment les répondants ont-ils été informés jusqu'à présent sur le changement climatique ? Quelles sources ont-ils eux-mêmes recherchées consciemment pour trouver des informations sur le changement climatique ? (n = 1,609)

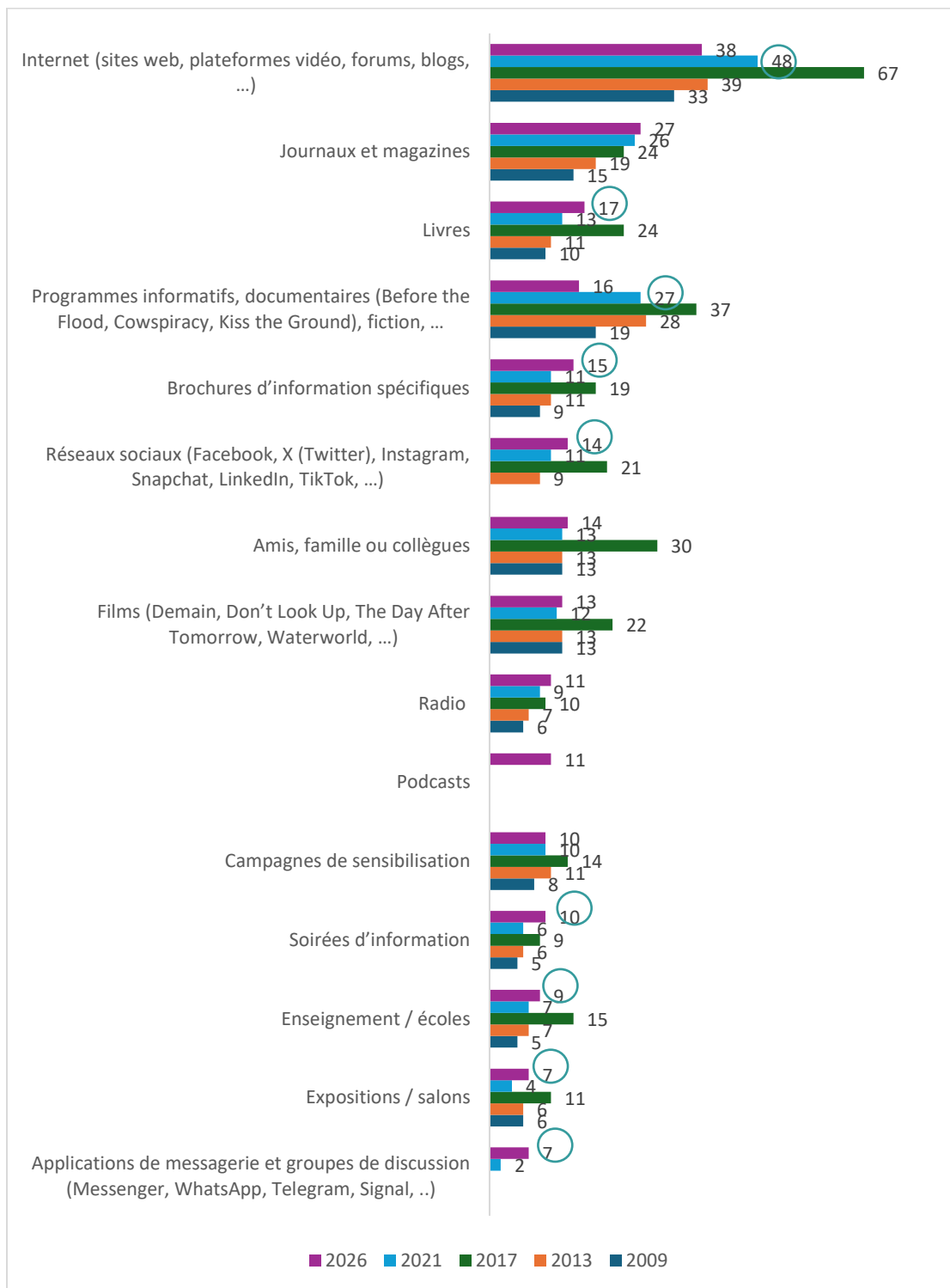
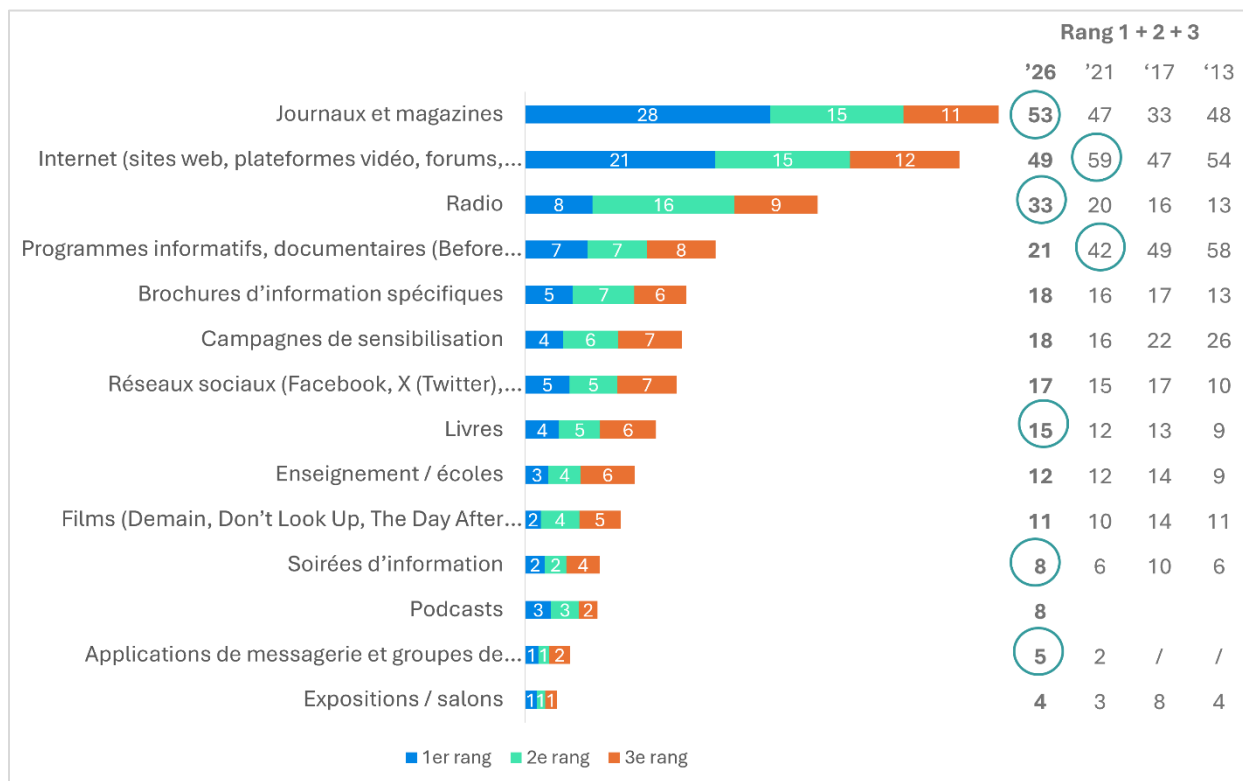


Figure 36: Sources préférées - Quelles sont les trois sources préférées des répondants pour trouver des informations sur le changement climatique ? Indiquez un chiffre de 1 à 3 pour préciser leur préférence, 1 correspondant à la source la plus utilisée et 3 à la source la plus utilisée et 3 à la source classée en troisième préférence. (n = 1,609)



Lorsqu'on examine spécifiquement les réseaux sociaux comme source d'information sur le changement climatique, on constate qu'une part importante des répondants n'utilise pas ces canaux (Figure 37). Ainsi, **40%** déclarent ne pas utiliser les réseaux sociaux pour recevoir des informations sur le changement climatique.

Parmi les répondants qui utilisent bien les réseaux sociaux, **Facebook (41%)** est de loin la plateforme la plus populaire pour recevoir des informations sur le changement climatique. Viennent ensuite **Instagram (21%)** et **TikTok (9%)**, même si ces pourcentages sont nettement plus faibles.

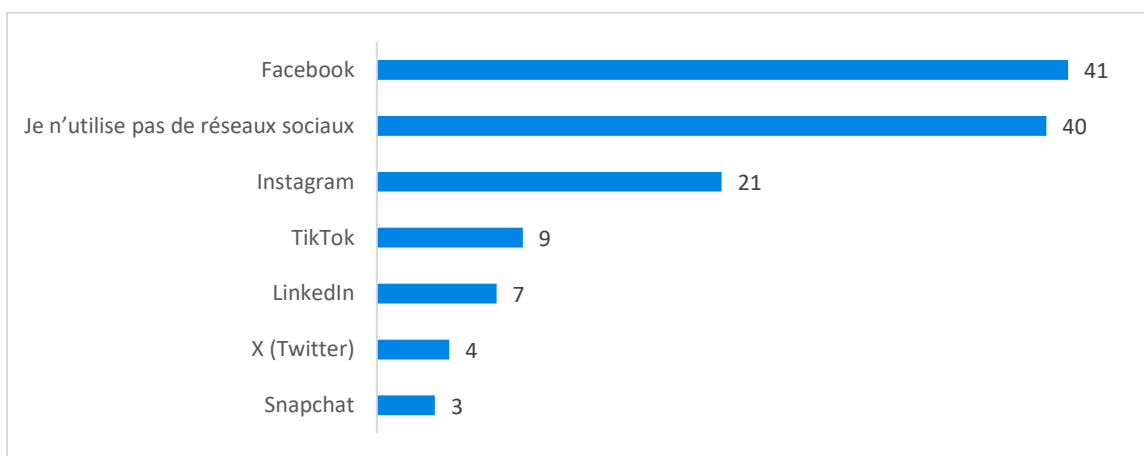
Les autres plateformes jouent un rôle plus limité. **LinkedIn (7%)** et **X (4%)** sont mentionnés par une plus petite partie des répondants, tandis que **Snapchat (3%)** est le moins utilisé à cette fin.

Les femmes indiquent significativement plus souvent préférer **Facebook**, **Instagram** et **TikTok**, tandis que les hommes déclarent plus souvent ne pas utiliser les réseaux sociaux pour recevoir des informations climatiques.

Les **groupes d'âge plus jeunes** déclarent plus souvent utiliser Instagram, Snapchat et TikTok pour les informations climatiques, tandis que les **groupes plus âgés (55+)** déclarent plus souvent **ne pas utiliser les réseaux sociaux** et, si c'est le cas, principalement **Facebook**. Les **personnes plus diplômées** utilisent plus souvent **LinkedIn** et **Instagram**.

Ces résultats suggèrent que les réseaux sociaux constituent une source d'information complémentaire pour une partie des répondants, Facebook occupant surtout une position de premier plan.

Figure 37: Réseaux sociaux - Quels réseaux sociaux les répondants préfèrent-ils pour recevoir des informations sur le changement climatique ? (n = 1,609)



Outre les sources dont les répondants tirent leurs informations, la manière dont ils évaluent la qualité et la fiabilité des informations sur le changement climatique a également été étudiée (Figure 38).

En ce qui concerne le rôle des médias traditionnels, une grande partie des répondants déclare y être plutôt favorable. Ainsi, **48%** (39% d'accord ; 9% tout à fait d'accord) approuvent l'affirmation selon laquelle les médias traditionnels tels que les journaux, la radio et la télévision **accordent suffisamment d'attention aux questions liées au changement climatique**. Environ **19%** ne sont pas d'accord avec cette affirmation, tandis que **34%** adoptent une attitude neutre.

On observe un schéma similaire pour l'affirmation selon laquelle les médias traditionnels **fournissent des informations claires sur le changement climatique, ses causes et ses conséquences**. Ici, **49%** sont d'accord

ou tout à fait d'accord, tandis que **18%** ne sont pas d'accord avec cette affirmation. Environ **33%** restent neutres.

En outre, de nombreux répondants trouvent **difficile de distinguer sur les réseaux sociaux les informations fiables de la désinformation sur le changement climatique**. Au total, **58%** déclarent être d'accord avec cette affirmation (38% d'accord ; 20% tout à fait d'accord), tandis que seulement **10%** ne sont pas d'accord. Environ **32%** adoptent une position neutre à cet égard.

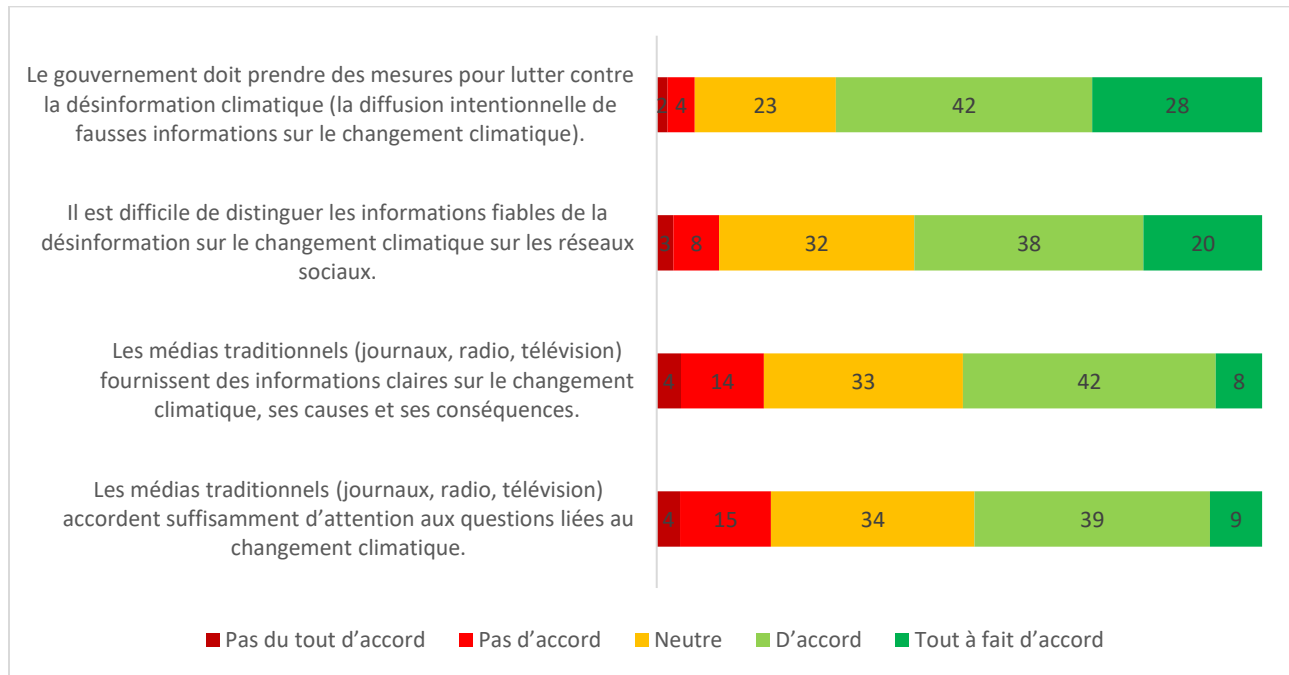
Enfin, il existe un soutien clair parmi les répondants en faveur de **mesures gouvernementales contre la désinformation climatique**. Pas moins de **70%** des répondants sont d'accord ou tout à fait d'accord avec l'affirmation selon laquelle le gouvernement doit prendre des mesures pour lutter contre la diffusion intentionnelle d'informations incorrectes sur le changement climatique. Seuls **6%** ne sont pas d'accord avec cette affirmation, tandis que **23%** adoptent une attitude neutre.

Les groupes d'âge plus élevés sont plus souvent d'accord pour dire que les médias traditionnels accordent suffisamment d'attention aux questions liées au changement climatique et fournissent des informations claires sur le changement climatique, ses causes et ses conséquences. Les personnes plus diplômées indiquent aussi plus souvent **qu'il est difficile de distinguer sur les réseaux sociaux les informations fiables de la désinformation sur le changement climatique**. En outre, **les groupes d'âge plus élevés et les personnes plus diplômées estiment plus souvent que** les pouvoirs publics doivent prendre des mesures pour lutter contre la désinformation climatique.

Ces résultats montrent que les répondants ont généralement confiance dans le rôle des médias traditionnels, mais qu'ils reconnaissent en même temps qu'il peut être difficile de distinguer, sur les réseaux sociaux, les informations fiables de la désinformation sur le changement climatique. En outre,

il existe un large soutien en faveur d'une intervention des pouvoirs publics contre la désinformation climatique.

Figure 38: Affirmations sur les fake news - Dans quelle mesure les répondants sont-ils d'accord avec les affirmations ci-dessous ? (n = 1,597)

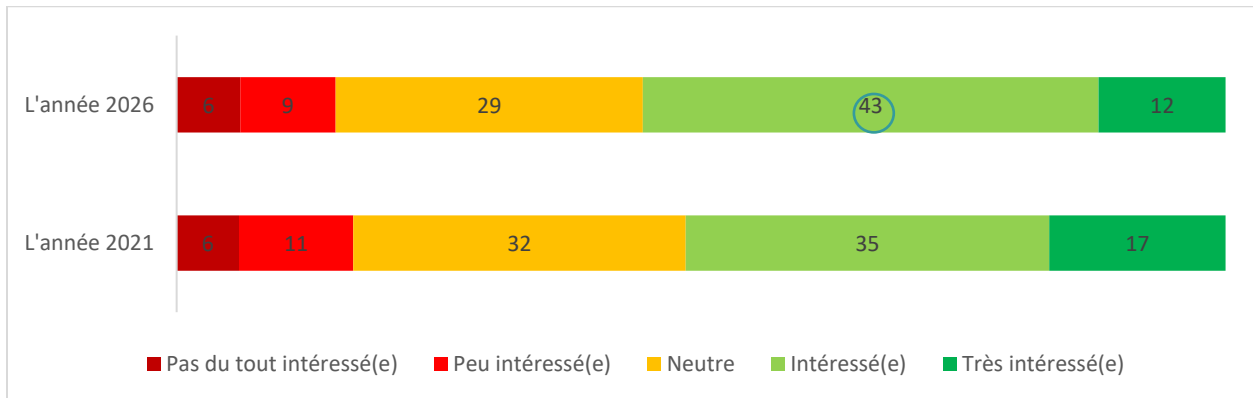


Outre la manière dont les répondants reçoivent et évaluent les informations sur le changement climatique, on a également examiné dans quelle mesure ils sont intéressés par le fait de recevoir des informations sur le changement climatique (Figure 39).

Les résultats montrent que l'intérêt à cet égard s'est quelque peu déplacé entre 2021 et 2026. En particulier, la part des répondants qui indiquent être **intéressés** augmente, passant de **35 % en 2021** à **43 % en 2026**. Ces résultats suggèrent que **l'intérêt général pour les informations sur le changement climatique augmente légèrement**. Les personnes ayant un niveau d'études plus élevé indiquent plus souvent être intéressées que celles ayant un niveau d'études plus faible.



Figure 39: Intérêt à recevoir des informations sur le changement climatique - Dans quelle mesure les répondants sont-ils intéressés à recevoir des informations relatives au changement climatique ? (n = 1,600)



Outre les sources d'information utilisées, on a également examiné quels acteurs devraient, selon les répondants, jouer un rôle dans l'information des citoyens sur le changement climatique (Figure 40).

Les résultats montrent que les **scientifiques et universitaires indépendants** sont le plus souvent considérés comme une source souhaitée. Ainsi, **35 %** des répondants indiquent qu'ils trouvent « tout à fait souhaitable » que ce groupe informe les citoyens sur le changement climatique. Avec la catégorie « un peu souhaitable », cela représente environ **64 %** des répondants qui soutiennent un rôle pour les scientifiques.

Les **autorités publiques** sont elles aussi relativement souvent considérées comme des sources d'information appropriées. C'est surtout le **gouvernement fédéral** qui est évalué positivement : **59%** des répondants jugent cela souhaitable, soit une nouvelle hausse par rapport à 2021. Les **administrations locales** (20% tout à fait souhaitable) et les **institutions européennes** (21% tout à fait souhaitable) sont également considérées par une part importante des répondants comme des sources d'information appropriées.

En outre, les **associations environnementales** bénéficient elles aussi du soutien d'une grande partie des répondants : **19 %** jugent tout à fait souhaitable que des organisations comme Natuurpunt, Natagora, WWF ou Greenpeace informent les citoyens, tandis que **31 %** trouvent cela un peu souhaitable.

D'autres acteurs, comme les **journalistes**, les **organisations de consommateurs** et les **établissements d'enseignement**, sont considérés comme souhaitables par une part modérée des répondants. Ainsi, par

exemple, **22 %** indiquent qu'il est tout à fait souhaitable que le changement climatique soit davantage communiqué via **l'enseignement ou les écoles**.

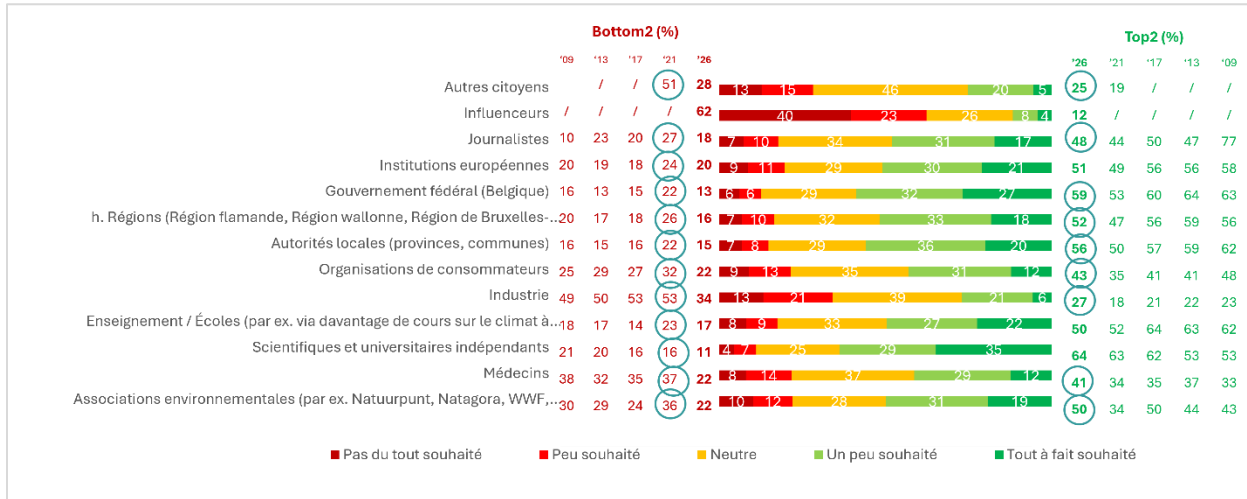
En revanche, les **influenceurs** sont clairement jugés les moins appropriés pour diffuser des informations sur le changement climatique. Pas moins de **40 %** des répondants indiquent trouver cela pas du tout souhaitable et **23 %** jugent cela non souhaitable. L'**industrie** est elle aussi relativement moins souvent considérée comme une source appropriée d'informations liées au climat.

Les jeunes indiquent significativement plus souvent vouloir recevoir des informations de la part des influenceurs et d'autres citoyens. Les personnes **plus diplômées** souhaitent recevoir des informations de différentes sources, notamment du médecin, des scientifiques/universitaires, de l'enseignement, des administrations locales, des régions, du gouvernement fédéral, des institutions européennes et des journalistes. Les **femmes** indiquent quant à elles plus souvent vouloir recevoir des informations, entre autres, d'associations environnementales, de l'enseignement/des écoles, de l'industrie, des administrations locales, des institutions européennes et des journalistes.

En résumé, les résultats montrent que les répondants font surtout confiance aux acteurs scientifiques et institutionnels pour diffuser des informations sur le changement climatique, tandis que les sources commerciales ou informelles, comme les influenceurs ou l'industrie, sont jugées beaucoup moins souhaitables.



Figure 40: Réception d'informations provenant de sources – Dans quelle mesure les répondants souhaitent-ils recevoir des informations relatives au changement climatique de la part des sources suivantes ? (n = 1,565)



5. Comportement personnel et mode de vie

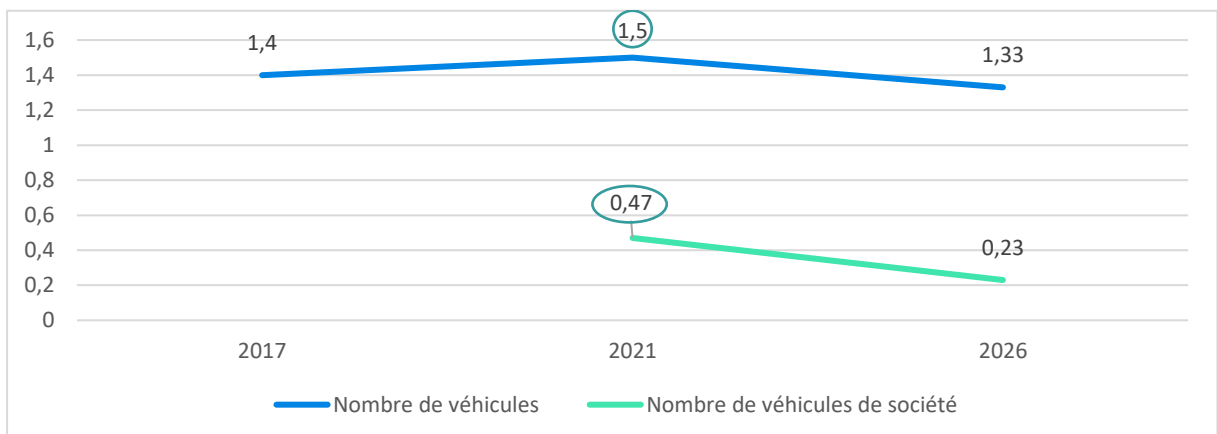
Dans cette partie, nous avons examiné les choix que les gens font dans leur vie quotidienne et qui ont un impact sur le climat et l'environnement. Il s'agit de comportements concrets tels que la mobilité, la consommation d'énergie, les habitudes d'achat et d'autres routines qui contribuent à déterminer le caractère durable de notre mode de vie. En cartographiant ces différents aspects, nous obtenons une meilleure compréhension de la manière dont les individus abordent aujourd'hui les thèmes liés à l'environnement et des points d'appui possibles pour le changement.

On a d'abord examiné le nombre moyen de voitures et de voitures de société par ménage (Figure 41).

Les résultats montrent une légère baisse du nombre moyen de voitures entre 2021 et 2026. En **2017**, la moyenne s'élevait à **1,4 voiture par ménage**. Ce nombre a légèrement augmenté pour atteindre **1,5 en 2021**, puis a diminué à **1,33 en 2026**. Selon Statbel (2024), les ménages belges possèdent en moyenne 1,06 voiture par ménage ; notre échantillon en déclare donc légèrement plus.

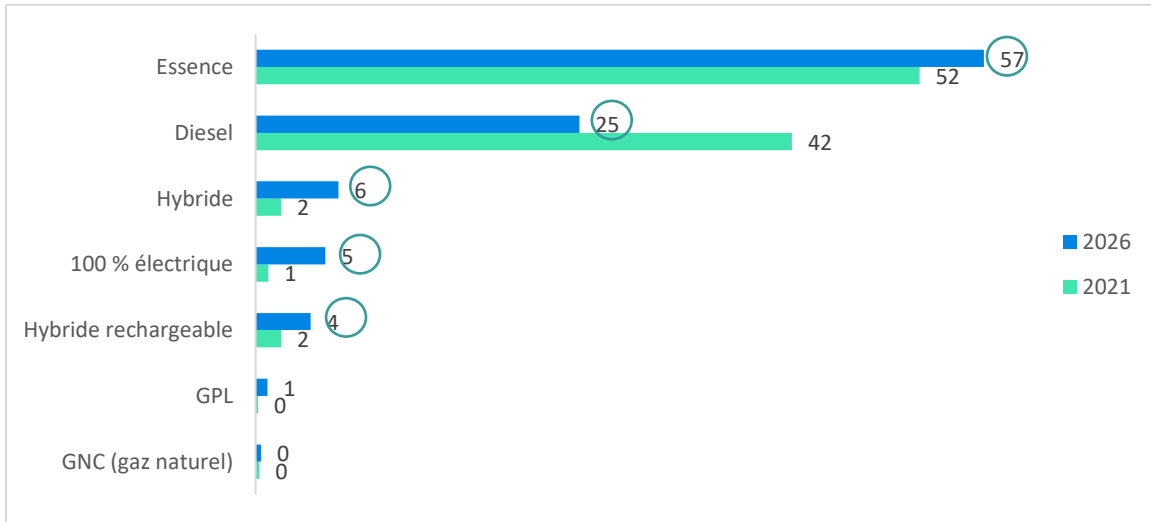
Pour les **voitures de société**, une diminution plus nette est également visible. En **2021**, les ménages disposaient en moyenne de **0,47 voiture de société**, tandis qu'en **2026**, ce chiffre est tombé à **0,23**. Cela indique une forte diminution du nombre de voitures de société par ménage dans notre échantillon par rapport à la mesure précédente. Avec ces voitures, 15,279 km privés étaient parcourus en moyenne par an. Il s'agit d'une baisse par rapport à 2021 (16,001 km) et 2017 (17,878 km).

Figure 41: Nombre de voitures et de voitures de société – Combien de voitures y a-t-il dans le ménage des répondants ? Combien de ces voitures sont des voitures de société ? (n = 1,572)



En outre, il est clair qu'un **glissement s'opère dans le type de carburant des voitures** entre 2021 et 2026 (Figure 42). Les **voitures diesel reculent**, de 42 % à 25 %, tandis que les **voitures à essence augmentent légèrement** pour atteindre 57 %. La **mobilité électrique progresse fortement**, même si sa part relative reste limitée : le nombre de véhicules 100 % électriques passe de 1 % à 5 % et les **hybrides rechargeables doublent** de 2 % à 4 %. Les **véhicules hybrides enregistrent eux aussi une hausse**, de 2 % à 6 %.

Figure 42: Type de carburant des voitures – Quel type de carburant utilisent ces voitures ? (n = 1,428)



L'utilisation des différents moyens de transport présente un tableau contrasté entre 2021 et 2026 (Figure 43). Les résultats montrent une augmentation nette du non-usage pour pratiquement tous les modes de transport, ce qui constitue une évolution frappante. Il conviendrait d'approfondir cette analyse, en s'appuyant sur les données issues d'une ou de plusieurs enquêtes spécifiques sur la mobilité. Pour la **voiture, la moto ou le cyclomoteur**, l'usage reste globalement élevé, mais on observe une **légère baisse de l'usage (quasi) quotidien** et une **baisse de l'usage occasionnel**. Dans le même temps, la part de ceux qui **n'utilisent jamais** ces moyens de transport augmente. Cela suggère un glissement limité mais perceptible à l'écart du transport motorisé privé.

Pour les **transports publics**, la tendance est globalement négative. Tant pour le **métro, le tram ou le bus** que pour le **train**, l'**usage régulier ou occasionnel diminue**, tandis que la part de ceux qui **n'utilisent jamais** ces moyens de transport **augmente nettement**. Surtout pour le train, la hausse du non-usage est **substantielle**.

L'usage du **vélo ou de la trottinette** reste stable pour l'usage (quasi) quotidien, mais on observe une **baisse nette de l'usage régulier** et une **augmentation du non-usage**.

Les résultats montrent une augmentation nette du non-usage pour pratiquement tous les modes de transport. Cet aspect, ainsi que les tendances possibles en matière de modes de transport, nécessitent une analyse plus approfondie, notamment sur la base des données issues d'enquêtes spécifiques sur la mobilité.

Figure 43: Utilisation de différents moyens de transport – À quelle fréquence les répondants utilisent-ils les moyens de transport suivants ? (n = 1,571)



Les principales raisons des déplacements évoluent sur plusieurs points entre 2021 et 2026 (Figure 44). Pour la **voiture, la moto ou le cyclomoteur**, la part des trajets pour le travail ou les études diminue clairement, tandis que les **courses et services sont plus souvent effectués avec ce moyen de transport** ; en même temps, la part de ceux qui n'utilisent pas du tout ce moyen de transport augmente.

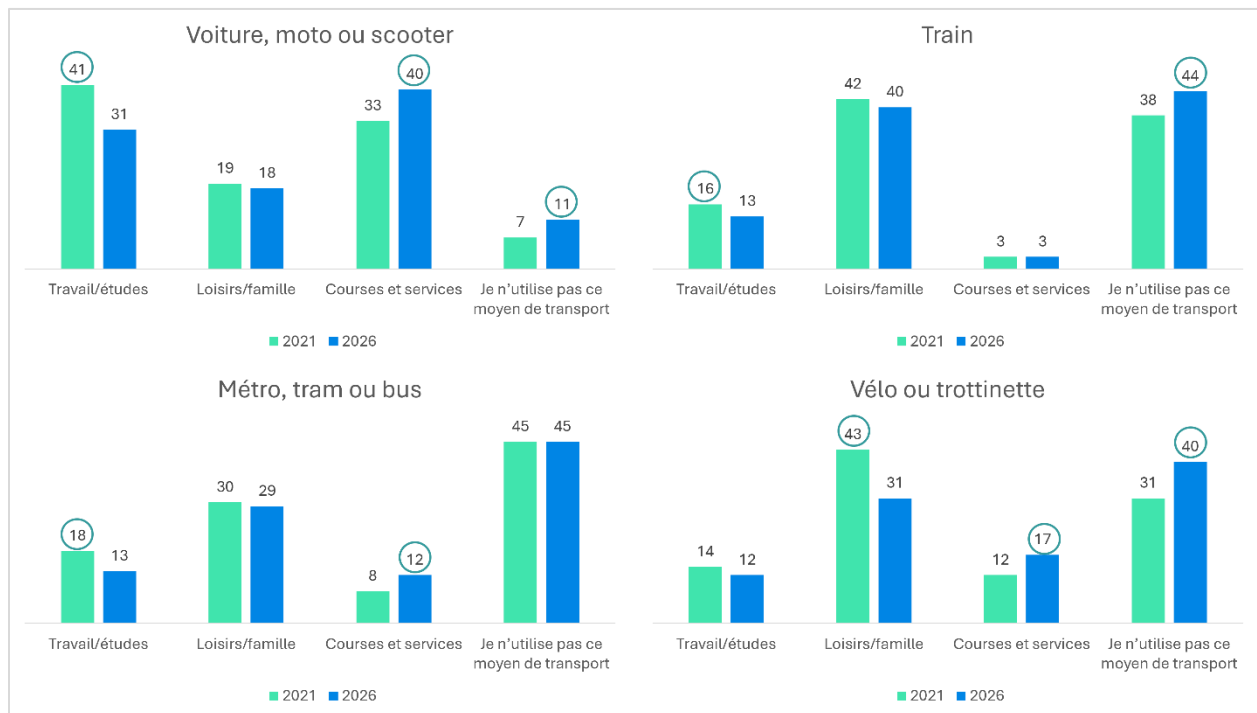
Pour le **train** et le **métro/tram/bus** également, les déplacements pour le travail ou les études sont moins souvent mentionnés, tandis que le **non-usage continue d'augmenter**, ce qui indique un rôle décroissant des transports publics. Pour le **vélo ou la trottinette**, les déplacements pour les loisirs **diminuent**

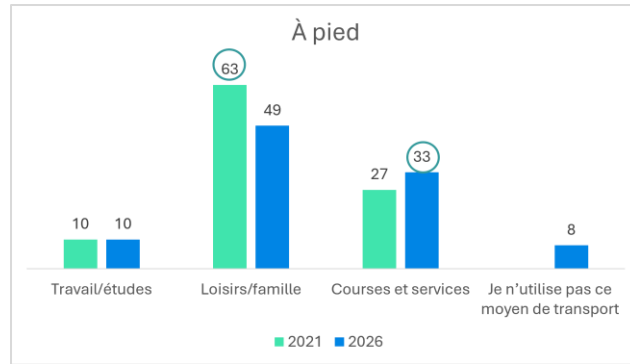
fortement, tandis que les courses sont un peu plus souvent effectuées à vélo, mais là aussi, le **non-usage** augmente clairement.

Les déplacements à pied pour les loisirs ou les visites à la famille restent les plus souvent mentionnés, mais ils diminuent de manière marquée, tandis que la marche pour faire des courses augmente légèrement.

En bref : les principales évolutions montrent que de plus en plus de personnes n'utilisent plus certains moyens de transport, et que les déplacements sont plus souvent orientés vers les courses et les services (surtout en voiture et à pied), tandis que les déplacements pour le travail ou les études diminuent légèrement dans plusieurs modes.

Figure 44: Motif des déplacements - Quelle est la principale raison des déplacements des répondants ? (n = 1,585)



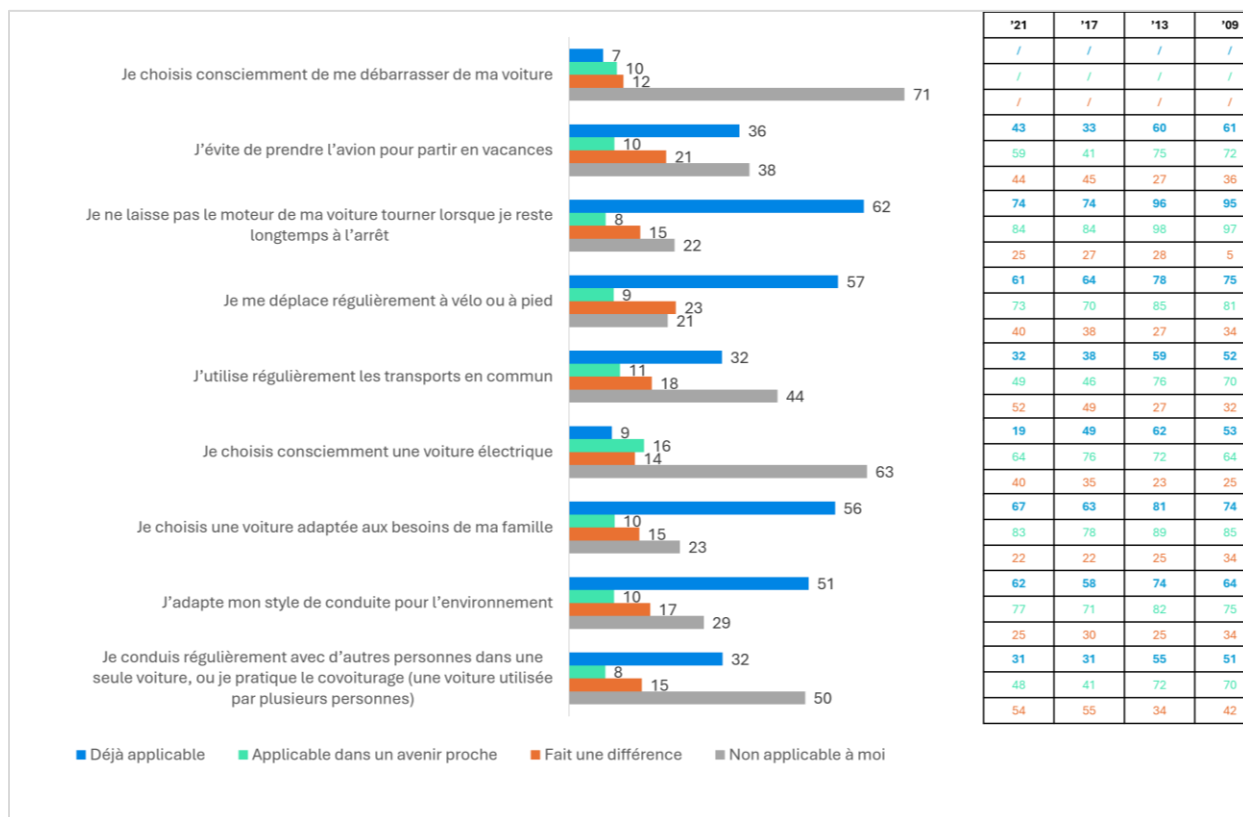


Pour les résultats suivants concernant les **déplacements**, il apparaît que les répondants adoptent différentes manières de limiter leur **impact personnel sur le climat** (Figure 45). L'**adaptation du style de conduite pour l'environnement** (51 %) et le **fait de faire régulièrement du vélo ou de marcher** (57 %) sont déjà les pratiques les plus appliquées. Le fait de **ne pas laisser tourner le moteur à l'arrêt** est également appliqué par une grande partie des répondants (62 %). Les **jeunes et les personnes plus diplômées optent plus souvent pour l'autopartage** et **adaptent leur style de conduite** pour économiser du carburant. Les **adultes plus âgés, les hommes et les personnes plus diplômées utilisent plus souvent la voiture en fonction des besoins du ménage**. En outre, les **personnes plus diplômées choisissent plus souvent une voiture électrique** et **utilisent aussi plus souvent les transports publics**. Les **adultes plus âgés et les personnes plus diplômées se déplacent aussi plus souvent à vélo ou à pied**, et les **groupes d'âge plus élevés évitent l'avion pour les vacances**.

Dans un avenir proche, **une partie des répondants prévoit de choisir plus consciemment une voiture électrique** (16 %) et de **se défaire de leur voiture** (10 %), tandis que le **partage de voiture ou le covoiturage** (8 %) et le fait d'**utiliser régulièrement les transports publics** (11 %) seront moins appliqués à l'avenir.

En ce qui concerne les actions qui **font vraiment une différence pour le climat**, le **vélo et la marche** (23 %), **éviter de prendre l'avion** (21 %) et le **fait d'utiliser régulièrement les transports publics** (18 %) obtiennent des scores relativement élevés. En revanche, l'**autopartage** (15 %) et l'**adaptation du style de conduite** (17 %) restent aussi, pour beaucoup, une contribution pertinente.

Figure 45: Déplacements - Quelles affirmations s'appliquent déjà actuellement aux répondants personnellement ? Quelles affirmations s'appliqueront aux répondants personnellement dans un avenir proche (qu'ils les appliquent déjà ou non actuellement) ? Quelles affirmations font, selon les répondants, réellement une différence pour lutter contre le changement climatique (qu'ils les appliquent déjà ou non actuellement) ? (n = 1,609)



1

Pour les résultats concernant le logement, il apparaît que de nombreux répondants sont déjà **activement engagés dans les économies d'énergie et les choix durables à la maison** (Figure 46). **Éteindre les lumières en quittant une pièce (76 %) et remplacer les anciennes ampoules par des ampoules LED (71 %) sont les pratiques les plus appliquées.** Le **fait de privilégier des programmes économes en énergie pour le lave-vaisselle ou le lave-linge (66 %) et la réduction des coûts de chauffage en chauffant un degré de moins (64 %) ressortent également clairement.** Les **groupes d'âge plus élevés et les personnes plus diplômées améliorent plus souvent l'isolation de leur logement, choisissent des programmes économes en énergie sur les appareils ménagers comme le lave-vaisselle, éteignent les lumières en quittant une pièce,**

¹ Par rapport aux éditions précédentes, l'option de réponse « ne s'applique pas à moi » a été ajoutée à cette question. Cela peut avoir une incidence sur la répartition des réponses et doit être pris en compte lors de l'interprétation et de la comparaison des résultats dans le temps. Aucun test de significativité n'a été effectué ici.

augmentent l'efficacité de leur système de chauffage, réduisent les coûts de chauffage en chauffant un degré de moins, utilisent des ampoules économes en énergie et passent à l'électricité verte. Les personnes plus diplômées investissent aussi plus souvent dans l'énergie solaire, tandis que les répondants plus âgés et de sexe masculin utilisent des appareils ménagers économes en énergie. Les hommes, les adultes plus âgés et les personnes plus diplômées optent plus souvent pour des protections solaires plutôt que pour la climatisation, et l'âge et le niveau d'études supérieur sont corrélés à davantage de verdure dans le jardin pour mieux résister à la chaleur et à la sécheresse. Ces résultats montrent que l'âge et un niveau d'études plus élevé sont fortement liés à des mesures actives d'économie d'énergie et d'adaptation climatique dans le logement.

Dans un avenir proche, les répondants s'attendent surtout à **passer à un chauffage sans combustibles fossiles** (18 %) et à **éteindre complètement les appareils électroniques** (17 %). Les actions pour lesquelles moins de projets sont envisagés à l'avenir sont par exemple **le fait de privilégier des programmes économes en énergie** ou **l'utilisation de protections solaires au lieu de la climatisation** (toutes deux sous les 14 %).

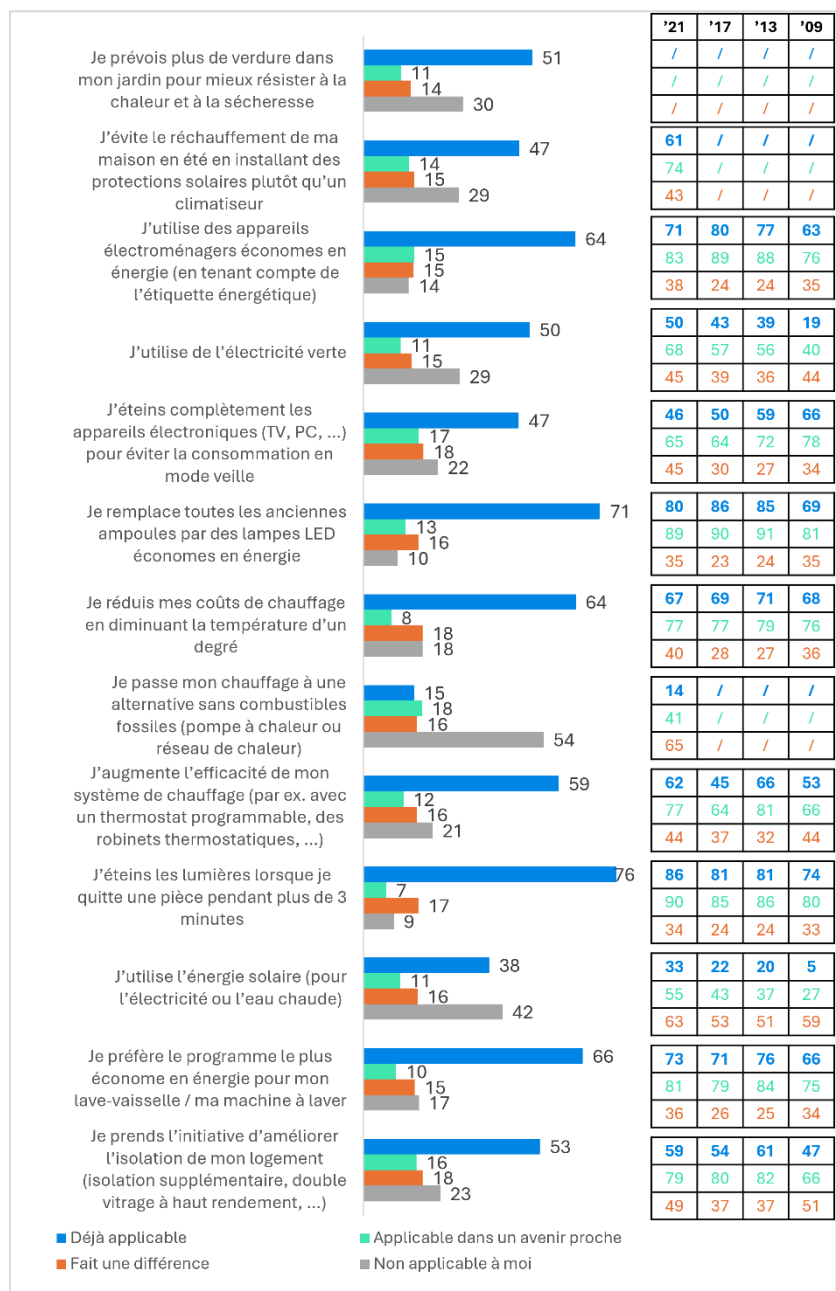
Selon les répondants, ce qui fait vraiment une différence pour le climat, c'est surtout **éteindre complètement les appareils en veille** (18 %), **éteindre les lumières** (17 %) et **les initiatives en matière d'isolation ou de chauffage plus efficace** (autour de 17–18 %). D'autres mesures comme **utiliser de l'électricité verte** et **recourir à l'énergie solaire** obtiennent des scores un peu plus faibles, mais restent pertinentes.



Figure 46 Logement - Voici une série d'affirmations. Quelles affirmations s'appliquent déjà actuellement aux répondants personnellement ? Quelles affirmations s'appliqueront aux répondants personnellement dans un avenir proche (qu'ils les



appliquent déjà ou non actuellement) ? Quelles affirmations font, selon les répondants, réellement une différence pour lutter contre le changement climatique (qu'ils les appliquent déjà ou non actuellement) ? (n = 1,609)



² Par rapport aux éditions précédentes, l'option de réponse « ne s'applique pas à moi » a été ajoutée à cette question. Cela peut avoir une incidence sur la répartition des réponses et doit être pris en compte lors de l'interprétation et de la comparaison des résultats dans le temps. Aucun test de significativité n'a été effectué ici.

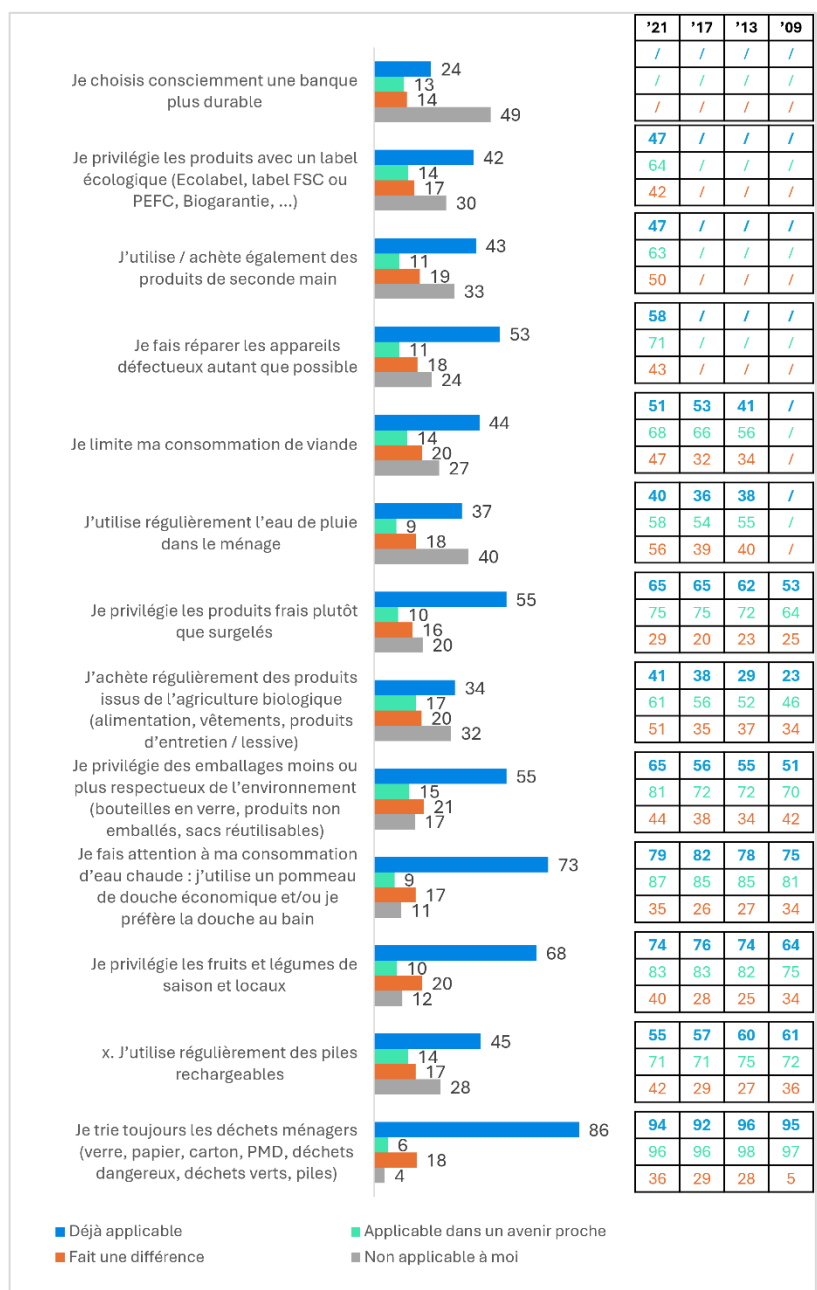
Pour les résultats suivants, on constate que **les comportements de consommation durable dans les ménages sont souvent déjà entrés dans les mœurs** (Figure 47). Le **tri des déchets** arrive en tête avec 86 %, suivi par le **fait d'utiliser l'eau chaude avec parcimonie** (73 %) et le **choix de fruits et légumes de saison** (68 %). La **préférence pour les produits frais plutôt que surgelés** (55 %) et **l'utilisation d'emballages respectueux de l'environnement** (55 %) ressortent également clairement. Les **adultes plus âgés et les personnes plus diplômées trient régulièrement les déchets ménagers, utilisent des pommeaux de douche économiques ou préfèrent une douche à un bain, préfèrent les produits frais aux surgelés, font réparer les appareils défectueux et regardent les labels environnementaux lors de leurs achats**. Les **hommes, les personnes âgées et les personnes plus diplômées utilisent plus souvent des piles rechargeables**, tandis que les **adultes plus âgés choisissent des fruits et légumes de saison et locaux, utilisent l'eau de pluie dans le ménage et préfèrent des emballages plus respectueux de l'environnement**. Les **personnes plus diplômées achètent plus souvent des produits issus de l'agriculture biologique**, tandis que les **femmes, les adultes plus âgés et les personnes plus diplômées limitent leur consommation de viande**. En outre, les **femmes et les personnes plus diplômées utilisent plus souvent des produits de seconde main**.

Dans un avenir proche, de nombreux répondants s'attendent à **utiliser régulièrement des piles rechargeables** (14 %), à **acheter des produits biologiques** (17 %) et à **privilégier des produits portant un label environnemental** (13–14 %). Les actions moins envisagées pour l'avenir sont par exemple **choisir des banques durables** (13 %) ou **utiliser l'eau de pluie** (9 %).

Selon les répondants, ce qui **fait le plus de différence pour le climat**, ce sont les choix liés aux **emballages respectueux de l'environnement** (21 %), aux **produits de saison** (20 %), à **l'achat de produits biologiques** (20 %) et à la **réduction de la consommation de viande** (20 %). En outre, **acheter d'occasion, faire réparer les appareils et trier les déchets** sont aussi régulièrement considérés comme des actions qui font une différence pour le climat.

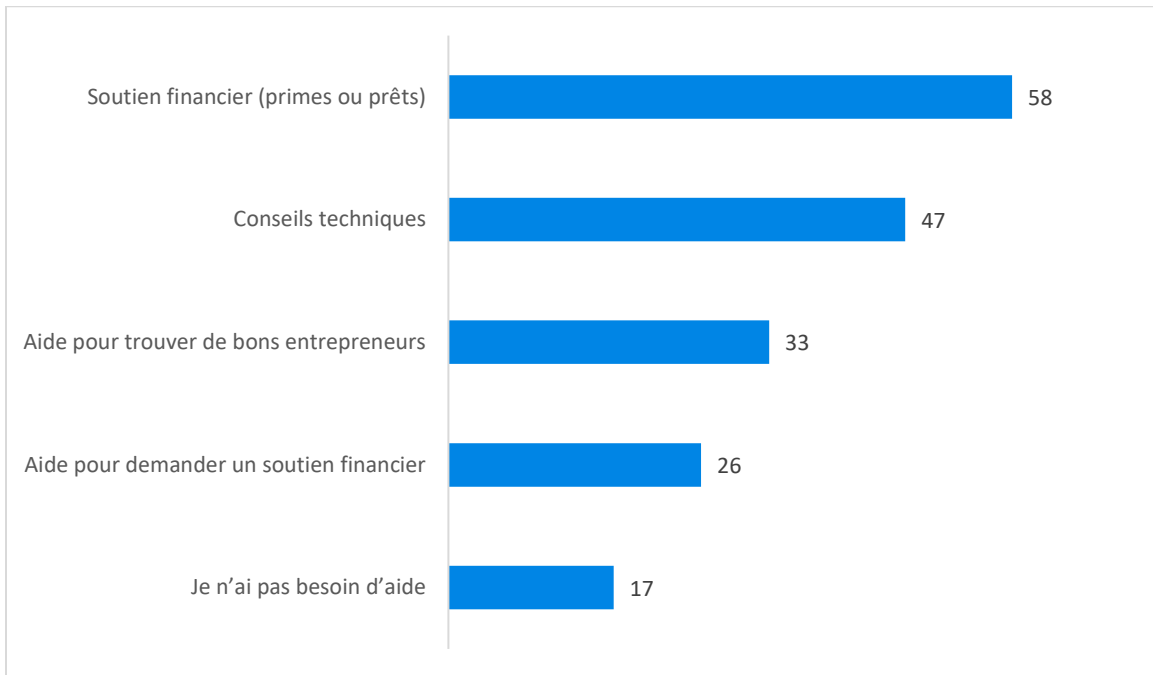


Figure 47: Ménage - Voici une série d'affirmations. Quelles affirmations s'appliquent déjà actuellement aux répondants personnellement ? Quelles affirmations s'appliqueront aux répondants personnellement dans un avenir proche (qu'ils les appliquent déjà ou non actuellement) ? Quelles affirmations font, selon les répondants, réellement une différence pour lutter contre le changement climatique (qu'ils les appliquent déjà ou non actuellement) ? (n = 1,609)



³ Par rapport aux éditions précédentes, l'option de réponse « ne s'applique pas à moi » a été ajoutée à cette question. Cela peut avoir une incidence sur la répartition des réponses et doit être pris en compte lors de l'interprétation et de la comparaison des résultats dans le temps. Aucun test de significativité n'a été effectué ici.

Figure 48: Soutien à la rénovation énergétique - De quel soutien les répondants ont-ils besoin pour procéder à une rénovation énergétique approfondie de leur logement ? (n = 1,609)



27 % des répondants indiquent qu'ils ne vont pas rénover leur logement soit parce qu'ils ne sont pas propriétaires, soit parce que leur logement a déjà été rénové, soit parce qu'ils ne souhaitent pas rénover. Pour ceux qui peuvent effectivement bénéficier d'un soutien afin de procéder à une rénovation énergétique approfondie de leur logement, le **besoin de soutien financier est le principal point de blocage (58 %)**, suivi des **conseils techniques (47 %)** et de **l'aide pour trouver des entrepreneurs (33 %)** (Figure 48). Seul **un petit groupe de 17 % indique ne pas avoir besoin d'aide**. Les répondants se sentent **plutôt insuffisamment informés** tant sur les mesures publiques disponibles que sur les instances appropriées pour un accompagnement en matière d'efficacité énergétique.

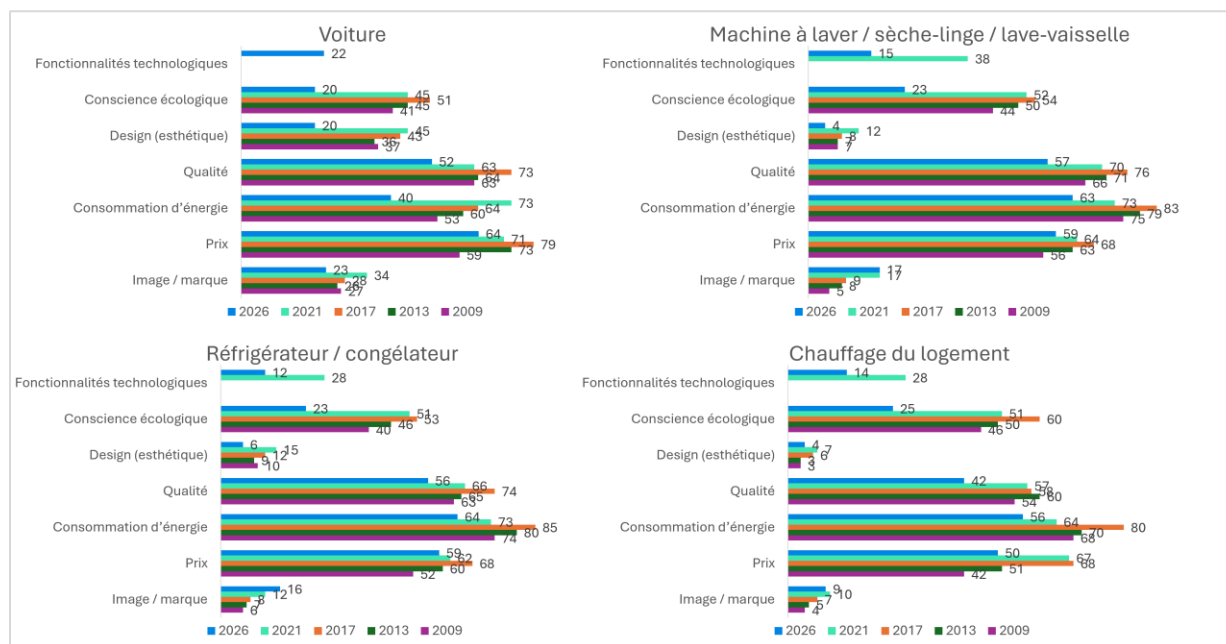
Pour tous les groupes de produits, la **qualité**, la **consommation d'énergie** et le **prix** restent de loin les critères d'achat les plus importants (Figure 49), avec à nouveau en 2026 les scores les plus élevés pour ces trois facteurs. Par rapport à 2021, on observe surtout un net recul de l'importance de la consommation d'énergie, de la conscience environnementale et de la qualité, et ce de manière cohérente dans toutes les catégories de produits. Pour les voitures, la baisse est la plus marquée : la consommation d'énergie recule fortement, tout comme la conscience environnementale et le design. Pour les appareils ménagers (lave-linge/sèche-linge/lave-vaisselle et réfrigérateur/congélateur) ainsi que pour le chauffage, l'importance de la consommation d'énergie et de la conscience environnementale diminue également considérablement,

tandis que la qualité recule elle aussi de manière sensible. Le prix reste relativement stable ou diminue légèrement, mais conserve sa position de critère important. En outre, on constate une forte baisse marquée de l'importance des possibilités technologiques dans toutes les catégories où cet aspect a été mesuré. **Dans l'interprétation de ces évolutions, il convient toutefois de tenir compte du fait que, dans cette édition, l'option de réponse « non applicable à moi » a été ajoutée, ce qui peut avoir un impact sur la répartition des autres catégories de réponse et sur la comparabilité avec 2021. Aucun test de significativité n'a donc été appliqué ici.**

Lors du **choix d'une voiture**, les **jeunes** prêtent surtout attention à **l'image ou à la marque**, tandis que les **personnes ayant un niveau d'études plus élevé** accordent en outre de l'importance au prix, à la consommation d'énergie, à la qualité et à la conscience environnementale. Les **hommes et les personnes ayant un niveau d'études plus élevé** attachent plus souvent de l'importance aux possibilités technologiques. Pour les **machines à laver, sèche-linge et lave-vaisselle**, **l'âge et un niveau d'études plus élevé** jouent un rôle pour le prix et la consommation d'énergie, tandis que les **femmes** accordent davantage d'attention à la conscience environnementale. Pour les **réfrigérateurs et congélateurs**, les **personnes ayant un niveau d'études plus élevé** sont sensibles au prix, à la consommation d'énergie et à la qualité, tandis que les **femmes et les jeunes** jugent le design et la conscience environnementale importants. Pour le **chauffage du logement**, ce sont surtout les **personnes ayant un niveau d'études plus élevé** qui regardent le prix, la consommation d'énergie et la qualité, tandis que les **groupes d'âge plus jeunes** accordent plus d'importance au design. Ces résultats montrent que **le niveau d'études, l'âge et le sexe sont des facteurs d'influence importants** dans les choix durables et fonctionnels, tant en matière de mobilité que d'appareils ménagers.

Dans l'ensemble, 2026 renforce donc l'image selon laquelle les répondants choisissent surtout sur la base de **critères fonctionnels et financiers**, **l'efficacité énergétique** et la **qualité** restant les éléments qui pèsent le plus lourd.

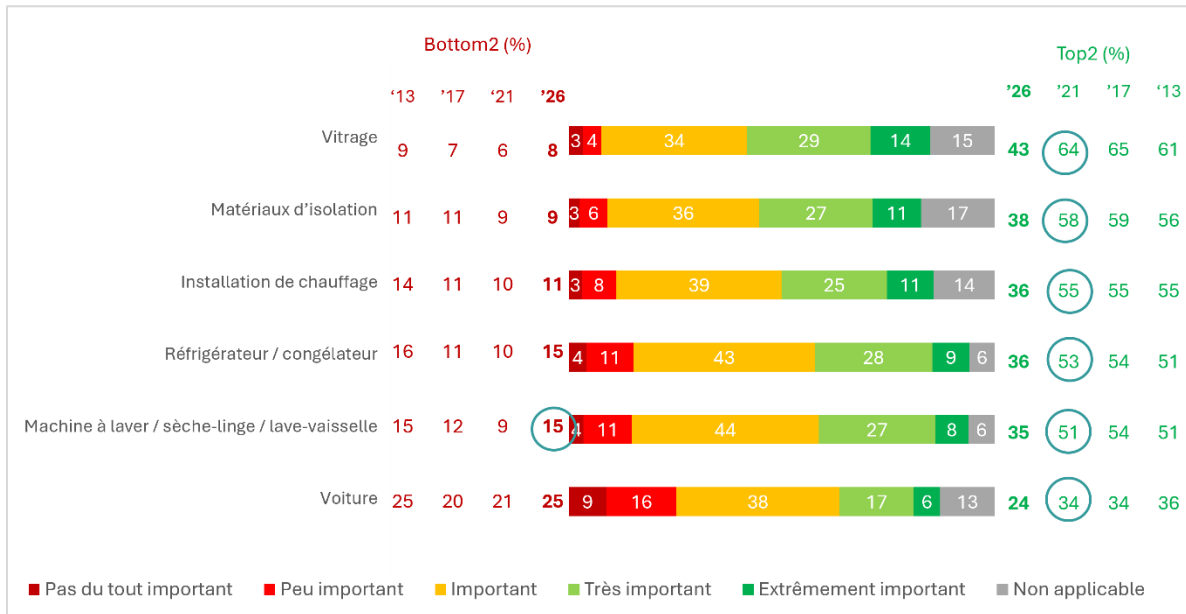
Figure 49: Critères de sélection - Quels critères de sélection les répondants appliquent-ils lors de l'achat des produits ci-dessous ? (n = 1,609)



La consommation d'énergie constitue, pour la plupart des catégories de produits, un facteur **important à très important** lors des achats antérieurs, même si l'intensité varie selon le type de produit (Figure 50).

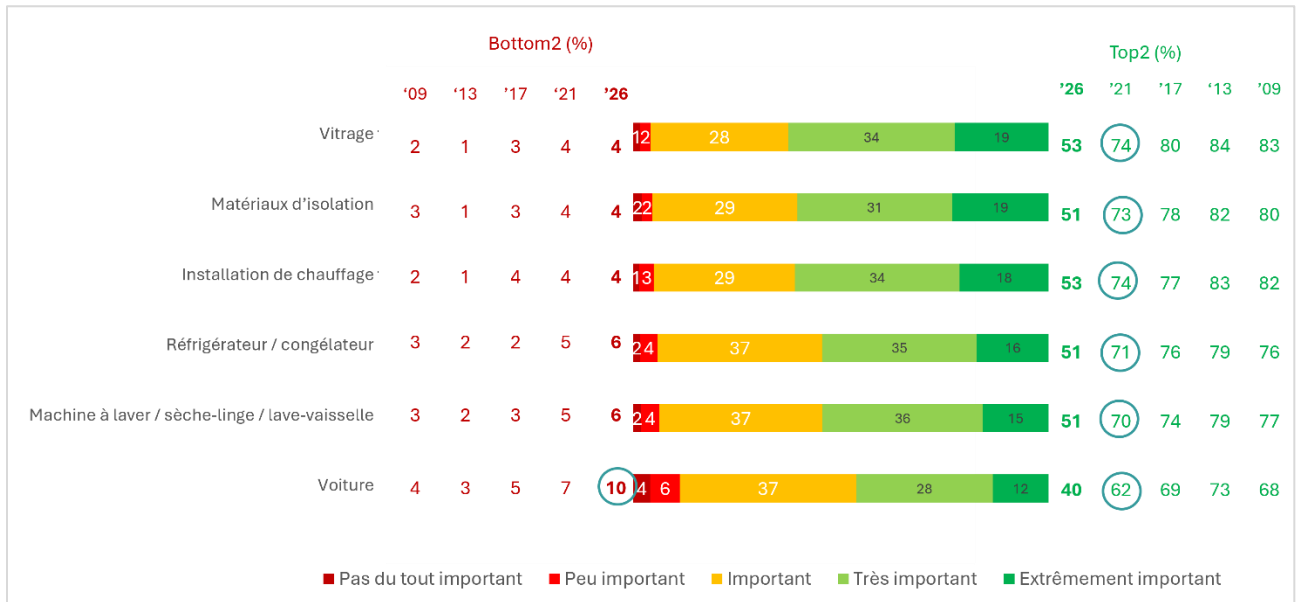
C'est surtout pour le **vitrage (43 %)**, les **matériaux d'isolation (38 %)** et les **installations de chauffage (36 %)** que l'efficacité énergétique **pèse le plus lourd**. Lors de l'achat d'une **voiture**, la consommation d'énergie joue un rôle plus limité, mais reste pertinente : seuls **24 %** la jugent importante, et la catégorie « (pas du tout) importante » y est **nettement plus élevée** que pour les autres produits.

Figure 50: Consommation d'énergie comme argument dans le passé - Dans quelle mesure la consommation d'énergie a-t-elle constitué par le passé un argument décisif lors de l'achat par les répondants des produits suivants ? (n = 1,488)



Lors d'un prochain achat, la **consommation d'énergie pèse lourd pour la plupart des produits** (Figure 51) : pour le **vitrage (53 %)**, les **matériaux d'isolation (51 %)** et l'**installation de chauffage (53 %)**, son importance est la plus grande. Pour les **voitures**, la part de ceux pour qui la consommation d'énergie est **importante** s'élève à **40 %**. En bref, l'efficacité énergétique arrive en tête pour les achats importants liés à l'énergie et à la construction, tandis que pour les voitures, elle entre bien en ligne de compte mais est **relativement moins déterminante**.

Figure 51: Consommation d'énergie comme argument lors du prochain achat - Dans quelle mesure la consommation d'énergie constituera-t-elle un argument décisif lors du prochain achat par les répondants des produits ci-dessous ? (n = 1,488)



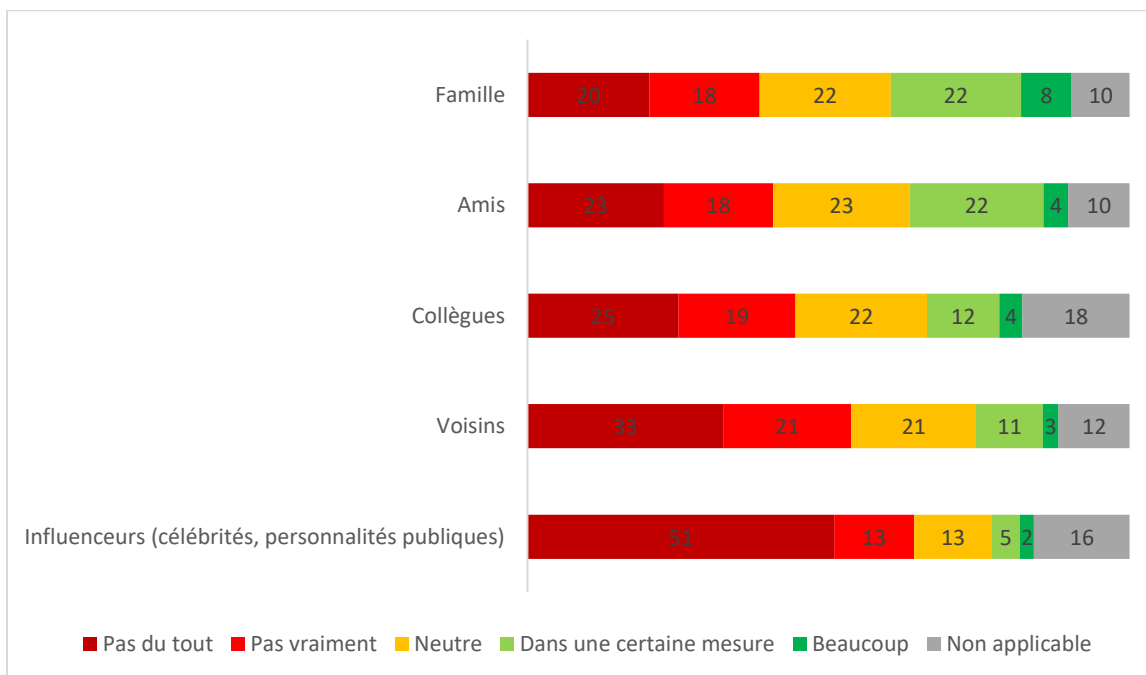
L'influence des contacts sociaux sur les comportements favorables au climat est jugée limitée par les répondants (Figure 52). La famille et les amis ont le plus d'influence, 30–31 % des répondants indiquant qu'ils sont quelque peu à très fortement influencés par eux. Les collègues jouent un rôle modéré, avec 16 % qui se laissent clairement influencer, tandis que les voisins et surtout les influenceurs ont le moins d'effet, avec seulement 5–7 % qui disent qu'ils exercent une très forte influence.

Dans le même temps, une grande partie des répondants indique que les influenceurs ne jouent absolument aucun rôle (51 %) et que les voisins aussi n'ont pratiquement aucune influence pour un tiers du groupe.

Les amis influencent surtout les femmes, les jeunes et les personnes plus diplômées, tandis que la famille influence surtout les femmes, mais les adultes plus âgés sont à peine influencés par elle. Les collègues influencent surtout les femmes, tandis que les personnes plus diplômées sont elles aussi à peine influencées par eux. Les voisins n'ont pas d'influence significative sur les personnes plus diplômées, et les influenceurs influencent principalement les femmes, tandis que les personnes plus diplômées et les adultes plus âgés ne sont pas du tout influencés par eux.

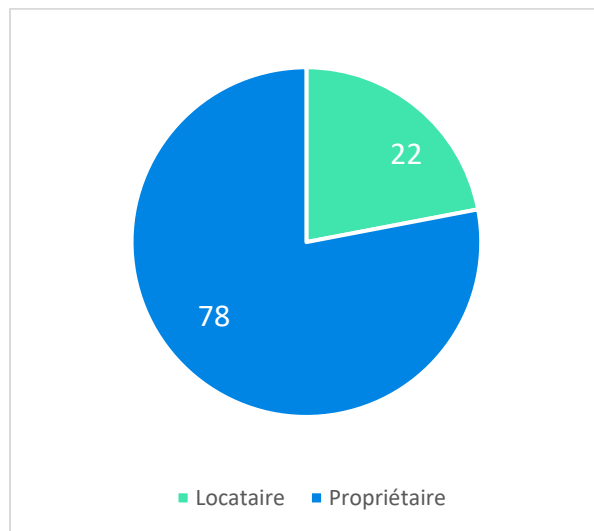
Dans l'ensemble, le réseau social direct (famille et amis) est plus important pour les répondants que les figures publiques dans les choix liés à la consommation d'énergie, à l'alimentation et au transport.

Figure 52: Influence du cercle social - Dans quelle mesure le cercle social des répondants influence-t-il leurs choix en matière de comportement respectueux du climat (p. ex. consommation d'énergie, alimentation, transport) ? (n = 1,590)



22 % des répondants indiquent être locataires du logement dans lequel ils résident principalement, un peu plus de trois quarts des personnes interrogées indiquant être propriétaires (Figure 53).

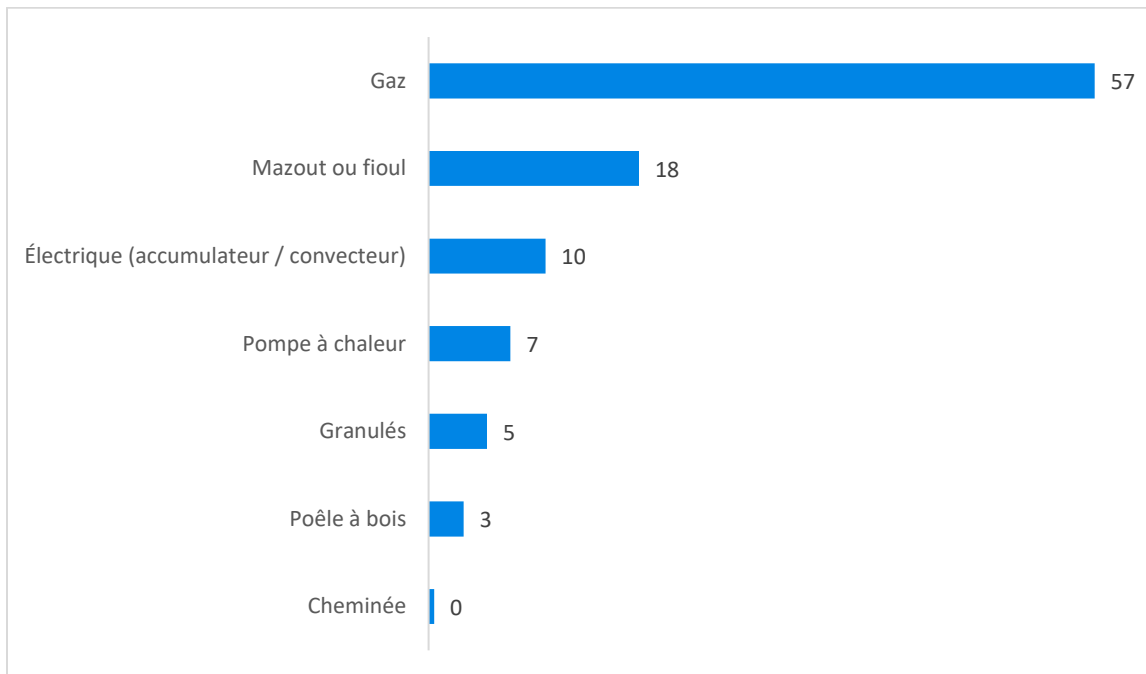
Figure 53: Statut d'occupation du logement - Les répondants sont-ils locataires ou propriétaires du logement dans lequel ils résident principalement ? (n = 1,590)



Ensuite, le mode de **chauffage principal** a été examiné (Figure 54). Le gaz est la source de chauffage la plus utilisée (57 %). Le mazout ou fioul suit avec 18 %.

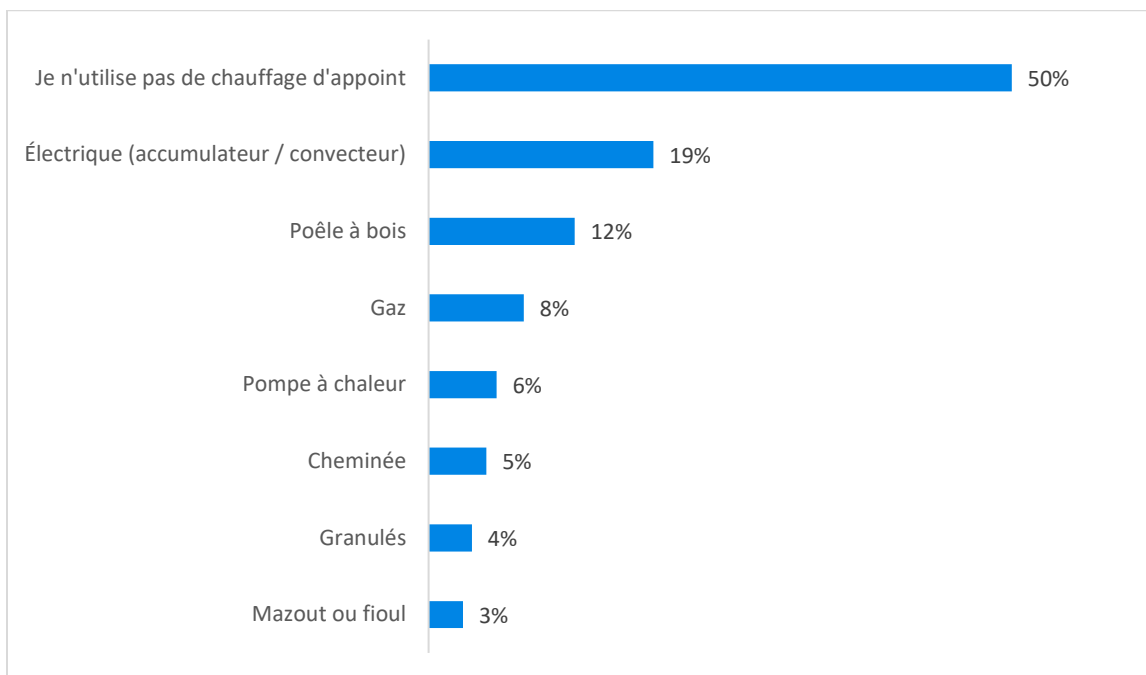
Le **chauffage électrique (convecteur, accumulation)** et les **poêles à bois** sont très peu utilisés comme chauffage principal.

Figure 54: Chauffage principal - De quelle manière les répondants chauffent-ils principalement leur logement ? (n = 1,597)



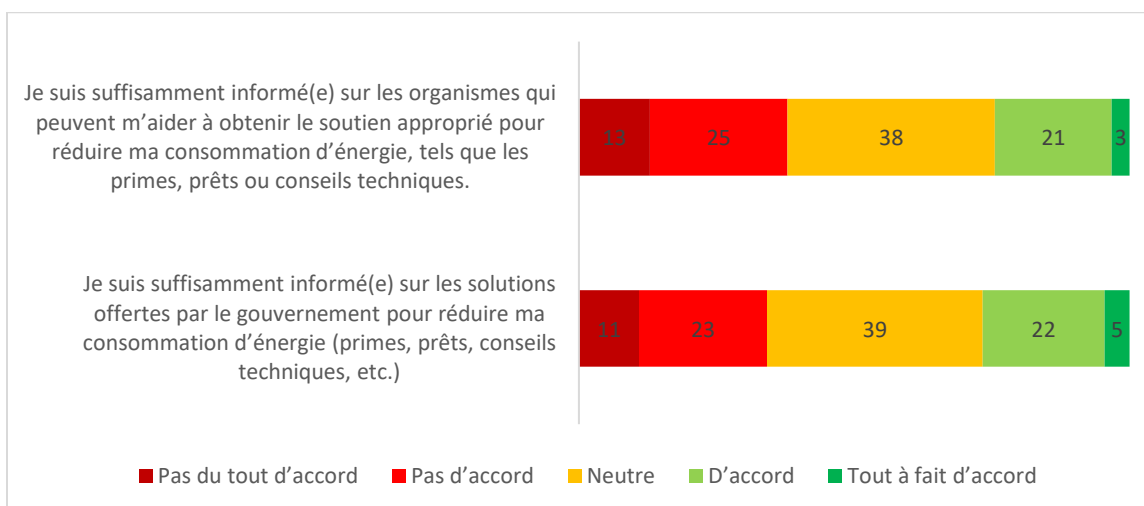
Pour les résultats suivants, l'analyse porte sur le **chauffage d'appoint déclaré** (Figure 55) La moitié des répondants indiquent ne pas utiliser de chauffage complémentaire (50 %). Parmi ceux qui en utilisent, les appareils électriques (tels que les accumulateurs ou les convecteurs) sont les plus fréquents (19 %), suivis par les poêles à bois (12 %) et le chauffage au gaz (8 %). D'autres formes de chauffage d'appoint, telles que les pompes à chaleur (6 %), les foyers ouverts (5 %), les pellets (4 %) et le mazout ou le fioul domestique (3 %), ne sont utilisées que par une minorité limitée.

Figure 55: Chauffage d'appoint - De quelle(s) manière(s) les répondants chauffent-ils leur logement en complément, en plus du chauffage principal (le cas échéant) ? (n = 1,609)



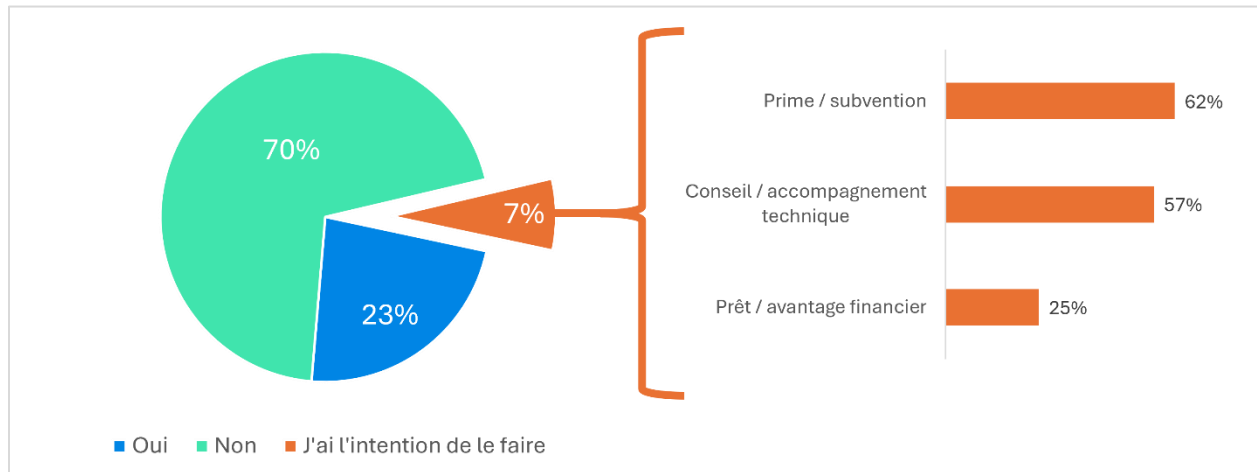
Une majorité des répondants se sentent **mal informés** sur le soutien qu'ils peuvent recevoir des pouvoirs publics ou des instances concernées pour réduire leur consommation d'énergie (Figure 56). Pour les deux affirmations, environ **1 personne sur 3 est neutre**, mais le groupe qui n'est **(pas du tout) d'accord** est clairement plus élevé, avec **34 % pour les solutions publiques** et **38 % pour les instances de soutien**, que le groupe qui est (tout à fait) d'accord. Seuls **27 %** indiquent être d'accord avec les informations émanant des pouvoirs publics et **24 %** avec les informations concernant les instances. La catégorie « **tout à fait d'accord** » reste très limitée (5 % pour les solutions publiques et 3 % pour les instances). En résumé, les répondants se sentent **plutôt insuffisamment informés** tant sur les mesures publiques disponibles que sur les instances appropriées pour un accompagnement en matière d'efficacité énergétique.

Figure 56: Affirmations sur le sentiment d'être informé - Dans quelle mesure les répondants sont-ils d'accord ou non avec les affirmations suivantes ? (n = 1,578)



Les résultats montrent que **70 %** des répondants **ne font pas usage** du soutien des pouvoirs publics pour réduire leur consommation d'énergie, tandis que **23 % y ont recours** (significativement plus parmi les personnes ayant un niveau d'études plus élevé) (Figure 57). En outre, **7 %** indiquent **avoir l'intention** de le faire à l'avenir. Parmi ceux qui recherchent effectivement un soutien, ce sont surtout les **primes et subventions (62 %)** ainsi que les **conseils ou l'accompagnement techniques (57 %)** qui sont les plus populaires. Un soutien financier sous la forme d'un **prêt ou d'un autre avantage** est mentionné comme option par **25 %**. En bref : seule une minorité fait usage d'un soutien, mais ceux qui le font choisissent surtout des **primes et un accompagnement technique**.

Figure 57: Soutien public - Les répondants ont-ils déjà eu recours à un mécanisme de soutien public pour réduire leur consommation d'énergie ? Quelle(s) forme(s) de soutien public envisagent-ils d'utiliser pour réduire leur consommation d'énergie ? (n = 1,552)



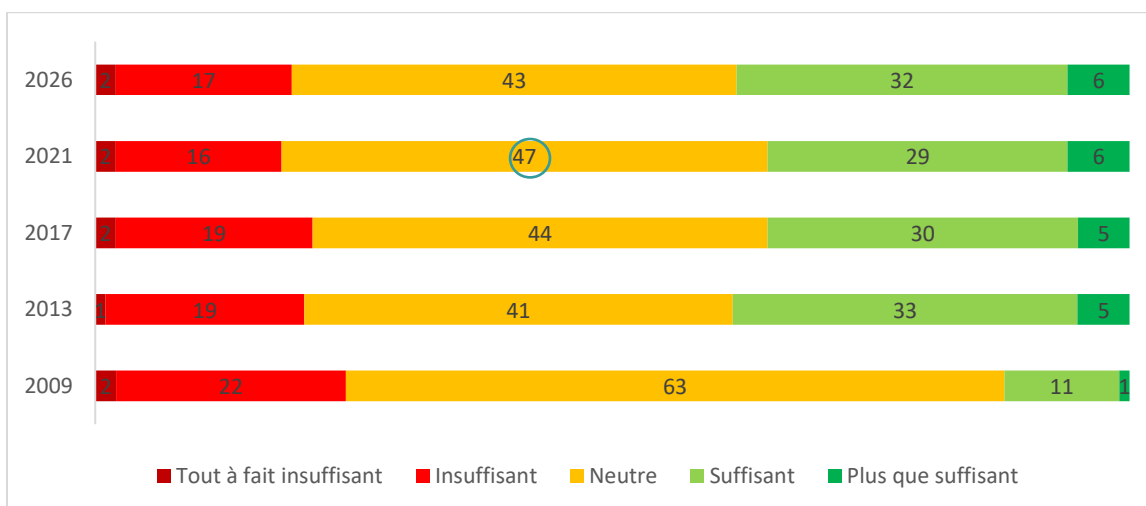
Dans l'évaluation de leurs propres efforts pour lutter contre le changement climatique, on observe **un glissement progressif dans la manière dont les gens estiment leur engagement entre 2009 et 2026** (Figure 58).

La part des répondants qui indiquent **prendre suffisamment d'initiatives** augmente nettement, passant de 12 % en 2009 à 38 % en 2026. La part de ceux qui estiment **en faire plus qu'assez** augmente également, de 1 % à 6 %. Dans le même temps, la part de ceux qui **restent neutres** diminue de 63 % à 43 %.

Le pourcentage de ceux qui indiquent **prendre des initiatives insuffisantes ou tout à fait insuffisantes** reste relativement stable au fil des années, autour de 18–24 %.

Les **adultes plus âgés** indiquent plus souvent prendre suffisamment d'initiatives pour lutter contre le changement climatique que les jeunes.

Figure 58: Initiatives personnelles pour lutter contre le changement climatique – Les répondants estiment-ils prendre eux-mêmes suffisamment d’initiatives pour lutter contre le changement climatique ? (n = 1,590)

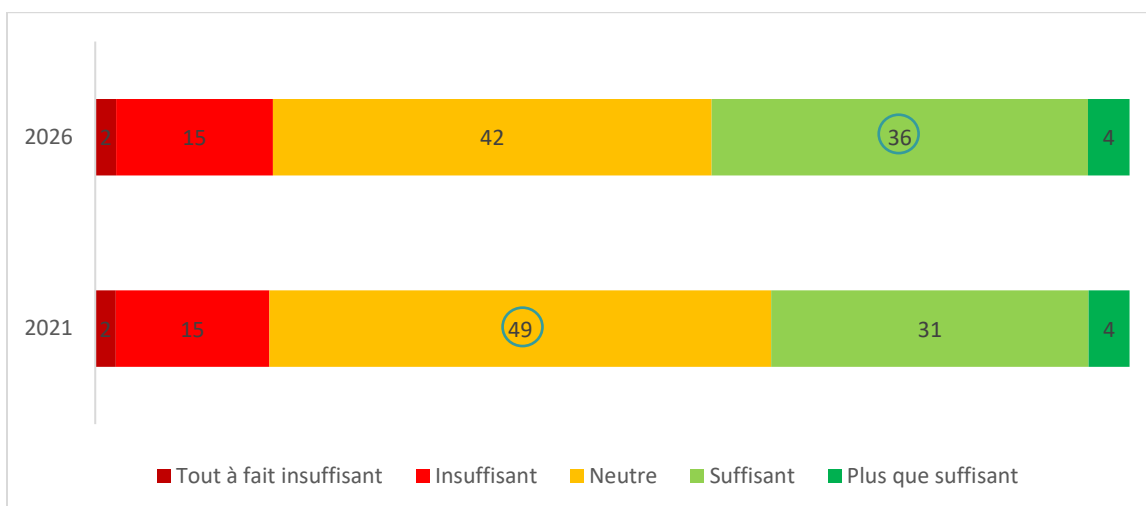


Lorsque nous examinons **la mesure dans laquelle les répondants estiment prendre suffisamment d’initiatives pour s’adapter aux conséquences du changement climatique**, nous observons une légère évolution entre 2021 et 2026 (Figure 59).

La part des répondants qui indiquent **prendre suffisamment d’initiatives** passe de 31 % à 36 %. Le pourcentage de ceux qui estiment **en faire plus qu’assez** reste stable à 4 %. Dans le même temps, la part de ceux qui **restent neutres** diminue de 49 % à 42 %.

La part de ceux qui indiquent **prendre des initiatives insuffisantes ou tout à fait insuffisantes** reste inchangée à 17 %. Cela suggère que **de plus en plus de répondants ont le sentiment de s’adapter activement aux conséquences du changement climatique**, même si une part importante continue d’adopter une position neutre à cet égard.

Figure 59: Initiatives personnelles pour s'adapter au changement climatique – Les répondants estiment-ils prendre eux-mêmes suffisamment d'initiatives pour s'adapter aux conséquences du changement climatique ? (n = 1,590)



En 2026, la satisfaction à l'égard des actions du gouvernement pour lutter contre le changement climatique est assez faible (Figure 60). Une majorité des répondants reste critique : 10% ne sont pas du tout satisfaits et 28% pas vraiment satisfaits. En même temps, près de la moitié adopte une position neutre (48%), ce qui indique une attitude attentiste. Seule une minorité est satisfaite ou très satisfaite, avec 13% satisfaits et 1% très satisfaits.

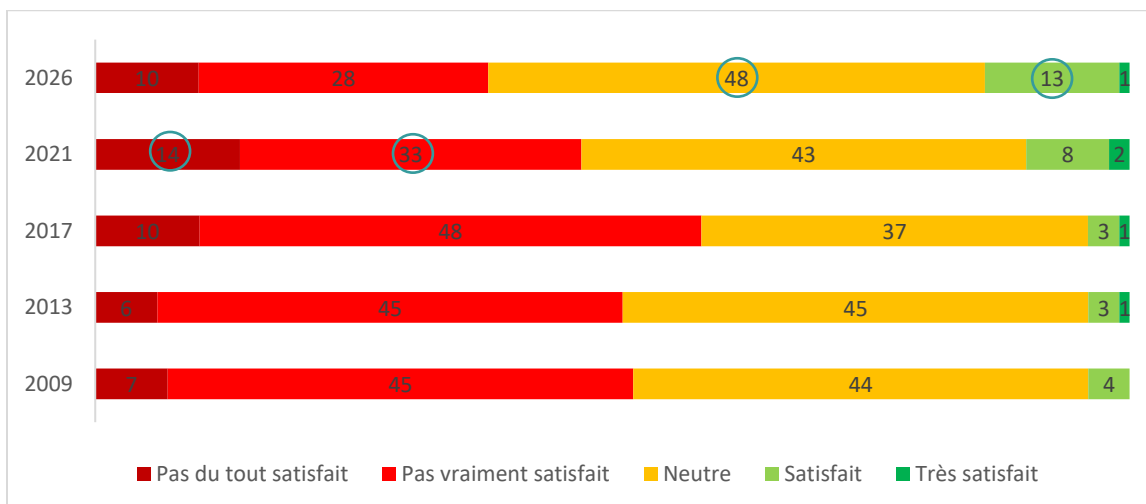
Lorsque nous examinons la satisfaction à l'égard des actions du gouvernement pour lutter contre le changement climatique au fil du temps, nous observons des évolutions nettes entre 2009 et 2026.

L'insatisfaction domine pendant longtemps. En 2009, 52% indiquent être pas ou pas du tout satisfaits. Cette part reste également élevée dans les années suivantes, avec un pic en 2017 (58%) et en 2021 (47%). En 2026, ce groupe diminue à 38%, ce qui indique une légère baisse de l'insatisfaction chez les répondants.

En même temps, la part des répondants qui sont satisfaits de la politique gouvernementale augmente. Alors qu'elle n'est que de 4% en 2009, elle atteint 14% en 2026 (13% satisfaits et 1% très satisfaits). En outre, un grand groupe continue d'adopter une attitude neutre, avec 48% en 2026.

Une part importante des répondants reste critique à l'égard de la politique climatique du gouvernement, même si l'évolution indique une légère amélioration de la perception.

Figure 60: Satisfaction à l'égard des actions du gouvernement pour lutter contre le changement climatique – Dans quelle mesure les répondants sont-ils satisfaits des actions du gouvernement pour lutter contre le changement climatique ? (n = 1,590)

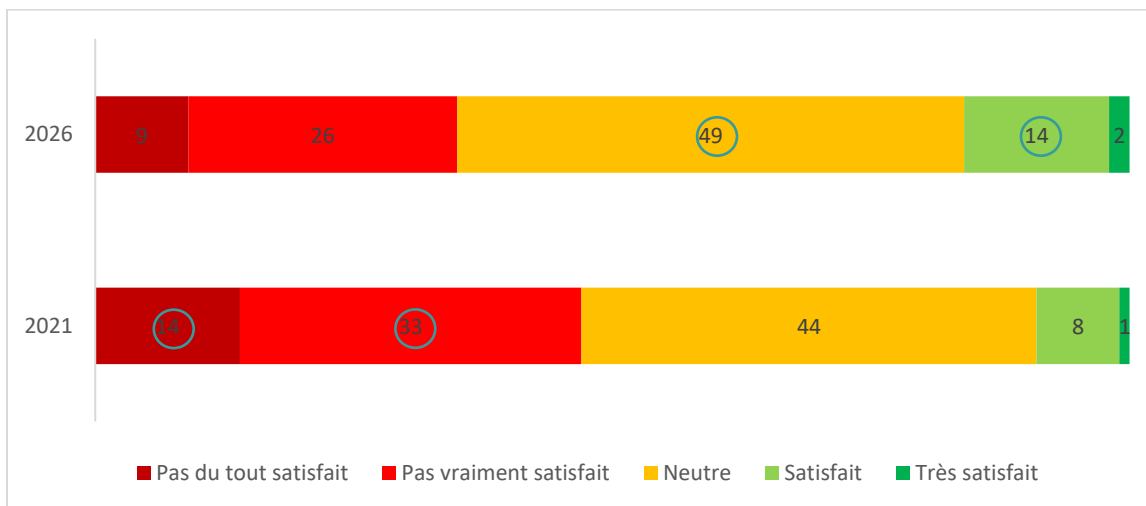


Près de la moitié des répondants (49%) sont neutres à l'égard des actions du gouvernement pour s'adapter aux conséquences du changement climatique, tandis que 14% sont satisfaits et 2% très satisfaits. En même temps, 26% ne sont pas vraiment satisfaits et 9% pas du tout satisfaits. Nous observons à nouveau un glissement entre 2021 et 2026 (Figure 61).

La part des répondants **pas ou pas du tout satisfaits** diminue de 47% en 2021 à 35% en 2026. En même temps, la part de ceux qui sont **satisfaits ou très satisfaits** augmente de 9% à 16%.

En outre, la part des répondants ayant une **attitude neutre** augmente également, de 44% à 49%. Cela indique que **la satisfaction à l'égard des mesures d'adaptation du gouvernement augmente légèrement**, tandis qu'une grande partie des répondants conserve une attitude plutôt attentiste.

Figure 61: Satisfaction à l'égard des mesures gouvernementales visant à nous adapter au changement climatique – Dans quelle mesure les répondants sont-ils satisfaits des actions du gouvernement pour s'adapter aux conséquences du changement climatique ? (n = 1,590)



CONCLUSIONS

Préoccupations, perceptions et causes du changement climatique

Les résultats montrent qu'une large majorité des répondants s'inquiète de thèmes de société, les **préoccupations économiques** ressortant actuellement le plus fortement. **Les hausses de prix constituent, avec 81%, la source d'inquiétude la plus marquée**, suivies par **l'environnement**, à propos duquel **72% se disent préoccupés ou très préoccupés**. Cette préoccupation pour l'environnement est légèrement plus faible que dans les éditions précédentes, mais reste l'une des principales préoccupations sociétales.

Au sein de la problématique environnementale, **le changement climatique** reste une source centrale et stable d'inquiétude. **72% des répondants indiquent être préoccupés par le changement climatique**, ce qui correspond aux mesures précédentes.

En ce qui concerne l'**origine** du changement climatique, **73% des répondants désignent les activités humaines** comme cause principale. En outre, **17% attribuent le changement climatique à des phénomènes naturels**, tandis que **8% indiquent ne pas le savoir**. Ces groupes minoritaires montrent qu'il existe encore une marge pour renforcer l'**éducation au climat** afin de réduire les idées fausses.

La mesure dans laquelle les répondants jugent différents **secteurs** responsables varie clairement. L'industrie et les transports sont considérés comme les plus grands émetteurs. Pour d'autres secteurs, comme le chauffage des logements, l'agriculture et les déchets, les contributions sont estimées de manière moins marquée. Cela indique que l'évaluation des contributions sectorielles correspond en partie aux profils d'émission réels, mais que, par exemple, le rôle des bâtiments (chauffage) et, plus largement, de certains processus industriels est plutôt sous-estimé.

En outre, **78%** estiment que le changement climatique **doit être traité de toute urgence**, ce qui confirme le fort soutien sociétal à l'action. Cette urgence se reflète aussi dans les préoccupations spécifiques : le **nombre croissant de catastrophes naturelles**, telles que les tempêtes et les inondations, est désigné par **50% comme principale préoccupation** et par **20% comme deuxième préoccupation la plus importante**. La **hausse des températures, surtout en été**, est également considérée comme préoccupante par une part importante des répondants.

Solutions et politiques en matière de climat aux niveaux international, européen et belge



Les résultats montrent qu'une grande majorité des répondants est convaincue que le changement climatique peut et doit être combattu. Seuls **15%** pensent qu'il n'y a plus rien à faire, ce qui confirme que la croyance en des solutions possibles reste très largement partagée. **67%** estiment que **des adaptations du mode de vie sont nécessaires** pour lutter contre le changement climatique. La confiance dans le **progrès technologique** est plus modérée : **45%** sont d'accord avec cette idée, tandis que **36%** restent neutres.

La condition la plus souvent mentionnée pour accepter les changements nécessaires est que les **efforts soient répartis de manière équitable (61%)**. En outre, les répondants montrent qu'ils attachent surtout de l'importance à la prise de décision collective, à la compensation des désavantages et à un rythme de changement réaliste. La transition climatique est surtout perçue comme une opportunité pour **l'environnement (82%)** et pour la **santé (54%)**. La perception selon laquelle la transition offre des avantages économiques est moins marquée : **34%** voient des opportunités pour la compétitivité des entreprises européennes, et **41%** pour l'économie belge, mais de grands groupes restent neutres (respectivement 45% et 41%).

En ce qui concerne l'efficacité des différents acteurs, **38%** indiquent que « **chacun d'entre nous** » peut contribuer à résoudre le changement climatique. Lorsque les répondants doivent désigner un seul acteur, ce sont les **instances internationales (21%)** et les **entreprises (17%)** qui sont le plus souvent considérées comme les acteurs les plus efficaces. Les autorités locales et nationales sont moins souvent citées spontanément.

Il n'y a **pas de soutien pour une pause dans l'action climatique**. **60%** estiment que **l'UE doit maintenir ses ambitions climatiques**, même à la lumière de la guerre en Ukraine et des défis liés à la défense. Une large majorité souhaite que la transition climatique **se poursuive au moins au rythme actuel** : tant pour la Belgique que pour l'UE, **44%** l'indiquent. En outre, **39–38%** estiment même que la transition doit être **accélérée**.

Une très large majorité (**73%**) soutient un accent plus fort sur la **production européenne et les produits d'Europe**, notamment afin d'aider indirectement à réduire les émissions mondiales (comme celles de la Chine). Cela indique que les répondants considèrent la politique climatique et la politique industrielle européenne comme complémentaires.



Le soutien aux **mesures structurelles et systémiques** est important. **66%** soutiennent une **taxe carbone sur les importations**, **63%** soutiennent l'objectif d'atteindre **45% d'énergie renouvelable** d'ici 2030, et **58%** estiment que l'UE doit réaliser ses réductions d'émissions **entièrement sur son propre territoire**. La **rénovation prévue de 35 millions de bâtiments d'ici 2030** bénéficie également du soutien de **57%**.

Pour les mesures qui touchent directement les citoyens, le soutien est plus partagé. L'**interdiction des nouvelles voitures à combustibles fossiles à partir de 2035** est soutenue par **30%**, tandis que **44%** y sont opposés. Un **prix du CO₂ pour les ménages et les petites entreprises à partir de 2027** reçoit un soutien limité (**29% d'accord, 42% pas d'accord**).

En ce qui concerne l'utilisation des recettes climatiques, la préférence est clairement sociale et tournée vers l'avenir. Le plus grand soutien va au **renforcement de la résilience de la Belgique face aux risques climatiques (70%)**, suivi du **soutien aux ménages qui investissent dans la réduction des émissions (71%)** et des **investissements dans les transports publics (65%)**. Le **soutien ciblé aux ménages et aux entreprises vulnérables (61%)** est également largement soutenu. Le soutien aux mesures économiques en faveur des grandes entreprises est nettement plus faible.

Outre l'atténuation, il existe aussi un **large soutien à l'adaptation climatique**. La majorité voit un rôle important pour les pouvoirs publics dans la protection des personnes et des infrastructures contre les conséquences du changement climatique. Le plus grand soutien va à **davantage de nature en ville (76%)**, à la **révision de l'aménagement du territoire pour limiter les risques climatiques (74%)** et au **renforcement de la protection civile et des plans d'urgence (73%)**. Des **mesures pratiques** telles que l'ouverture temporaire de **bâtiments publics climatisés** pendant les vagues de chaleur recueillent également un soutien (**57%**). Seule une petite minorité estime que les pouvoirs publics ne doivent pas s'occuper de l'adaptation.

Informations et connaissances sur le changement climatique

L'intérêt pour les questions environnementales et la problématique climatique reste stable et élevé au fil des années : environ deux tiers s'y intéressent. Le degré auquel les personnes se sentent informées reste également au même niveau que lors des éditions précédentes (6,4 sur 10 en moyenne). En 2026, 55 % des répondants sont intéressés par la réception d'informations sur le changement climatique, soit une légère hausse par rapport à 52 % en 2021.

Les résultats montrent que **les médias traditionnels et les canaux en ligne généralistes** jouent toujours le rôle le plus important dans la **diffusion passive d'informations sur le changement climatique**. Les répondants indiquent que, sans les rechercher activement, ils reçoivent surtout des informations via les **journaux et magazines**, la **radio** et les **sources internet généralistes**. Lorsqu'ils recherchent délibérément des informations, l'importance des canaux se déplace : **internet devient alors la source principale (38%)**, suivi des **journaux et magazines (27%)**.

De nombreux répondants trouvent **difficile de distinguer les informations fiables de la désinformation sur les réseaux sociaux**. **58%** déclarent être d'accord avec cette affirmation, tandis que seule une petite minorité n'est pas d'accord et qu'un tiers reste neutre. Cela indique que les réseaux sociaux jouent bien un rôle dans le paysage de l'information, mais que la **confiance dans leur fiabilité est limitée**.

Il existe en outre un **large soutien aux mesures gouvernementales contre la désinformation climatique**. **Sept répondants sur dix** estiment que le gouvernement doit agir contre la **diffusion intentionnelle d'informations erronées** sur le changement climatique. Cela correspond à l'attente selon laquelle les pouvoirs publics doivent jouer un rôle actif dans la diffusion d'informations correctes et accessibles.

En ce qui concerne les sources d'information souhaitées, les répondants expriment une nette préférence pour des **sources perçues comme fiables et expertes**. Les **scientifiques et universitaires indépendants** sont les plus souvent cités (**64%**), suivis par les **instances publiques**. Au sein des pouvoirs publics, **le gouvernement fédéral obtient le score le plus élevé (59%)** comme source d'information souhaitée. D'autres acteurs institutionnels (tels que les autorités locales et les institutions européennes) sont également régulièrement mentionnés, mais de manière moins marquée. Les **sources commerciales ou informelles, comme les influenceurs, sont jugées beaucoup moins appropriées** pour diffuser des informations liées au climat.



Comportement personnel et mode de vie

Le nombre moyen de voitures par ménage **passé de 1,5 en 2021 à 1,33 en 2026**, tandis que le nombre de **voitures de société est divisé par deux (de 0,47 à 0,23)**. En même temps, **la part des voitures diesel diminue (de 42% à 25%)**, et l'usage des **voitures à essence augmente (jusqu'à 57%)**, tout comme celui des **voitures 100% électriques (de 1% à 5%)**, des **hybrides rechargeables (de 2% à 4%)** et des **hybrides (de 2% à 6%)**.

Concernant les comportements concrets visant à limiter **l'impact personnel sur le climat**, une grande partie des répondants déclare déjà **marcher ou faire du vélo (57%)**, **ne pas laisser tourner le moteur à l'arrêt (62%)** et **adapter son style de conduite pour l'environnement (51%)**. Au sein du logement, de nombreux gestes d'économie d'énergie sont déjà appliqués. **Éteindre les lumières (76%)**, **utiliser un éclairage LED (71%)**, **choisir des programmes économes (66%)** et **baisser le chauffage (64%)** sont les pratiques les plus répandues. À l'avenir, les répondants souhaitent surtout passer à un **chauffage sans combustibles fossiles** et **éteindre complètement les appareils**. Dans le ménage, le **tri des déchets (86%)**, **l'utilisation économe de l'eau chaude (73%)** et le **choix de produits de saison (68%)** sont largement pratiqués.

Le chauffage aux combustibles fossiles reste très standard. Le gaz **est la source de chauffage la plus utilisée (57%)**. **Le mazout ou le fioul suit avec 18%**. **Le chauffage électrique (convecteur, accumulation) (10%)**, **les pompes à chaleur (7%)** et **les poêles à bois (3%)** sont très peu utilisés comme chauffage principal.

27% des répondants indiquent qu'ils ne vont pas rénover leur logement soit parce qu'ils ne sont pas propriétaires, soit parce que leur logement a déjà été rénové, soit parce qu'ils ne veulent pas rénover. Pour ceux qui peuvent bénéficier d'un soutien afin d'entreprendre une rénovation énergétique approfondie de leur logement, **le soutien financier constitue le principal obstacle (58%)**, suivi des **conseils techniques (47%)** et de **l'aide pour trouver des entrepreneurs (33%)**. Seul **un petit groupe de 17% indique ne pas avoir besoin d'aide**. Les répondants se sentent **plutôt insuffisamment informés** tant sur les mesures publiques disponibles que sur les instances appropriées pour un accompagnement en matière d'efficacité énergétique.

Lors des achats de produits, la **consommation d'énergie reste un facteur important à très important**, surtout pour les matériaux d'isolation, le vitrage, les appareils de chauffage et les appareils ménagers. Pour les voitures, l'importance de la consommation d'énergie est **plus faible**. L'influence de l'entourage



social sur les comportements favorables au climat est limitée, même si la **famille et les amis** jouent un rôle plus important que les **collègues, voisins ou influenceurs**.

Enfin, une part croissante des répondants indique qu'elle **prend suffisamment ou plus que suffisamment d'initiatives**, tant pour lutter contre le changement climatique que pour s'adapter à ses conséquences. La **satisfaction à l'égard de la politique gouvernementale** reste limitée, mais une **légère amélioration** est néanmoins visible par rapport à 2021.

