

22. Les défis de l'énergie

22.1 - Énergie et changements climatiques

Partie 4 – Climatoscope 2020

Benjamin Marois, Ing.

Département de génie mécanique

Daniel R. Rousse, ing., Ph.D



Plan de cette présentation

- Introduction et objectifs
- Climatoscope
- Baromètre de l'action climatique
- Conclusion

Plan de cette présentation

- ***Introduction et objectifs***
- Climatoscope
- Baromètre de l'action climatique
- Conclusion

Introduction et objectifs

- Le Climatoscope est une revue de vulgarisation scientifique publiée annuellement qui porte sur les changements climatiques;
- Elle est destinée à un public intéressé mais non expert afin de sensibiliser la population;
- La revue fut mise sur pied par une équipe de professeur(e)s de l'Université de Sherbrooke.

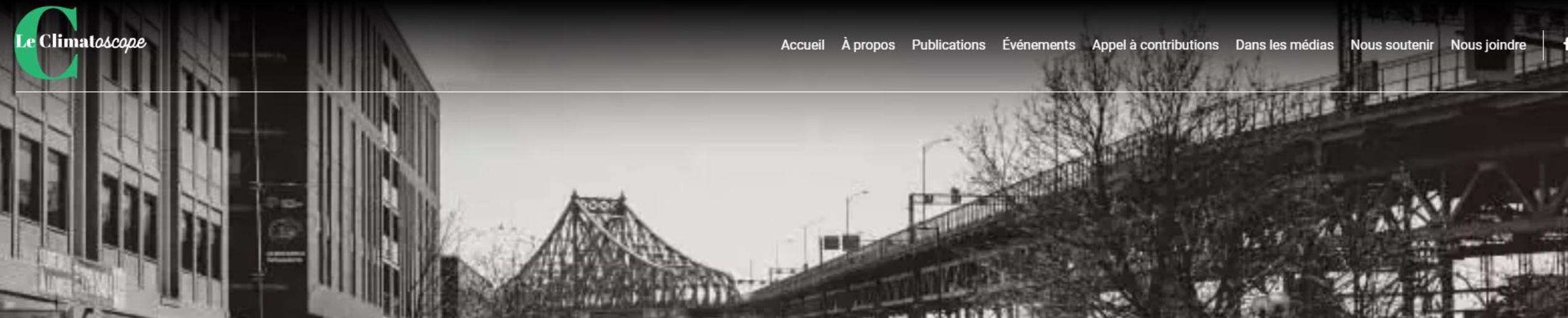


Introduction et objectifs

- Objectifs de cette présentation :
 - Comprendre le fonctionnement et les activités réalisées par le Climatoscope;
 - Présenter le point de vue des Québécois(es) envers les défis climatiques.

Plan de cette présentation

- Introduction et objectifs
- ***Climatoscope***
- Baromètre de l'action climatique
- Conclusion



Climatoscope

- Le Climatoscope a pour but de contribuer à la lutte aux changements climatiques par la diffusion d'articles scientifiques à un large public;
- Revue annuelle (150 pages environ);
- 2 éditions produites pour l'instant;
- Articles rédigés par des scientifiques et étudiants (maîtrise/doctorat) sur une base volontaire.



<https://climatoscope.ca/revue/>

Climatoscope

- Évènements et conférences réalisés :
 - Les citoyen(ne)s face au changement climatique : victimes et bourreaux ?
 - Changement climatique: les technologies nous sauveront-elles ?
 - Covid-19 et crise climatique: l'état d'un monde à rebâtir.

Plan de cette présentation

- Introduction et objectifs
- Climatoscope
- ***Baromètre de l'action climatique***
- Conclusion

Baromètre de l'action climatique

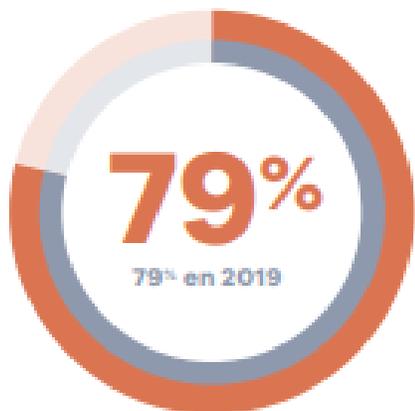
- Portrait annuel des attitudes et comportements de la population envers les défis climatique sous forme de sondage;
- Échantillon représentatif sur 2003 adultes au Québec;
- Réalisé par *Unpointcinq* et une équipe de recherche de l'université Laval.

Baromètre de l'action climatique

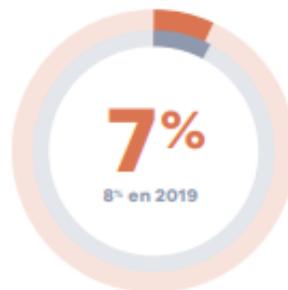
Selon vous, quel pourcentage de la population est indifférent aux enjeux climatiques en 2020 ?

- Entre 5 et 10 %
- Entre 10 et 20 %
- Entre 20 et 30 %
- Entre 30 et 40 %
- 50% et plus

L'inaction climatique à l'avant garde



« Je me perçois comme une personne très préoccupée par les problèmes environnementaux en général. »



« Il est trop tard pour lutter contre les changements climatiques. »



« Les changements climatiques ne sont pas prouvés scientifiquement. »



« Les changements climatiques ne concernent pas ma génération. »

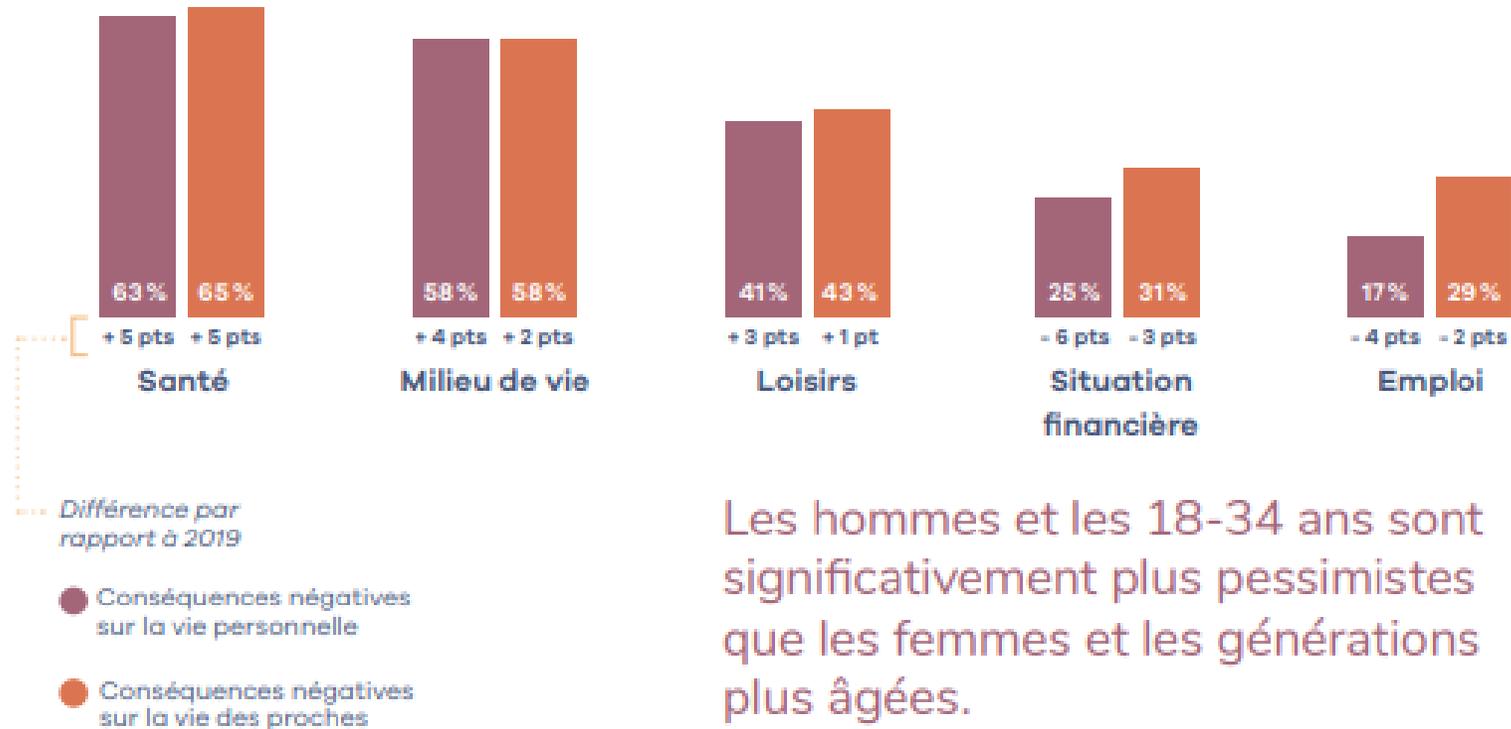


« Il est inutile d'agir au Québec, car ce sont d'autres grands pays qui émettent le plus de gaz à effet de serre. »



« Ce sont les solutions technologiques qui permettront de régler le problème des changements climatiques. »

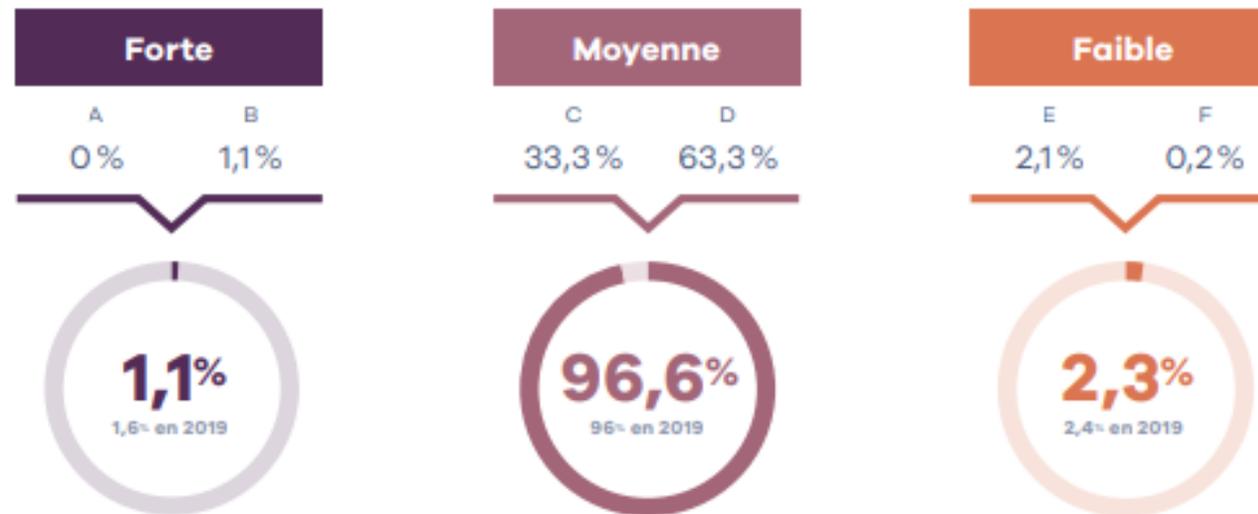
Conséquences perçues



Les hommes et les 18-34 ans sont significativement plus pessimistes que les femmes et les générations plus âgées.

Impact climatique vs impact environnemental

- Mauvaise compréhension de l'impact climatique des gestes du quotidien.
- Si on faisait passer un examen à la population sur les effets les plus nocifs sur le climat, les notes seraient :



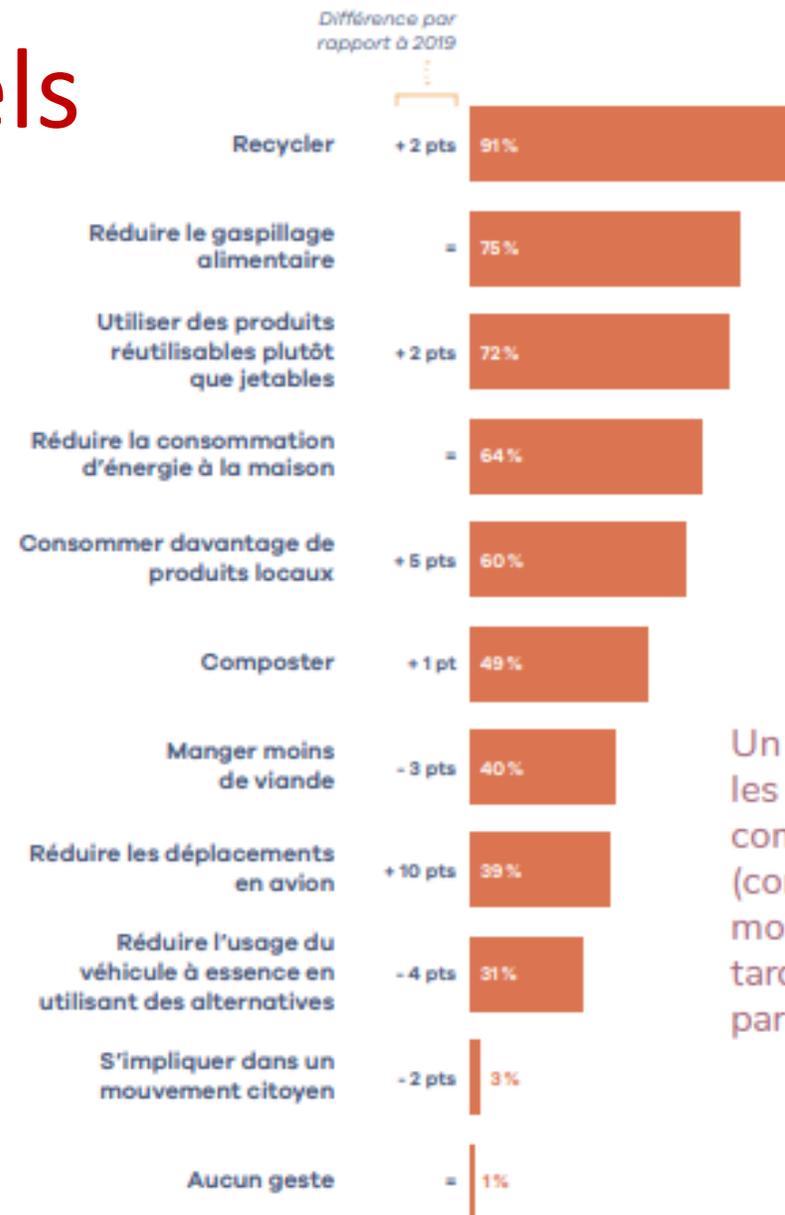
Estimation du niveau d'engagement climatique

La population est légèrement plus nombreuse à déclarer poser des gestes pour le climat que l'an passé (+ 4 points).
Les femmes et les 55 ans et plus sont les plus susceptibles de faire partie de ce groupe.



Gestes climatiques actuels

- Quels sont les gestes que la population entreprend déjà ?



Un constat demeure : les gestes qui comptent le plus (composter, manger moins de viande, etc.) tardent à être adoptés par la majorité.

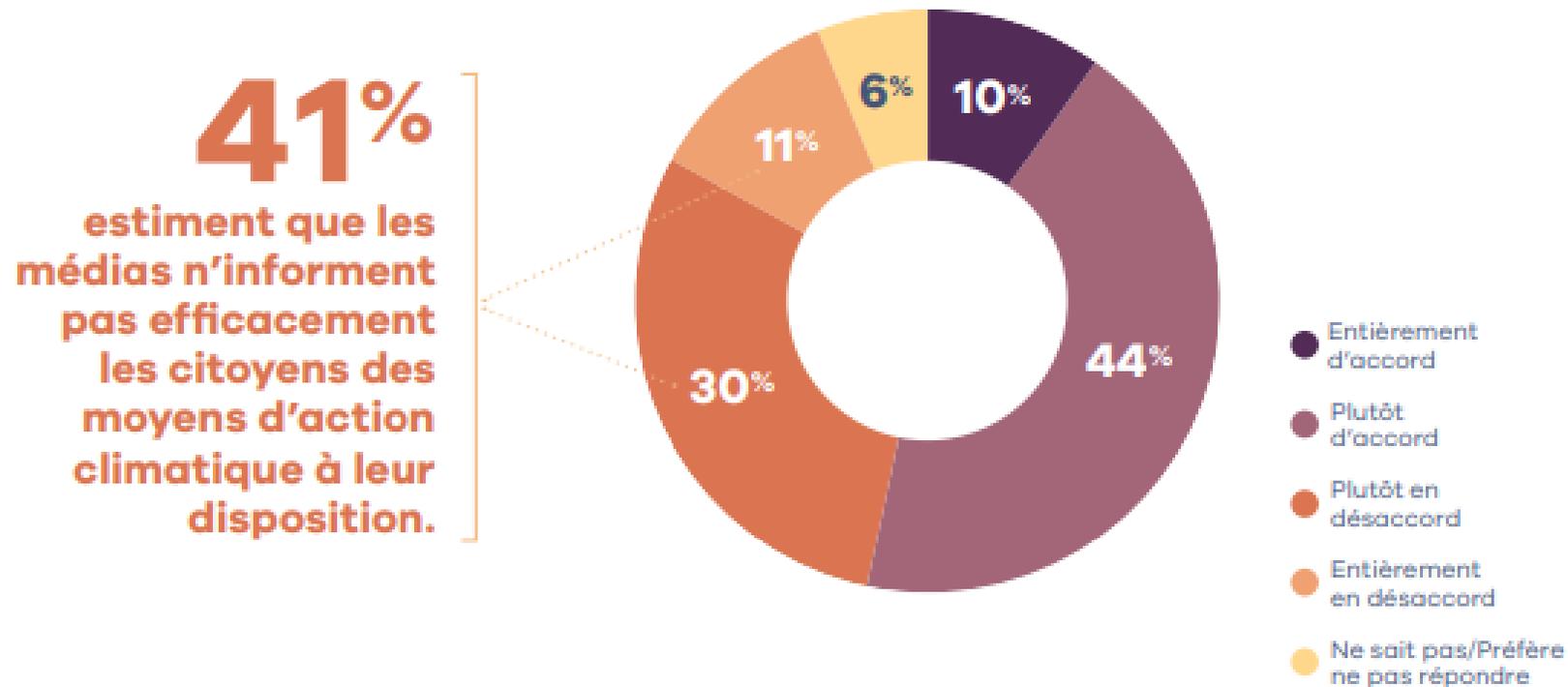
Influences potentielles

- Quelles personnes ont le plus grand impact sur l'opinion de la population?
- Fortement dépendant de la tranche d'âge



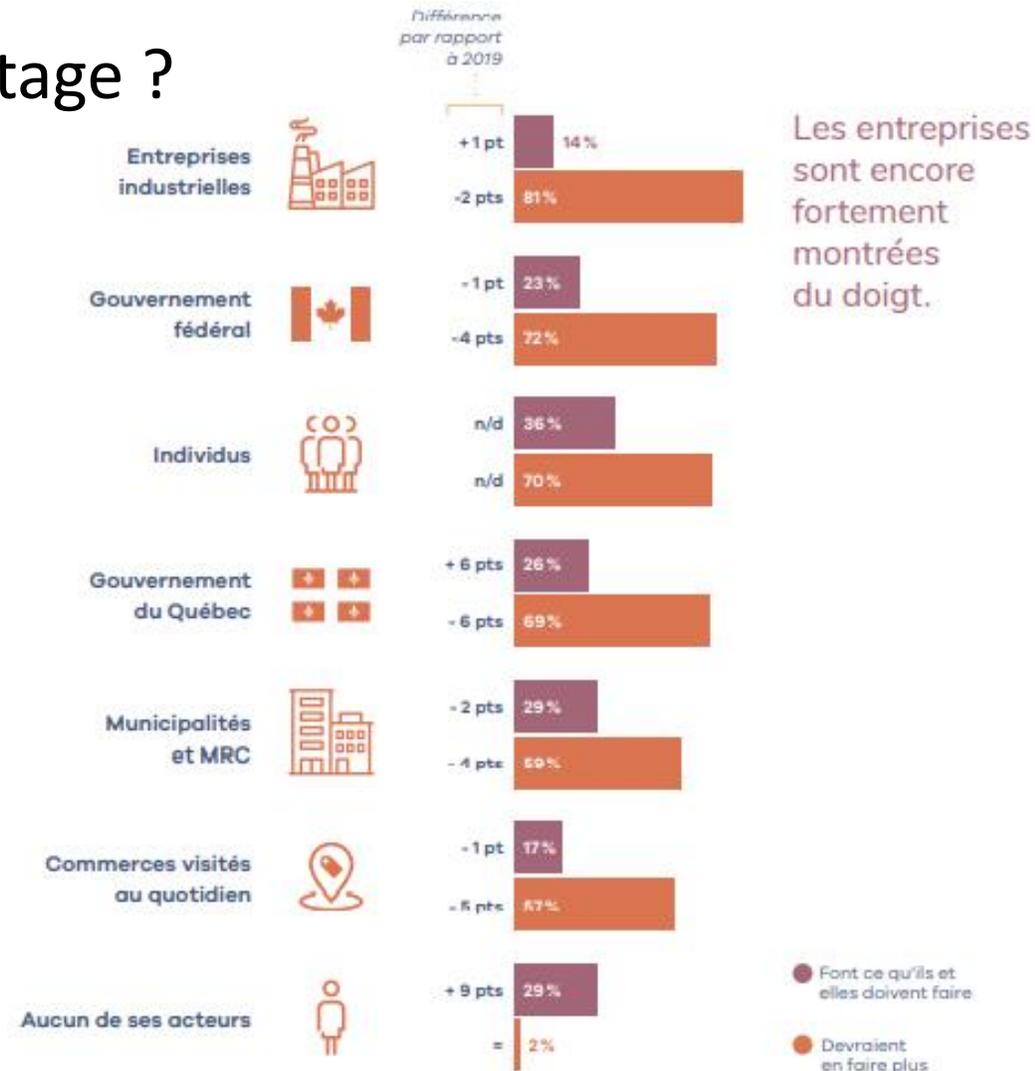
Le rôle des médias

- Est-ce que les médias jouent un bon rôle d'informateur dans la crise climatique?



À qui la responsabilité de passer à l'action?

- Qui devrait en faire davantage ?



Mesures économiques pour la lutte climatique



Frais supplémentaires pour compenser les émissions de GES à l'achat de billets d'avion

60% sont favorables



Frais supplémentaires pour l'immatriculation de véhicules énergivores

56% sont favorables



Frais supplémentaires pour le transport et la livraison d'achats en ligne

51% sont favorables



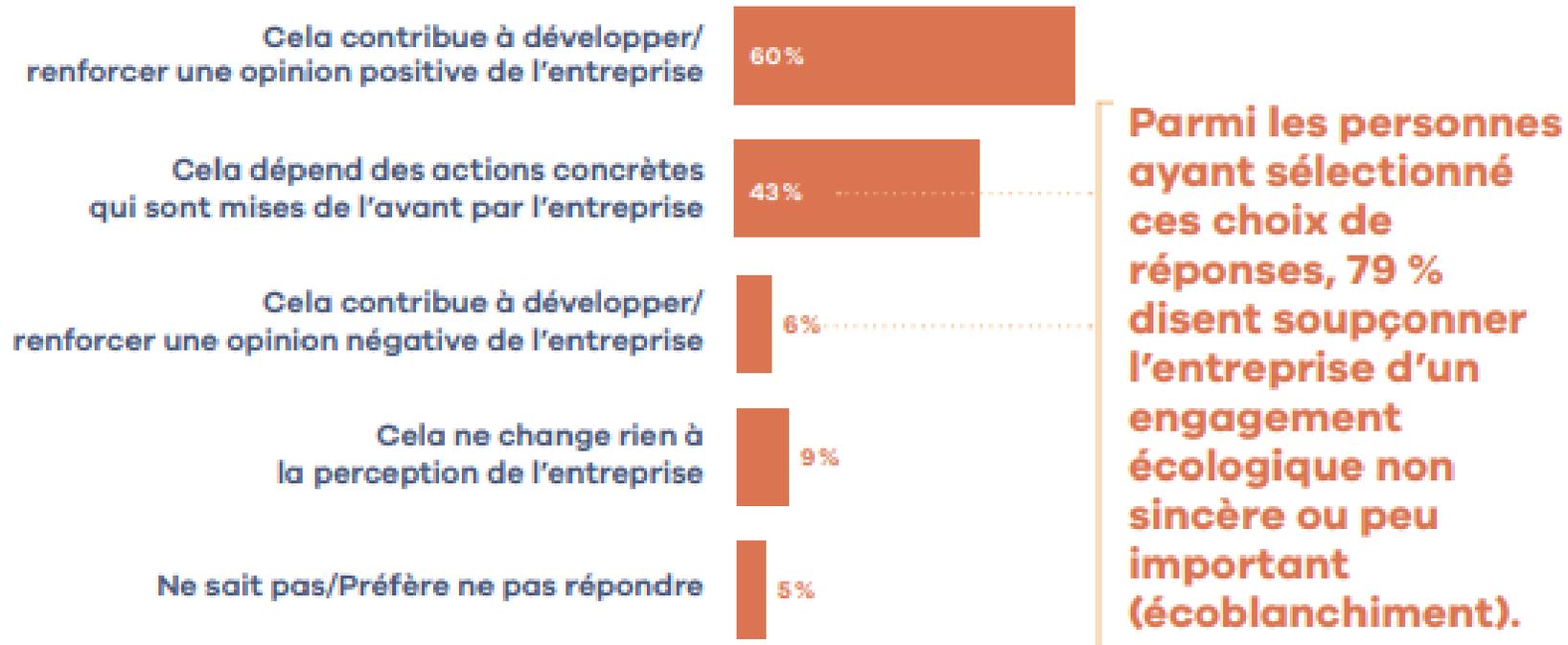
Frais pour l'utilisation du réseau routier

34% sont favorables

- Les personnes habitant la région de Montréal sont significativement plus nombreuses à appuyer ces mesures que celles habitant les autres régions du Québec.

Les entreprises engagées

- Quelle est l'influence sur la perception d'une entreprise lorsqu'elle expose ses actions en faveur du climat ?

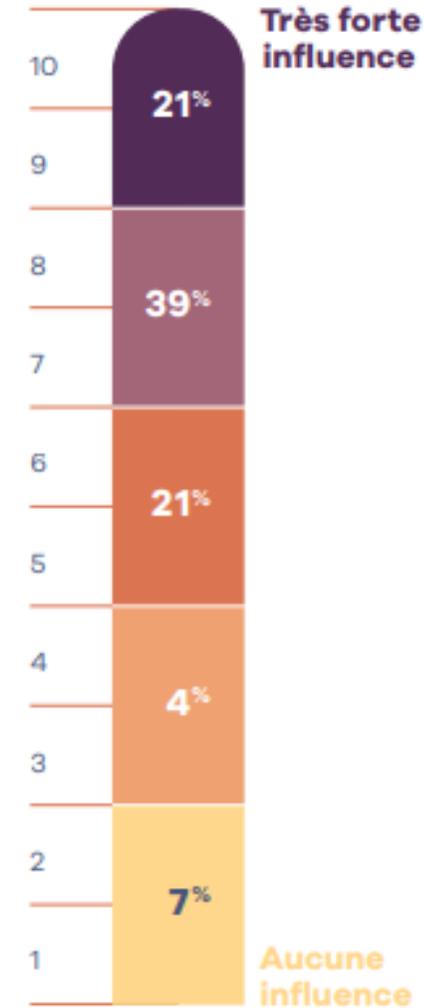


Les entreprises engagées

Sur une échelle de 1 à 10, à quel point l'engagement concret d'une entreprise ou d'une organisation envers l'action climatique peut-il influencer votre décision d'y travailler ?

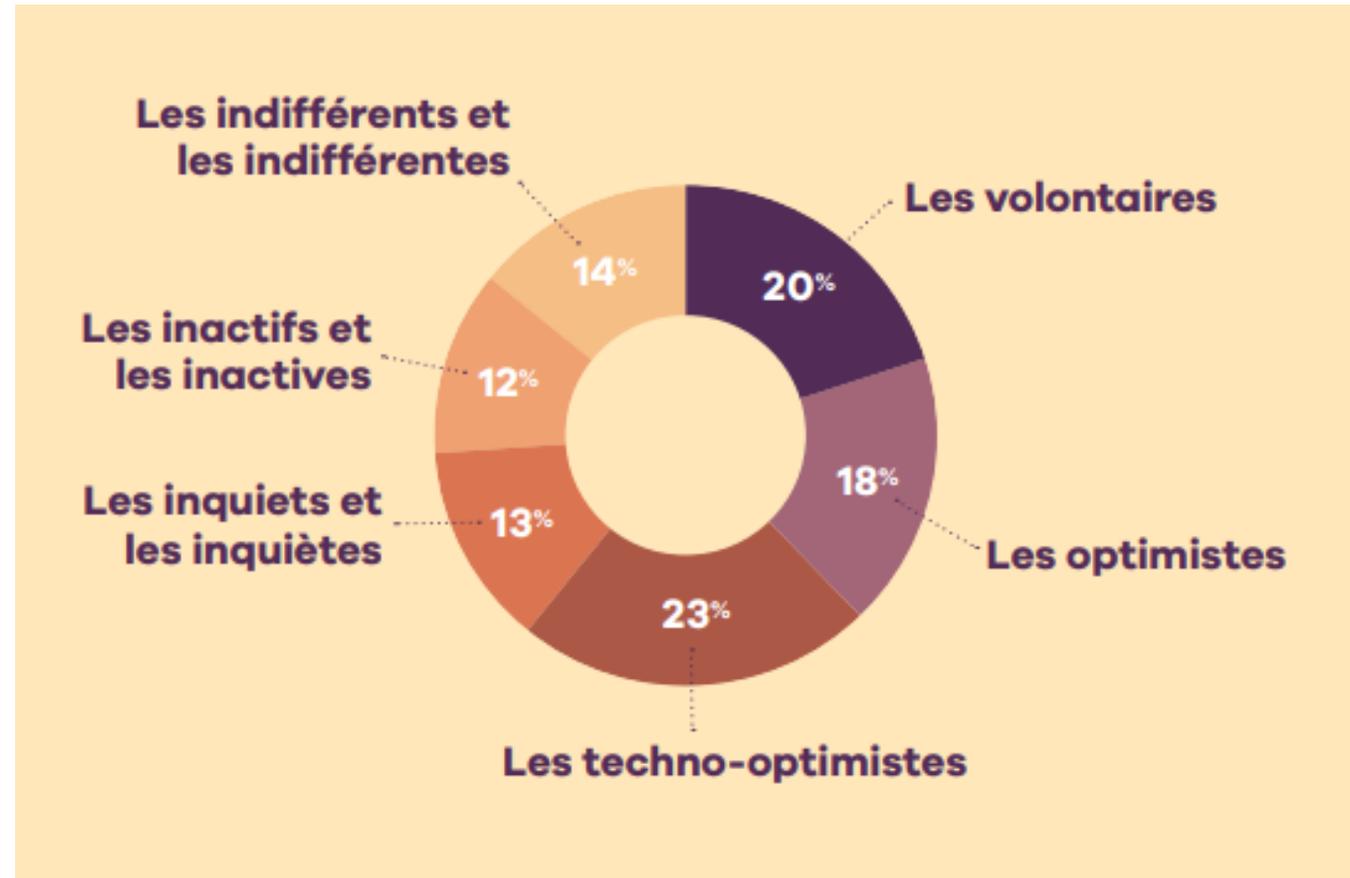


« Si je considère qu'une entreprise réalise des actions concrètes, crédibles et significatives en faveur du climat, je suis plus susceptible d'acheter ses produits plutôt que ceux d'une autre marque (si ce sont des produits dont j'ai besoin). »



Ne sait pas/ Préfère ne pas répondre: 8%

Profils climatiques de la population au Québec



Plan de cette présentation

- Introduction et objectifs
- Climatoscope
- Baromètre de l'action climatique
- ***Conclusion***

Conclusion

Faits saillants :

- Peu de changement comparé à 2019;
- Besoin d'**éducation** du public pour mieux définir les comportements induisant des émissions de GES;
- **Tout le monde** pense que tous devraient en faire **davantage**;
- La population est favorable à la **taxation**.



Merci de votre attention !

Lorsque cette capsule de formation est présentée en asynchrone (PDF récupérable sur le site du cours), si vous avez des questions à formuler, veuillez les poser par écrit et spécifier le nom et le numéro de la présentation. Nous vous répondrons le plus rapidement possible.

Période de questions

