

# ENQUÊTE SUR LES FRANÇAIS ET LA MER

## PRINCIPAUX RESULTATS DE L'ÉTUDE QUALITATIVE ET QUANTITATIVE

Ipsos Public Affairs



17 novembre 2023

[regis.suteau@ipsos.com](mailto:regis.suteau@ipsos.com) 01 41 98 90 82

[nicolas.berthier@ipsos.com](mailto:nicolas.berthier@ipsos.com) 06 67 87 98 12

[mathieu.gallard@ipsos.com](mailto:mathieu.gallard@ipsos.com) 01 41 98 91 04

[diane.lamotte@ipsos.com](mailto:diane.lamotte@ipsos.com) 01 49 49 88 55

Le rapport complet de l'enquête est à retrouver sur le site du débat public La Mer en débat : <https://www.debatpublic.fr/la-mer-en-debat>

GAME CHANGERS



# SOMMAIRE

1 - Introduction : Rappel de la méthodologie	p. 3
2 - La mer réparatrice et permanente : des terriens fascinés !	p. 6
3 - La mer en transformation ? Evolutions et problèmes présents et à venir	p. 22
4 – La mer à l’heure des choix	p. 31
Annexes	p. 43

# INTRODUCTION

# 1

Rappel de la méthodologie

# PHASE QUALITATIVE - MÉTHODOLOGIE



**7 réunions de groupe de 2h à 2h30 +  
20 entretiens d'1h en salle avec  
auto-reportage préparatoire**

**Avec un mix:**

- hommes et femmes
- Situations familiales

Littoral

**1 groupe de 2h30 + 5 entretiens  
« Méditerranée » à Marseille**

- 2 entretiens 18-20 ans
- 1 entretien 40-50 ans
- 2 entretiens >60 ans
- 3 originaires de Corse sur l'ensemble
- Mix des pratiques

**1 groupe de 2h30 + 3 entretiens « Sud  
Atlantique » à Bordeaux**

- 1 entretien 18-20 ans
- 1 entretien 40-50 ans
- 1 entretien >60 ans
- Mix des pratiques

**1 groupe de 2h30 + 3 entretiens « Nord  
Atlantique/Manche Ouest » à Nantes**

- 1 entretien 18-20 ans
- 1 entretien 40-50 ans
- 1 entretien >60 ans
- Mix des pratiques

**1 groupe de 2h30 + 3 entretiens «  
Manche Est/Mer du Nord » à Caen**

- 1 entretien 18-20 ans
- 1 entretien 40-50 ans
- 1 entretien >60 ans
- Mix des pratiques

Intérieur

**1 groupe de 2h30 + 3 entretiens auprès  
de personnes ayant une résidence  
secondaire sur le littoral à Paris**

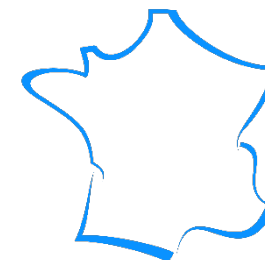
- CSP sup., 35-60 ans
- 1 entretien 18-20 ans
- 1 entretien 40-50 ans
- 1 entretien >60 ans
- Mix des pratiques

**1 groupe de 2h30 + 3 entretiens auprès  
de personnes ayant des pratiques  
maritimes régulières sans résidence  
secondaire, à Paris**

- CSP moy. RP/banlieue, 26-55 ans
- 1 entretien 18-20 ans
- 1 entretien 40-50 ans
- 1 entretien >60 ans
- Mix des pratiques

**1 groupe de 2h auprès de personnes  
sans rapport à la mer, à Lyon**

- CSP pop., 26-55 ans



# PHASE QUANTITATIVE - MÉTHODOLOGIE

## ÉCHANTILLON

### 1. Un échantillon grand public :

**1700 personnes**, constituant un échantillon représentatif de la population française âgé de 18 ans et plus.

### 2. Des suréchantillons de personnes résidant à 40 kilomètres ou moins de la mer permettant au total d'obtenir les nombres de répondants suivants pour les littoraux métropolitains:

1. **275 personnes**, constituant un échantillon représentatif de la population française âgé de 18 ans et plus vivant dans la zone **Manche Est- Mer du Nord**
2. **306 personnes**, constituant un échantillon représentatif de la population française âgé de 18 ans et plus vivant dans la zone **Nord Atlantique – Manche Ouest**
3. **245 personnes**, constituant un échantillon représentatif de la population française âgé de 18 ans et plus vivant dans la **zone Sud-Atlantique**
4. **381 personnes**, constituant un échantillon représentatif de la population française âgé de 18 ans et plus vivant dans la **zone Méditerranée**



## DATES DE TERRAIN

Du 24 au 26  
Novembre 2023.



## METHODOLOGIE

Échantillon interrogé **par Internet** via l'Access Panel Online d'Ipsos.

### Méthode des quotas :

Sexe, âge, catégorie socio-professionnelle du répondant, région, département.

### ***Note des lecture : tous les résultats sont exprimés en pourcentages (%)***

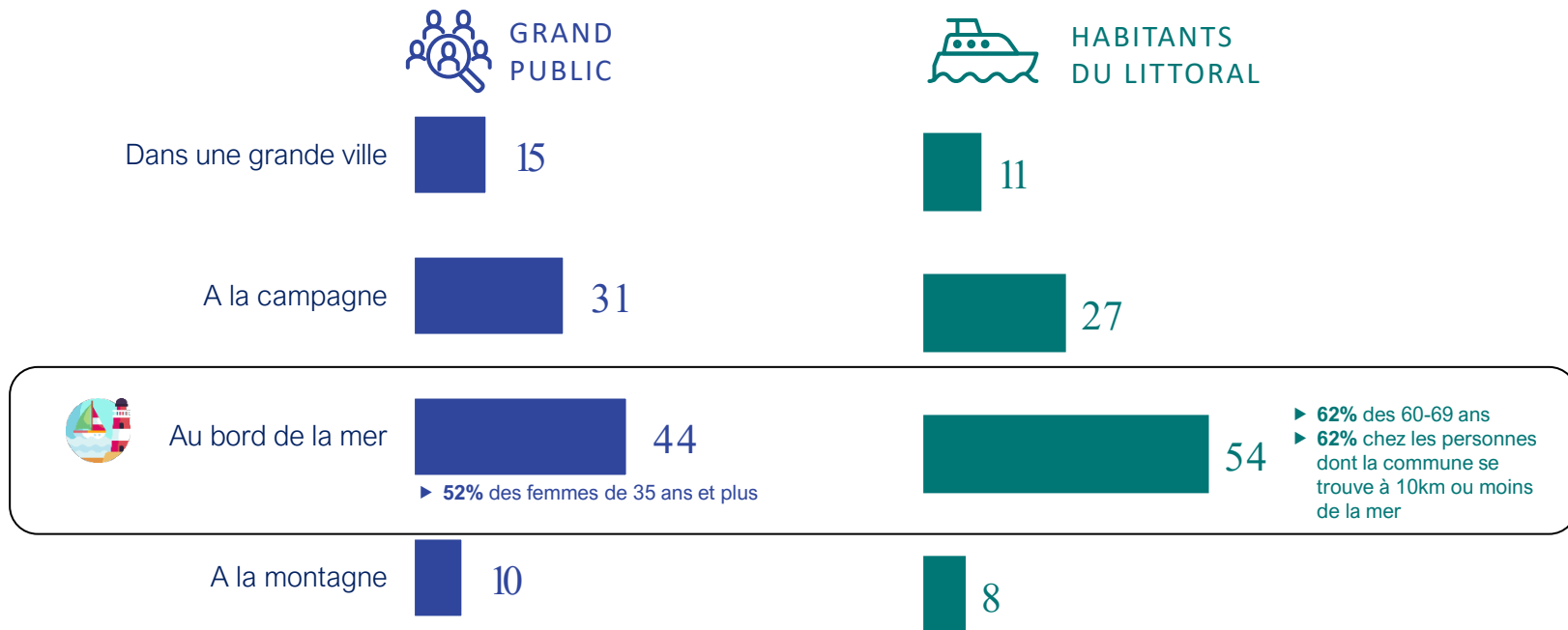
*Lorsqu'un résultat présenté sur la base d'un sous-échantillon est significativement supérieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance\*) il est présenté sur fond vert. Si le résultat est significativement inférieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance\*), il est présenté sur un fond rouge. [\*Le calcul des différences significatives (avec des seuils à 95%) s'appuie sur la méthode du khi2.]*

# LA MER RÉPARATRICE ET PERMANENTE : DES TERRIENS FASCINÉS !

# 2

# LA MER, UN LIEU D'ÉLECTION

Question : « Vous personnellement, si vous aviez le choix, où préféreriez-vous vivre ? »  
(base: Ensemble de l'échantillon)

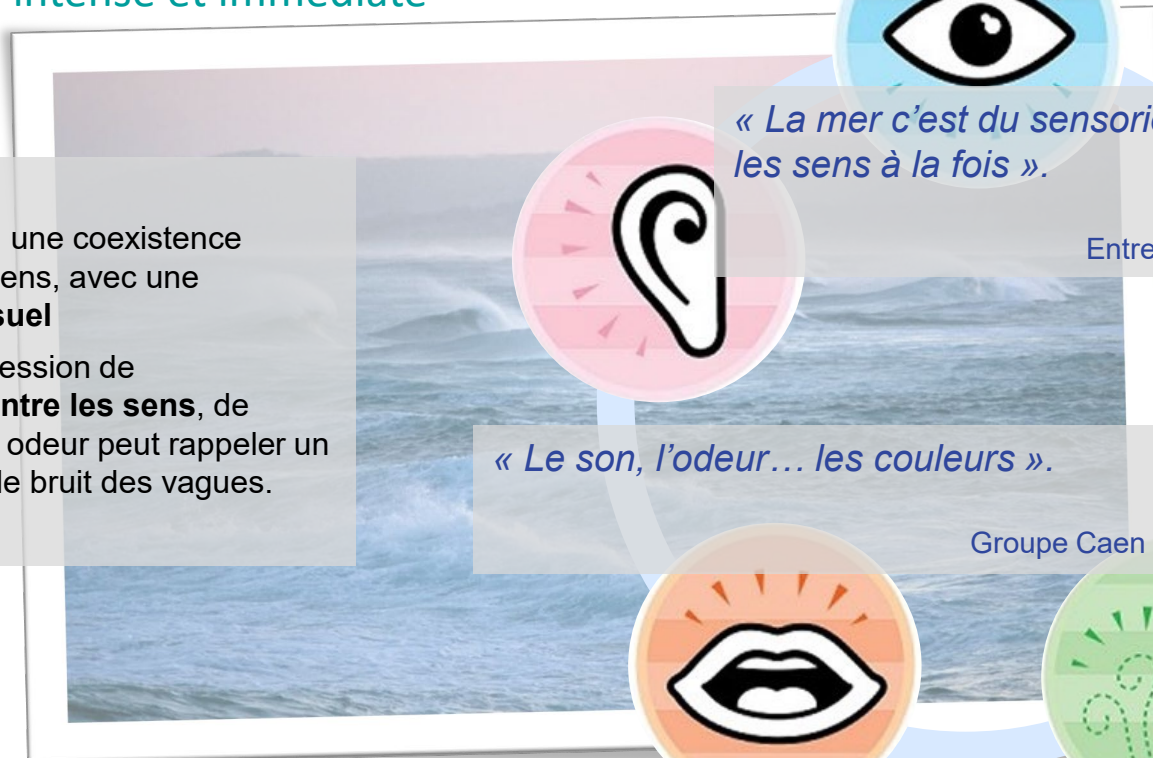






# UNE EXPÉRIENCE SYNESTHÉSIQUE (1/2)

Une particularité de la mer est d'engager les cinq sens de manière intense et immédiate



Dans les évocations, une coexistence notable de tous les sens, avec une **prééminence du visuel**

...mais surtout l'expression de **correspondances entre les sens**, de synesthésies où une odeur peut rappeler un paysage, une photo le bruit des vagues.

« La mer c'est du sensoriel, c'est tous les sens à la fois ».

Entretien Marseille >60

« Le son, l'odeur... les couleurs ».

Groupe Caen

# UNE EXPÉRIENCE SYNESTHÉSIQUE (2/2)

## La vue : premier vecteur de représentations



**Les premières évocations citées sont d'ordre visuel.** A ces images vont se greffer les autres sens, mais c'est bien la vue qui domine. C'est bien elle également qui est mobilisée au premier chef par les images relayées dans les médias, le cinéma, les réseaux sociaux. **Les images se partagent plus aisément que des sons** (pour raconter leur rapport à la mer, les participants nous montreront des photos...), sans parler des autres sens, éminemment intérieurs et peu communicables.

**Ce qui caractérise le rapport visuel à la mer tel qu'il s'exprime dans les discours, c'est d'abord une palette de couleurs (sans surprise...) mais aussi de façon nette la notion d'infini / d'absence de barrières**



*« La vue d'abord ! C'est magnifique cette immensité, il m'est arrivé d'être sur l'eau et de ne pas voir le sable, on n'est rien... On se sent petit. »*

Groupe Bordeaux

*« C'est quelque chose qui est ouvert et qu'on ne retrouve pas ailleurs, là on a vraiment l'ouverture, on voit à 20 kilomètres et puis voilà, il n'y a que l'horizon, il n'y a rien qui stoppe.*

Groupe Caen

*« Ces couleurs qui vont du bleu au vert »*

Entretien Marseille 40-50

# L'ESPACE LITTORAL EST AVANT TOUT APPRÉCIÉ POUR SON ASPECT NATUREL ET PRÉSERVÉ

Question : « A vos yeux, quels sont parmi les éléments suivants ceux qui sont les plus importants pour que vous appréciiez un espace littoral ? »

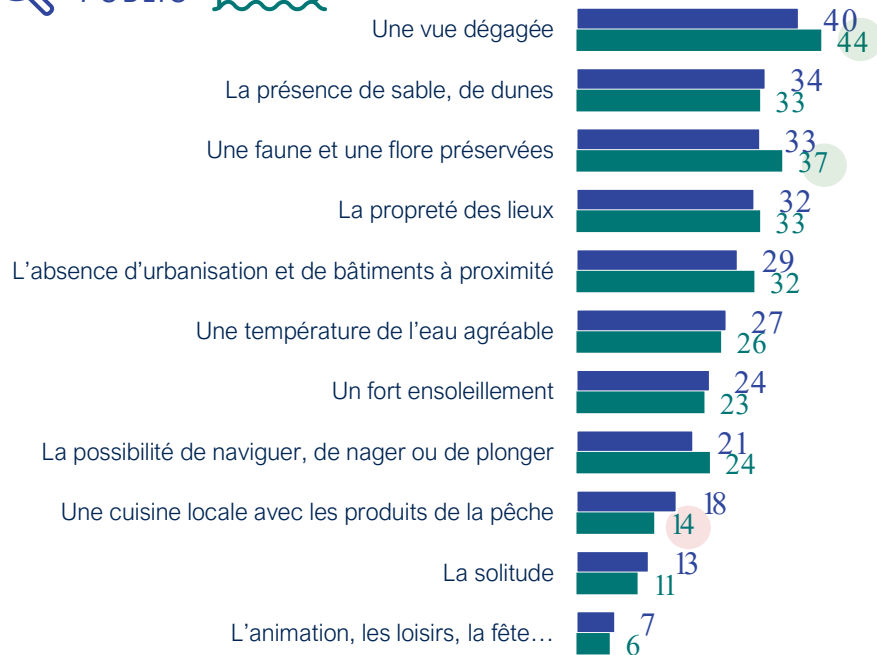
(base: Ensemble de l'échantillon) – Total supérieur à 100% car trois réponses possibles



GRAND PUBLIC



HABITANTS DU LITTORAL



	Hommes âgés de...			Femmes âgées de...			Va à la mer...		
	Moins de 35 ans	35 à 59 ans	60 ans et plus	Moins de 35 ans	35 à 59 ans	60 ans et plus	Au moins une fois par mois	Au moins une fois an	Moins souvent, voire jamais
Une vue dégagée	35	39	39	37	41	45	42	40	36
La présence de sable, de dunes	25	32	35	29	41	35	31	34	31
Une faune et une flore préservées	29	36	28	34	34	37	33	33	35
La propreté des lieux	32	36	31	37	29	27	22	30	40
L'absence d'urbanisation et de bâtiments à proximité	24	27	31	27	26	37	30	28	31
Une température de l'eau agréable	24	24	32	24	29	29	25	28	26
Un fort ensoleillement	25	18	22	30	27	25	21	25	20
La possibilité de naviguer, de nager ou de plonger	20	23	25	19	20	22	27	23	16
Une cuisine locale avec les produits de la pêche	16	18	25	11	15	20	12	18	17
La solitude	15	13	12	14	15	9	13	11	21
L'animation, les loisirs, la fête...	15	8	4	8	7	2	9	8	4

# UN VENT DE LIBERTÉ



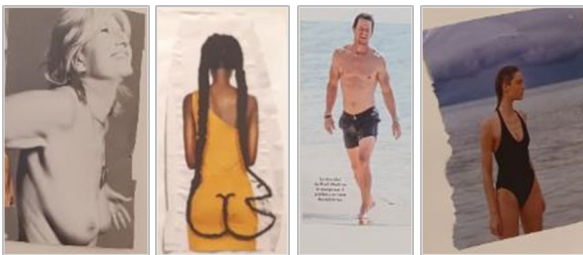
Un environnement qui permet d'être soi-même et retrouver la simplicité de l'enfance

« Il y a du fantastique, de l'exploration, de la découverte! »

Groupe Nantes

« A la mer il y a du laisser-aller. Il y a un côté enfance. On ne fait pas des pâtés de sable ailleurs. On peut se permettre des choses. »

Entretien Paris avec résidence secondaire



Collages groupes

**Le mer rend libre, par l'introspection qu'elle suscite, l'humilité qu'elle inspire, les horizons qu'elle dévoile et le relâchement des conventions qui lui est propre.**

« Lâcher-prise », « pas de pression », « ne pas se prendre la tête »: autant d'expressions qui disent le soulagement ressenti.

Se laisser aller à être soi, s'assumer, se découvrir, aller vers les autres, jouer, « retomber en enfance »...

« Un lâcher-prise, dans les tenues d'abord. On prend confiance, on se retrouve dans des plus petites tenues, on met des shorts qu'on ne mettrait pas ici car on est au bord de la mer, on sent moins le regard extérieur. »

Groupe Paris sans résidence secondaire

# UNE DIMENSION THÉRAPEUTIQUE

Un double champ lexical omniprésent dès les premières évocations, et qui fait écho au besoin croissant de lutte contre l'anxiété



- 1) **Santé de l'esprit : le calme, la détente, le zen... Un champ lexical emprunté au développement personnel**, à travers le spectacle de l'immensité marine et un environnement sonore unique et reposant (vagues, ruissellements, vent, rappelant le coquillage que l'on mettait à l'oreille, enfant)
- 2) **Santé du corps : le sain, la pureté, le curatif** → l'iode, le caractère « médical » de l'eau de mer, voire des algues, la pureté de l'air, l'idée même de thalassothérapie – *Note : cet aspect est très présent dans les représentations liées à la mer à partir du début du XXème siècle avec le courant hygiéniste, cf. H. Artaud.*

« Respirer l'air marin, c'est vivifiant, on respire mieux.  
C'est de l'air pur »

Groupe Paris sans résidence secondaire



« (...) la socialisation nouvelle dont la mer bénéficiera dès le début du XXème siècle de la part des médecines hygiénistes et des sciences naturelles qui en relèveront les bienfaits ignorés, recommandant d'y soigner 'les infirmes, les pusillanimes, les mélancoliques et les femmes manquant de vigueur' ».

Hélène Artaud, 2023, Immersion. Rencontre des mondes atlantique et pacifique, Les Empêcheurs de penser en rond

Collages groupes

# UN LIEU DE RECONNEXION À SOI ET À SES ORIGINES



## Transmission et permanence

- ❖ Un lieu qui ramène à **l'enfance, aux liens familiaux et aux origines**, un lieu de **transmission intergénérationnelle**;
- ❖ Un lieu à la fois **identique et changeant** – des changements cycliques, qui reviennent toujours, une palette qui se répète éternellement;

**Note : Pas de différence majeure ressentie entre jeunes, moins jeunes et seniors quant à l'imaginaire de la mer.**

Il peut y avoir des différences de pratiques ou de contextes, d'évolutions liées aux parcours de vie des uns et des autres, de sources d'information (réseaux sociaux etc.), mais pas de différence fondamentale dans l'imaginaire perçu.

*« C'est difficile à décrire, c'est un genre de **nostalgie**, toujours, quand on se sent tout petit, qu'on ne pense à rien »*

Entretien Paris sans résidence secondaire

*« C'est aussi **un paysage vivant**, des vagues, dynamique, chaque jour différent. C'est jamais la même couleur qu'il fasse beau ou pas, des vagues ou pas »*

Entretien Bordeaux

*« Si c'était un âge de la vie ? **La naissance !** »*

Groupe Paris sans résidence secondaire

*« Ce que je trouve émouvant, c'est de voir mes petits-enfants faire les mêmes choses que moi à leur âge à un demi-siècle de distance, et à peu près au même endroit en plus ! »*

Entretien Paris avec résidence secondaire



# « LA MER », C'EST D'ABORD LE RIVAGE



« La mer » désigne l'étendue d'eau mais aussi et surtout, par métonymie, le *bord* de mer

- ❖ On constate que **l'imaginaire de la mer est avant tout, dans le grand public, un imaginaire côtier** : la mer, c'est d'abord la plage, éventuellement le port, les falaises, bref : le littoral.
- ❖ L'immensité de l'océan, de la haute mer, c'est autre chose. Ce n'est pas le territoire de l'homme, ou alors celui des professionnels de la mer, du transport et des nations (un espace économique, une voie maritime, une frontière).
- ❖ Bien sûr, il existe des pratiques plus « engagées », dans lesquelles le rivage s'efface, mais elles viennent dans les représentations de manière secondaire, ou plus spécialisée (cf. infra).

*« Quand je pense à la mer, je me vois aller sur la serviette mais pas beaucoup aller sur l'eau... C'est plus de images de jouer au ballon avec mes enfants, ma famille, je me sens bien, même si c'est l'hiver, j'y vais. »*

*« **Je n'ai pas besoin d'être sur l'eau pour prendre du plaisir. Le bord d'océan me suffit.** »*

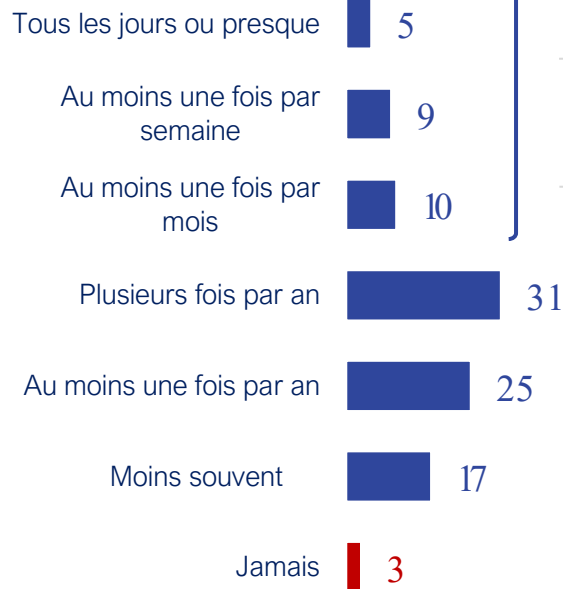
Groupe Bordeaux

# 4 FRANÇAIS SUR 5 SE RENDENT À LA MER, SEULEMENT 3% DÉCLARENT NE JAMAIS Y ALLER

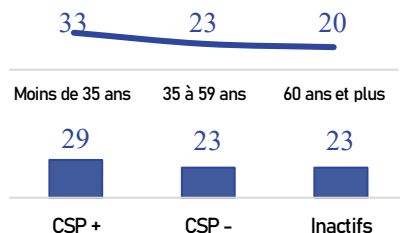
Question : « A quelle fréquence vous rendez-vous à la mer (plage, ports, etc.) ? »  
 (base: Ensemble de l'échantillon)



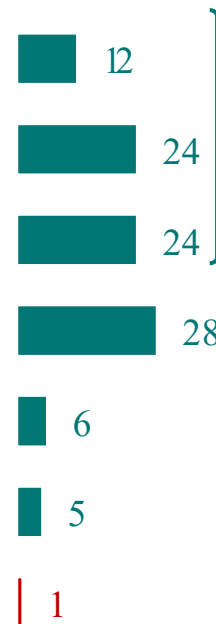
GRAND PUBLIC



Au moins une fois par mois : 24%

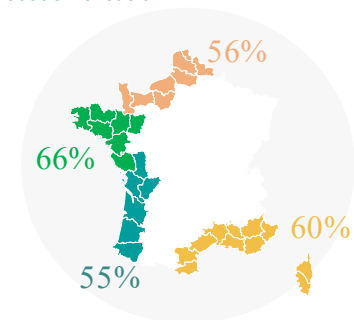


HABITANTS DU LITTORAL



Au moins une fois par mois : 60%

- ▶ 67% des 60 ans et plus
- ▶ 67% des foyers avec un revenu supérieur à 3000€ mensuels





# FREINS EXPRIMÉS À LA FRÉQUENTATION

## Spécifiques au littoral méditerranéen (voire sud-atlantique)



**La mer et son littoral, notamment au sud, deviennent ...**

- **de plus en plus peuplés** (spectre de la saison estivale chez les résidents de zones touristiques, mise à distance pour les touristes eux-mêmes, notamment attribuée à la méditerranée) – avec un effet post-covid d'intensification du tourisme intra-hexagonal;
- **donc de plus en plus chers** (en plus du prix croissant du transport) = un élitisme en porte-à-faux avec la « vocation démocratique » de la mer, Méditerranée ++
- **de plus en plus soumis au réchauffement climatique**, avec de ce point de vue un début de **basculément de l'idéal estival méditerranée à un idéal de fraîcheur relative sur les autres façades**, notamment Atlantique Nord et Manche.

« Ça c'est le côté **obscur de la mer**, la promiscuité. Comme si on se retrouvait à la piscine. »

Groupe Caen



« **Surpeuplé** »

« **Cher** »

« C'est très cher d'aller à la mer, **c'est pas donné à tout le monde**. Il faut faire le trajet, mais c'est aussi de plus en plus cher sur place, pour tout. »

Groupe Lyon



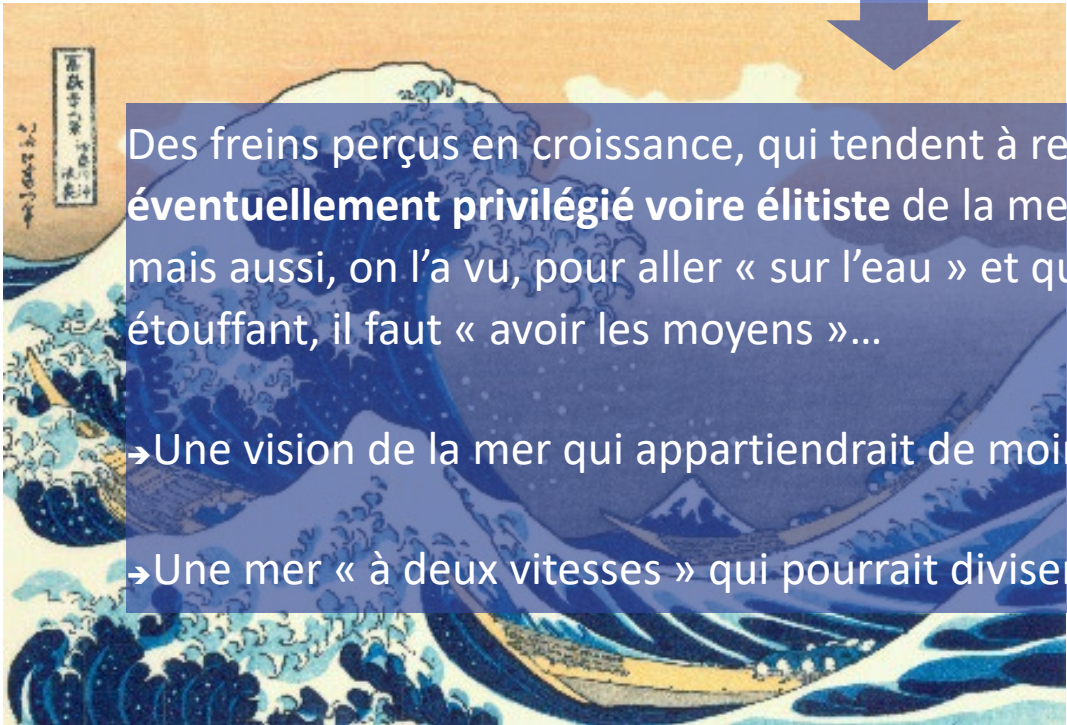
« Avant j'allais dans le sud mais **il fait de plus en plus chaud**, alors rester au soleil à la plage ça fait moins envie... »

Groupe Lyon

« **Chaud** »



# VERS UNE MER À DEUX VITESSES ?



Des freins perçus en croissance, qui tendent à renforcer le **caractère éventuellement privilégié voire élitiste** de la mer : pour aller « à la mer », mais aussi, on l'a vu, pour aller « sur l'eau » et quitter un rivage surpeuplé et étouffant, il faut « avoir les moyens »...

→ Une vision de la mer qui appartiendrait de moins en moins à tout le monde

→ Une mer « à deux vitesses » qui pourrait diviser l'opinion quant à son sort ?

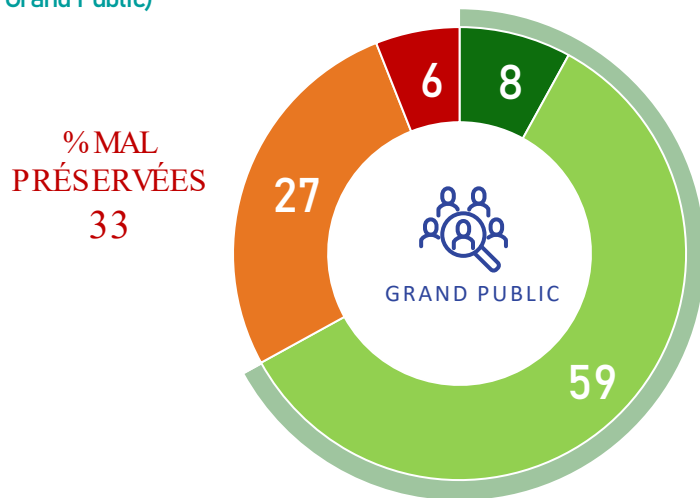
# LA MER EN TRANSFORMATION ? ÉVOLUTIONS ET PROBLÈMES PRÉSENTS ET À VENIR

# 3

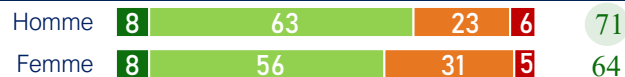
# PRÈS DE 7 FRANÇAIS SUR 10 PENSENT QUE LES CÔTES SONT BIEN PRÉSERVÉES, UNE PROPORTION PLUS FORTE PARMIS CEUX QUI S'Y RENDENT RÉGULIÈREMENT

Question : « Avez-vous le sentiment que du point de vue environnemental, les côtes et les littoraux français sont aujourd'hui... ? »

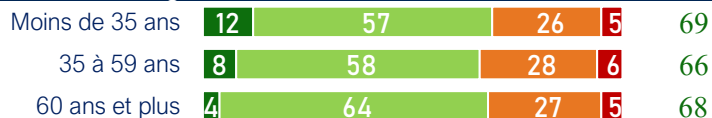
(base: Grand Public)



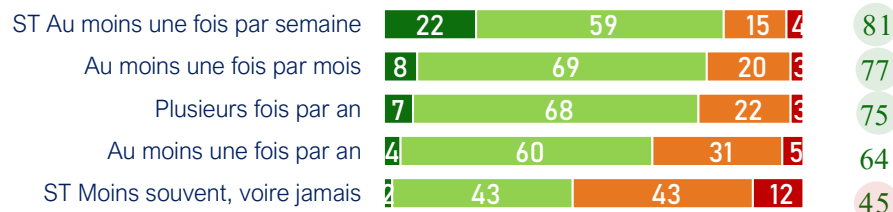
## Détails selon le sexe



## Détails selon l'âge



## Détails selon la fréquence de visite à la mer



TRÈS BIEN PRÉSERVÉES

ASSEZ BIEN PRÉSERVÉES

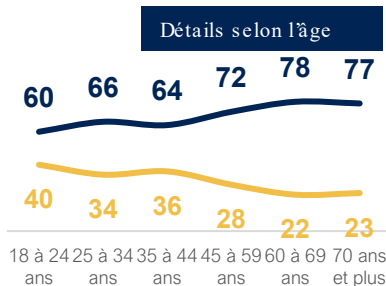
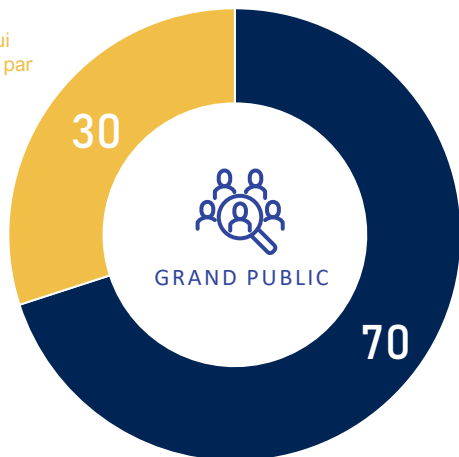
ASSEZ MAL PRÉSERVÉES

TRÈS MAL PRÉSERVÉES

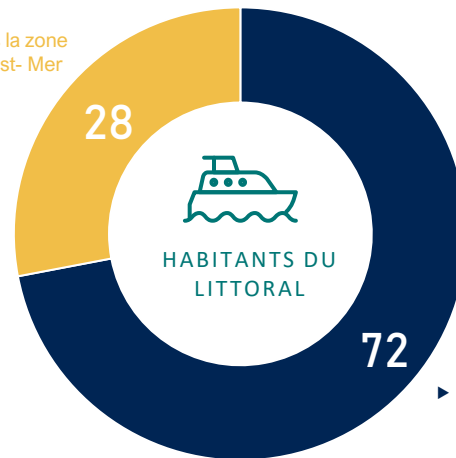
# MAIS UN SENTIMENT QUE LA MER EST UN ESPACE QUI A FORTEMENT ET RAPIDEMENT ÉVOLUÉ

Question : « Quand vous pensez à la mer, est-ce que vous avez l'impression que c'est un espace... ? »  
 (base: Ensemble de l'échantillon)

► 36% des personnes qui vont au moins une fois par mois à la mer



► 36% dans la zone Manche Est- Mer du Nord



► 80% dans la zone Sud Atlantique

... QUI A FORTEMENT ET RAPIDEMENT ÉVOLUÉ AU COURS DES DERNIÈRES DÉCENNIES

... QUI ÉVOLUE PEU ET QUI EST PLUS STABLE QUE LES AUTRES ESPACES NATURELS (MONTAGNE, FORÊTS, ZONES RURALES...)

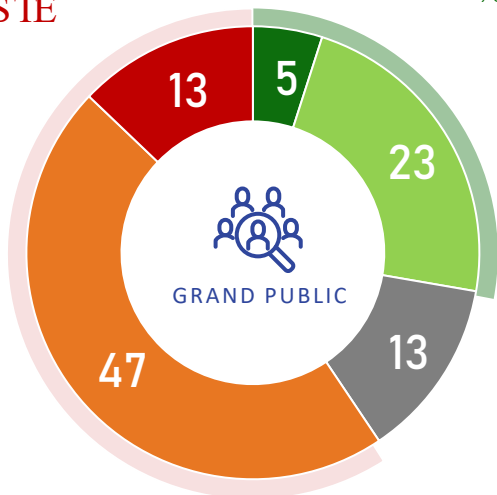
# LE PESSIMISME VIS-À-VIS DE L'AVENIR ENVIRONNEMENTAL DES LITTORAUX EST TRÈS FORT

Question : « Diriez-vous que vous êtes plutôt optimiste ou plutôt pessimiste à propos de l'avenir environnemental des côtes et des littoraux français ? »  
(base: Ensemble de l'échantillon)

**% PESSIMISTE**

**59**

► **66%** des personnes qui vont moins souvent, voire jamais à la mer



**% OPTIMISTE**

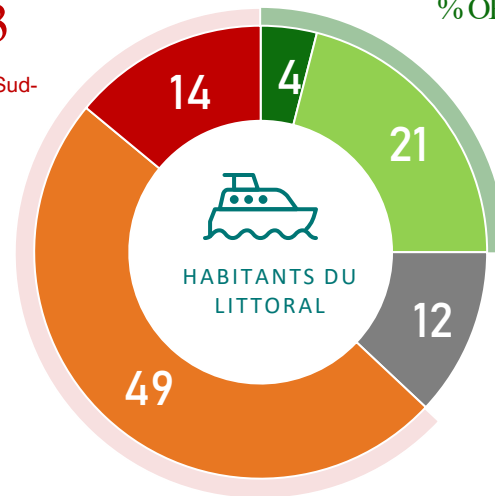
**29**

- **41%** des 25-34 ans,
- **37%** des 35-44 ans
- **34%** des CSP-
- **50%** des personnes qui vont à la mer au moins une fois par semaine

**% PESSIMISTE**

**63**

► **72%** en zone Sud-Atlantique



**% OPTIMISTE**

**25**

► **32%** des personnes qui vont à la mer au moins une fois par semaine

TRÈS OPTIMISTE

PLUTÔT OPTIMISTE

NI L'UN NI L'AUTRE

PLUTÔT PESSIMISTE

TRÈS PESSIMISTE

# RISQUES PERÇUS POUR L'ENVIRONNEMENT

Des « mots-images » liés à l'environnement, issus des médias, des réseaux sociaux mais aussi pour certains, de l'expérience vécue



« On dit qu'il y a des animaux qui sont morts »

Groupe Paris sans résidence secondaire



« Algues vertes »

« Quand on a vu des oiseaux englués, on ne l'oublie pas »

Entretien Nantes 40-50



« Marées noires »



« Le vrai problème c'est l'incivilité, les gens qui laissent tout et n'importe quoi. Mais c'est vrai que ça évolue plutôt dans le bon sens, les gens font plus attention. »

Groupe Paris avec résidences secondaires



« Déchets »



« Béton »

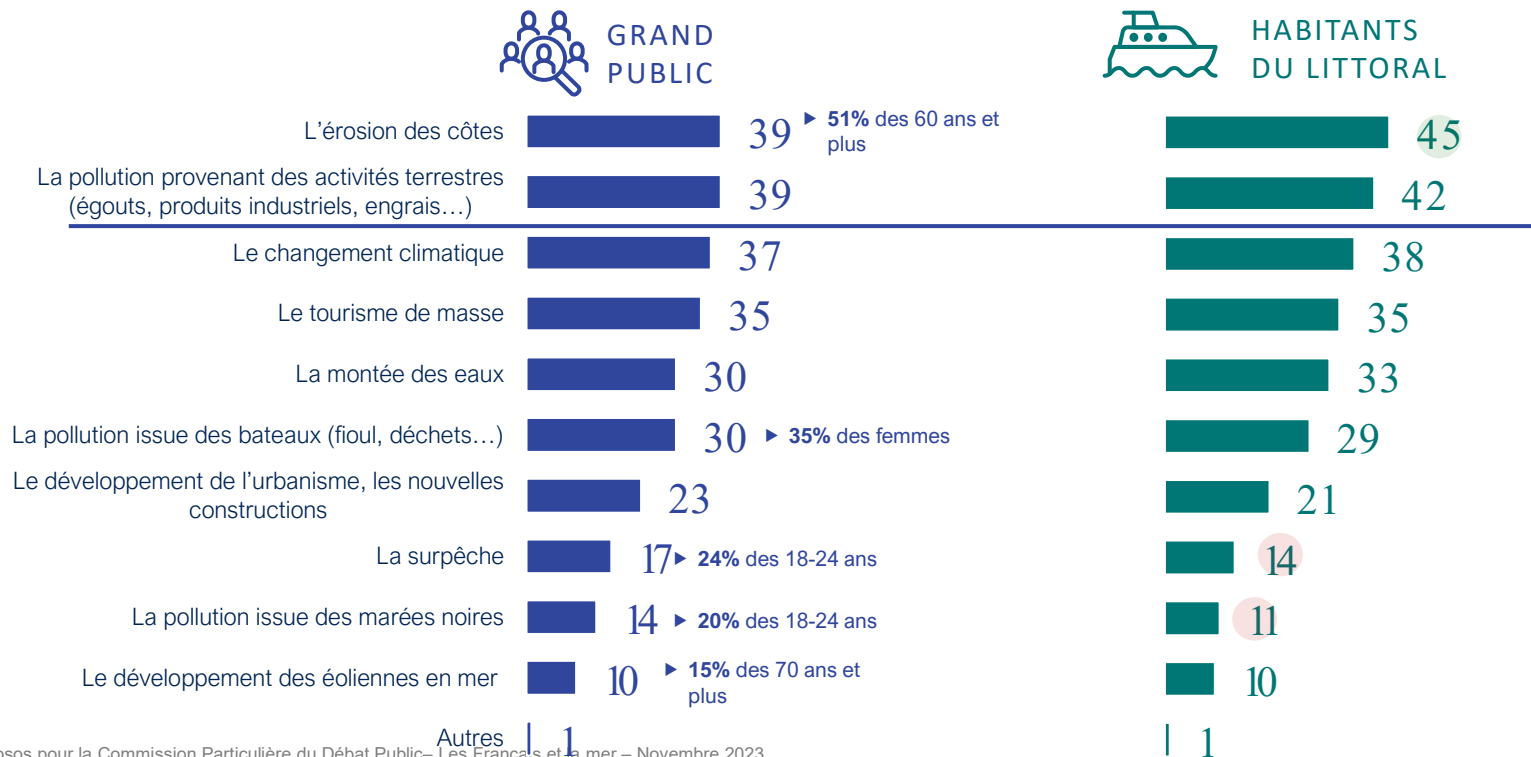
« Les dangers de la pollution, y compris la pollution visuelle pour nous au bord des plages, (...) les constructions anarchiques »

Groupe Marseille

# L'ÉROSION DES CÔTES ET LA POLLUTION LIÉE AUX ACTIVITÉS TERRESTRES SONT LES PRINCIPALES MENACES PERÇUES

Question : « Selon vous, quelles sont les principales menaces qui pèsent sur la mer et les littoraux en France ? »

(base: ensemble de l'échantillon) – Total supérieur à 100% car trois réponses possibles





# RISQUES PERÇUS POUR L'ENVIRONNEMENT

## Le recul du trait de côte : l'obsession anxieuse des propriétaires



### Une thématique récurrente chez les propriétaires

Qu'ils habitent le littoral ou y possèdent une résidence secondaire, la propriété lie l'occupant à la terre où il réside. Les conséquences d'une mer qui pousse vers la sortie ne sont pas seulement de l'ordre de la délocalisation, mais de l'anéantissement.

**Aussi l'angoisse est-elle palpable à l'évocation de ce phénomène, VISIBLE et bien relayé en local (au niveau communal, dans un dialogue sans fin entre riverains et municipalités ) mais aussi sur Internet, voire dans les médias traditionnels.**

**A noter : il concerne l'ensemble des littoraux**



*« Quand on voit année après année comment ça recule, quand on voit là où ça montait, et là on ça monte maintenant, on y pense bien sûr, il y a un moment où de toute façon on sera forcés de partir. »*

# RÉCAPITULATIF – TOP 3 DES MENACES PESANT SUR LA MER ET LES LITTORAUX EN FRANCE

Question : « Selon vous, quelles sont les principales menaces qui pèsent sur la mer et les littoraux en France ? »  
 (base: Ensemble) – Total supérieur à 100% car trois réponses possibles

Grand Public	ENS «Littoral »	Zone 1 Manche Est – Mer du Nord	Zone 2 Nord Atlantique – Manche Ouest	Zone 3 Sud Atlantique	Zone 4 Méditerranée
L'érosion des côtes	L'érosion des côtes	L'érosion des côtes	L'érosion des côtes	L'érosion des côtes	La pollution provenant des activités terrestres (égouts, produits industriels, engrais...)
La pollution provenant des activités terrestres (égouts, produits industriels, engrais...)	La pollution provenant des activités terrestres (égouts, produits industriels, engrais...)	La montée des eaux	Le tourisme de masse	Le changement climatique La montée des eaux	Le changement climatique
Le changement climatique	Le changement climatique	La pollution provenant des activités terrestres (égouts, produits industriels, engrais...)	Le changement climatique	La pollution provenant des activités terrestres (égouts, produits industriels, engrais...)	Le tourisme de masse

# LA MER, THÉÂTRE DE LA FOLIE HUMAINE

Un ensemble de préoccupations éthiques, sociales et environnementales relayées par les médias et les réseaux sociaux, mais loin de l'expérience immédiate



## Pollution des mers

« Le continent de plastique, une horreur ! »

## Surpêche

« On exploite trop la mer... »

## Migrants

« Des drames humanitaires sur la méditerranée »

## Piraterie

« Il paraît qu'il y a des pirates en Afrique »

### Un point de vue macro qui ne reflète pas vraiment les préoccupations immédiates des participants

En effet, ces évocations sont minoritaires, déconnectées de toute expérience immédiate et surtout elles n'émergent quasiment que sur relance – excepté quelques expériences de marées noires, qui dans ce cas ancrent davantage les perceptions dans le réel. Mais la biodiversité par exemple n'est jamais citée spontanément.

Or le lien à la mer, nous l'avons vu, réside avant tout dans une expérience sensorielle (vécue ou projetée / fantasmée) → Or ces images entretiennent un lien qui reste « théorique » bien plus qu'intime ou personnel à la mer : 6<sup>ème</sup> continent, pêche intensive, pirates et migrants sillonnant une mer « vue à la télé » (ou sur les réseaux)... Ce qui explique qu'elle ne ressorte pas ou peu dès le spontané - note : quand « pollution » sort en spontané, cela fait généralement surtout référence aux déchets laissés sur les plages, parfois aux marées noires.



Collages

# LA MER À L'HEURE DES CHOIX

# 4

# LA MER : NON-OBJET OU BIEN COMMUN ?



## La mer, dans les représentations, « n'appartient » à personne

- ❖ Lorsqu'on évoque la mer « en tant que citoyen.ne », l'une des points de vue couramment exprimés est son **caractère fondamentalement démocratique**.
- ❖ En effet, le littoral est en majeure partie ouvert, il est possible d'y accéder et d'en profiter **de façon gratuite et sans contrainte** particulière.
- ❖ Ceci constitue « l'état de base », qui devrait régir de manière générale le rapport des citoyens à la mer, mais il se trouve que les participants ayant « pratiqué » la mer dans d'autres pays, notamment des pays Européens, font état à cet égard d'une **exception française** vs. des expériences de portions de littoral totalement privatisées (en Italie notamment)
- ❖ D'autre part, cette perception est mise en tension par le **risque perçu d'une mer plus « élitiste »** (cf. supra).

*« La mer comme citoyenne ?  
Moi ça m'évoque d'abord  
une chose, c'est que la mer  
est à tout le monde, en tout  
cas elle n'appartient à  
personne, vous pouvez  
venir, vous poser là,  
personne ne vous dira rien,  
qui que vous soyez. »*

Groupe Paris sans résidence  
secondaire

*Liberté • Égalité • Fraternité*

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

# LA MER COMME TERRITOIRE INDÉPENDANT DE L'HOMME ET ÉCHAPPANT À SON ACTION



Dans une certaine mesure, l'homme semble éprouver une difficulté à s'estimer responsable de la mer

- ❖ **La mer est à l'origine de la vie** : idée communément admise par la communauté scientifique et largement relayée aujourd'hui dans les consciences – mais une origine lointaine, totalement détachée de l'évolution de l'homme en tant que civilisation. → **Souvent reliée dans les mythologies occidentales au règne animal, la mer est pour l'homme à la fois intime et étrangère.**
- ❖ **La mer, comme origine de tout, et par ailleurs élément dominant de la surface planétaire, n'est donc pas un « objet fragile », au contraire : c'est la résilience même** (cf. son potentiel de régénération quasi-magique...)
- ❖ **Simplement, il s'agit d'un écosystème qui, si nous le mettons en péril, cessera de nous fournir matières premières et nourritures, refusera de se laisser naviguer docilement, se rebellera et regagnera sur la terre de plus en plus de territoire** (cf. supra).

*« C'est ce qui constitue la plus grande partie de notre planète, quand même. Et nous-mêmes, on dit souvent qu'on est constitués d'eau (...) la mer elle sera toujours là, nous c'est moins sûr. »*

Entretien Paris sans résidence secondaire

## À l'origine de l'homme, la mer

par Lincoln PAINE, Historien

L'homme sait qu'il descend du singe, mais oublie souvent qu'il vient de la mer !

Les animaux terrestres sont apparus dans les océans, puis, venant des profondeurs de l'océan, ont grimpé sur la terre. Cette affirmation est un classique de la théorie de l'évolution. Plus récemment, on a aussi découvert que, grâce à une alimentation composée de mollusques marins et d'autres espèces aquatiques riches en acides gras et en divers nutriments, le cerveau de nos ancêtres hominidés est devenu plus grand et plus complexe, un processus connu sous le nom d'encéphalisation<sup>1</sup>. Pourtant, alors que les origines maritimes de nos êtres biologiques ont été reconnues, la civilisation – et il faut entendre par là l'organisation de notre vie en société – est résolument identifiée à notre maîtrise de la terre.

[À l'origine de l'homme, la mer | Institut Jean Lecanuet](#)

# PISTES DE SOLUTIONS



## 1 : Ralentir

Energies renouvelables, nouvelles façons de vivre et de voyager



Le slow, la conscience de la beauté



Innovation matériaux et produits



Biotechnologies et naturalité



## 2 : S'adapter



La mer comme ultime refuge de l'humanité



Adaptation et retour aux sources

## 3 : Réguler



Piste éthique et législation / prise de conscience nationale

# FACE AUX MENACES, LES FRANÇAIS PRÉFÈRENT LA RÉGLEMENTATION POUR LE SECTEUR ÉCONOMIQUE ET L'INCITATION POUR EUX-MÊMES

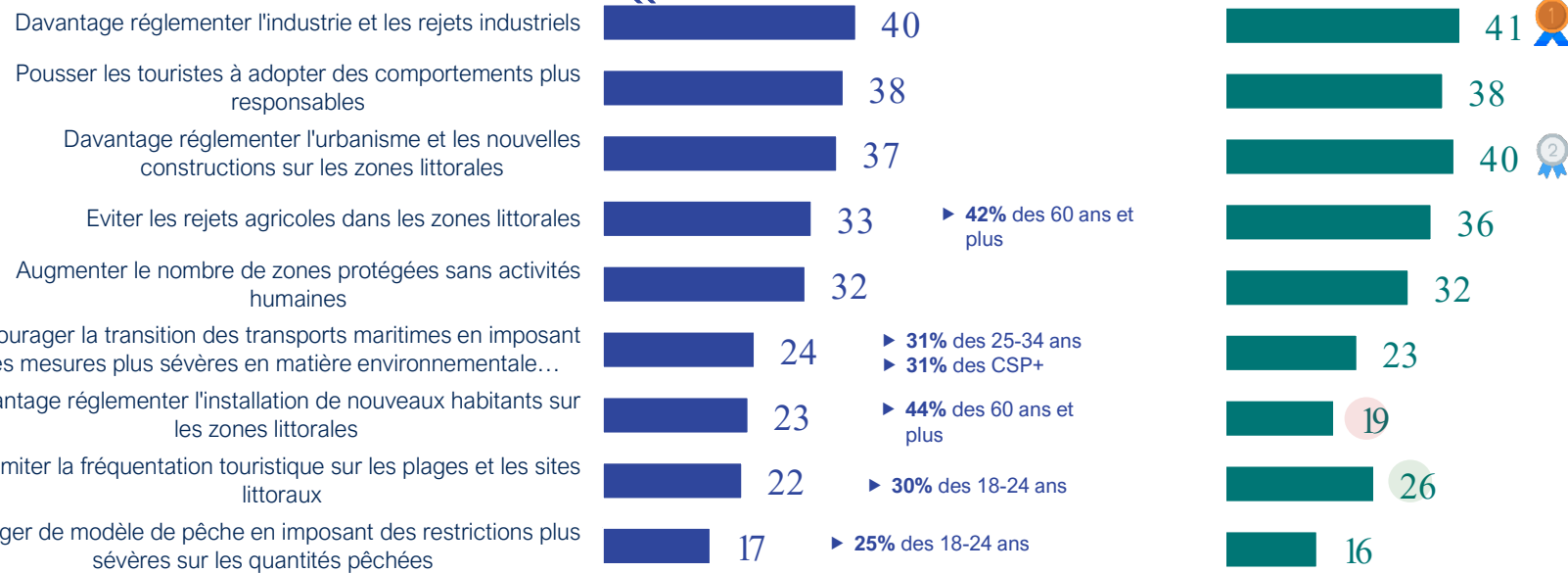
Question : « Et pour faire face aux menaces qui pèsent sur la mer et les littoraux français, quelles seraient selon vous les principales mesures à prendre ? »  
 (base: ensemble de l'échantillon) – Total supérieur à 100% car trois réponses possibles



GRAND  
PUBLIC



HABITANTS  
DU LITTORAL



Autres | 1

| 1

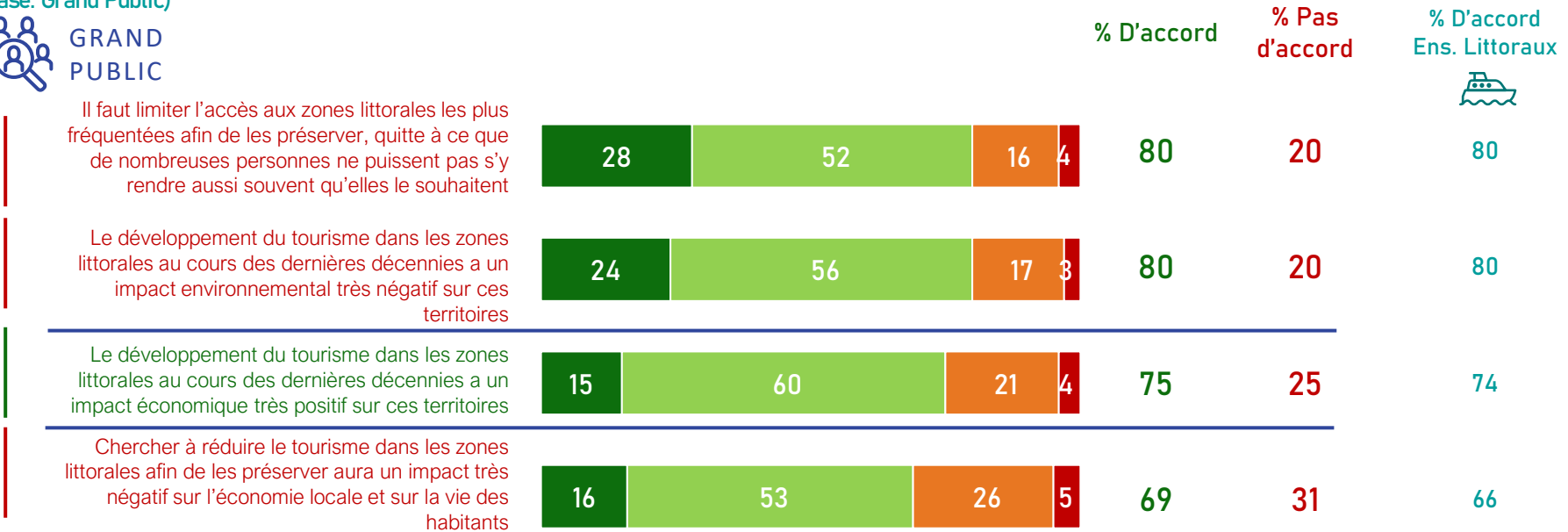


# LES FRANÇAIS N'EXPRIMENT PAS D'OPPOSITION MAJORITAIRE À LA LIMITATION DES LIEUX TOURISTIQUES, MÊME S'ILS RECONNAISSENT LEUR IMPORTANCE ÉCONOMIQUE

Question : « A propos du secteur du tourisme dans les zones littorales, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des propositions suivantes ? »  
 (base: Grand Public)



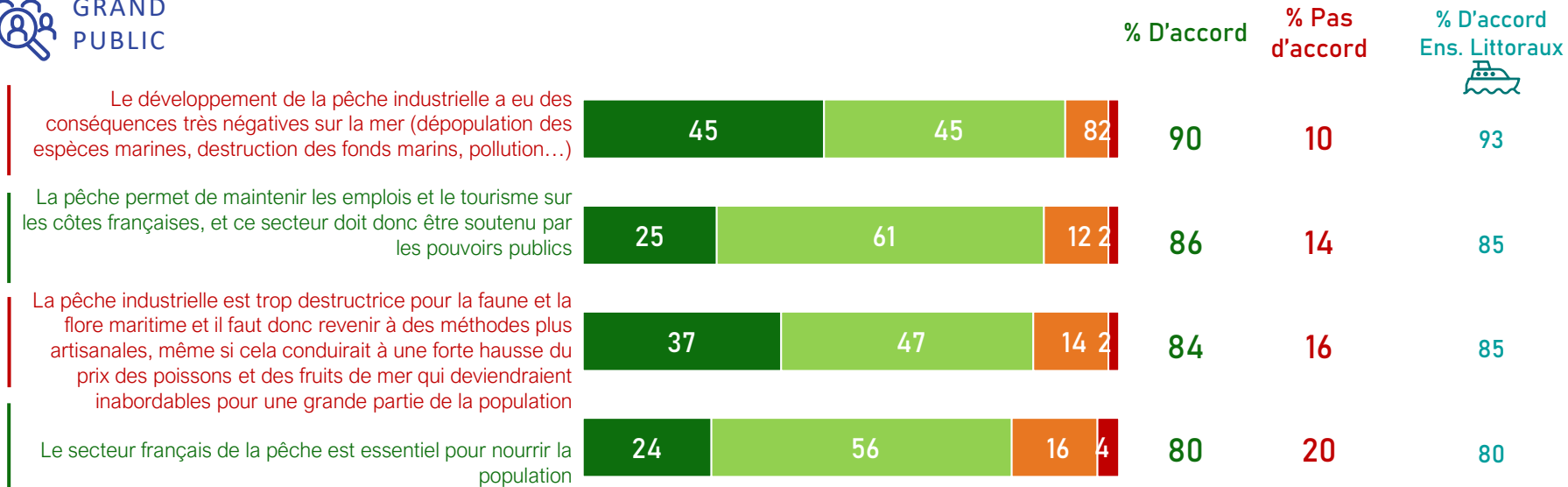
GRAND PUBLIC



# UN RAPPORT AMBIVALENT À LA PÊCHE : UN SECTEUR ÉCONOMIQUE PERÇU COMME ESSENTIEL MAIS DES MÉTHODES QUI SUSCITENT QUELQUES INQUIÉTUDES

Question : « A propos du secteur de la pêche, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des propositions suivantes ? »

(base: Grand Public)



TOUT À FAIT D'ACCORD

PLUTÔT D'ACCORD

PLUTÔT PAS D'ACCORD

PAS DU TOUT D'ACCORD

# DANS CE CONTEXTE, LES FRANÇAIS RECONNAISSENT L'INTÉRÊT DE L'ÉOLIEN MARIN POUR LA PRODUCTION D'ÉLECTRICITÉ. PEU NOMBREUSES, ELLES NE SERAIENT PAS VUES COMME UN PROBLÈME ESTHÉTIQUE. POUR AUTANT, LA POSITION RESTE AMBIVALENTE, NOTAMMENT SUR L'EFFET QUE CELA AURAIT SUR LE TOURISME

Question : « A propos des éoliennes en mer, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des propositions suivantes ? »

(base: Grand Public)



% D'accord % Pas d'accord

Quitte à utiliser l'espace maritime pour construire des éoliennes afin de produire de l'électricité qui sera utilisée à terre, mieux vaut concentrer ces grandes installations dans quelques endroits au lieu de les disperser



70 30

Le développement des éoliennes en mer est important et utile pour permettre à la France de produire davantage d'énergies renouvelables, notamment dans un contexte où les éoliennes terrestres sont souvent mal acceptées



68 32

► 75% des moins de 35 ans

Si elles restent relativement rares, les éoliennes en mer ne seront pas un problème esthétique majeur



68 32

► 74% des personnes qui vont au moins une fois par mois à la mer

Le développement des éoliennes en mer risque de réduire le tourisme sur les littoraux où elles sont installées, et donc de nuire à l'économie locale



50 50

► 57% des moins de 35 ans  
► 56% des personnes qui vont au moins une fois par mois à la mer

TOUT À FAIT D'ACCORD

PLUTÔT D'ACCORD

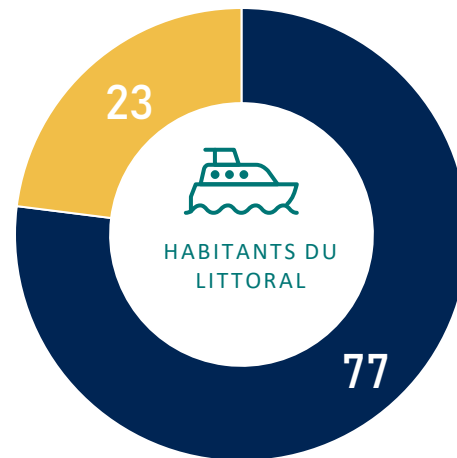
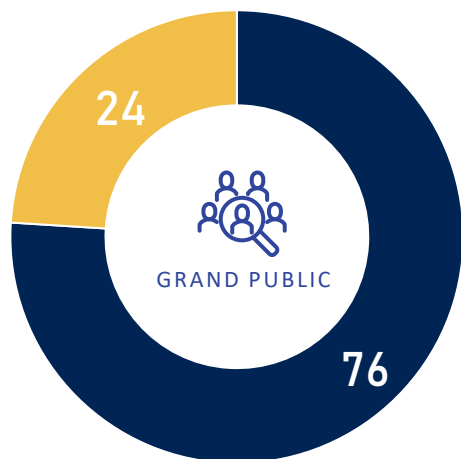
PLUTÔT PAS D'ACCORD

PAS DU TOUT D'ACCORD

# S'ILS DEVAIENT ARBITRER, LES FRANÇAIS DÉCLARENT PRÉFÉRER PROTÉGER LES MILIEUX MARINS QUITTE À RENONCER AUX BÉNÉFICES ÉCONOMIQUES QUE CELA POURRAIT AVOIR

Question : « Certains estiment qu'il faudrait développer l'utilisation de la mer et de ses ressources (minerais des grands fonds marins, éoliennes en mer, autres énergies renouvelables marines, etc.) pour faire face aux défis en termes d'électrification et de transition énergétique. **A ce propos, de laquelle des deux phrases suivantes êtes-vous le plus proche ?** »

(base: Ensemble de l'échantillon)



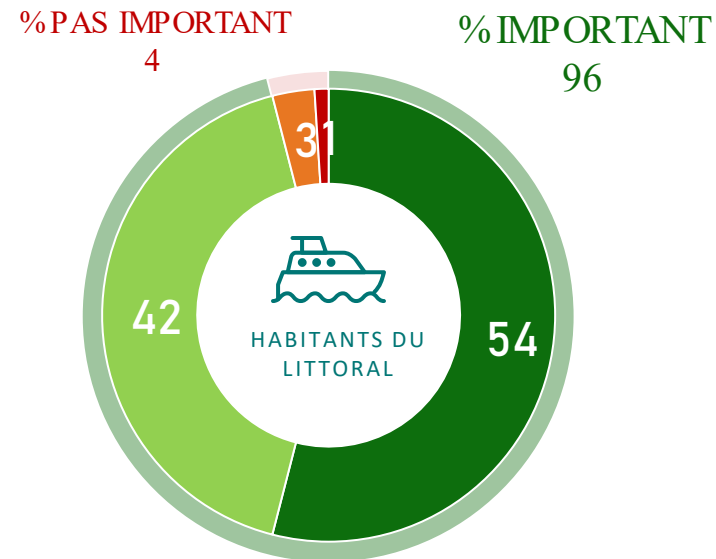
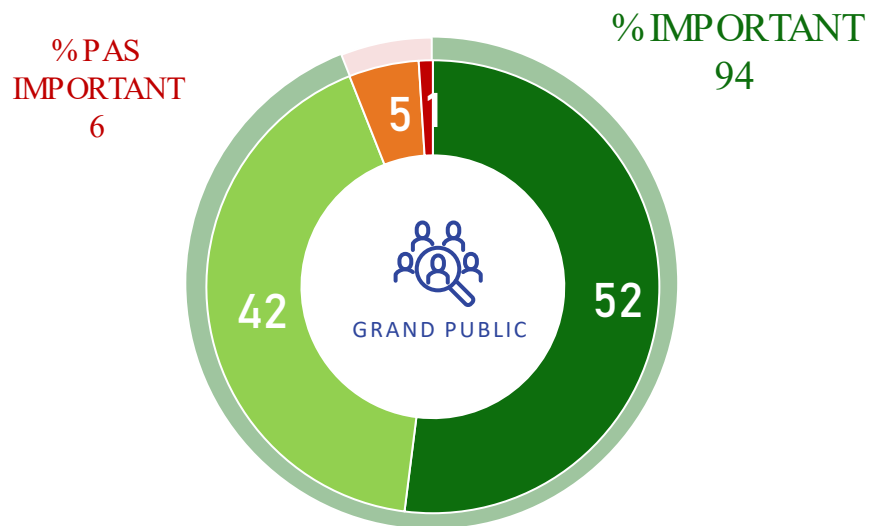
**IL FAUT AVANT TOUT PROTÉGER LES MILIEUX MARINS, ET DONC RENONCER À EXPLOITER LES ESPACES ET LES RESSOURCES DE LA MER QUITTE À RENONCER AUX BÉNÉFICES ÉCONOMIQUES QUE CELA POURRAIT AVOIR**

**POUR DYNAMISER NOTRE ÉCONOMIE ET ACCÉLÉRER LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE, IL FAUT DÉVELOPPER L'UTILISATION DES RESSOURCES MARITIMES, MALGRÉ L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL QUE CELA POURRAIT AVOIR**

# L'IMPORTANCE LIÉE AU FAIT D'ASSOCIER LES FRANÇAIS AUX ENJEUX LIÉS À LA MER EST RECONNUE

Question : « Considérez-vous qu'il est important d'informer les Français sur les enjeux liés à la mer et de les associer à l'élaboration des décisions sur l'avenir de la mer d'ici à 2050 ? »

(base: Ensemble)



TRÈS IMPORTANT

ASSEZ IMPORTANT

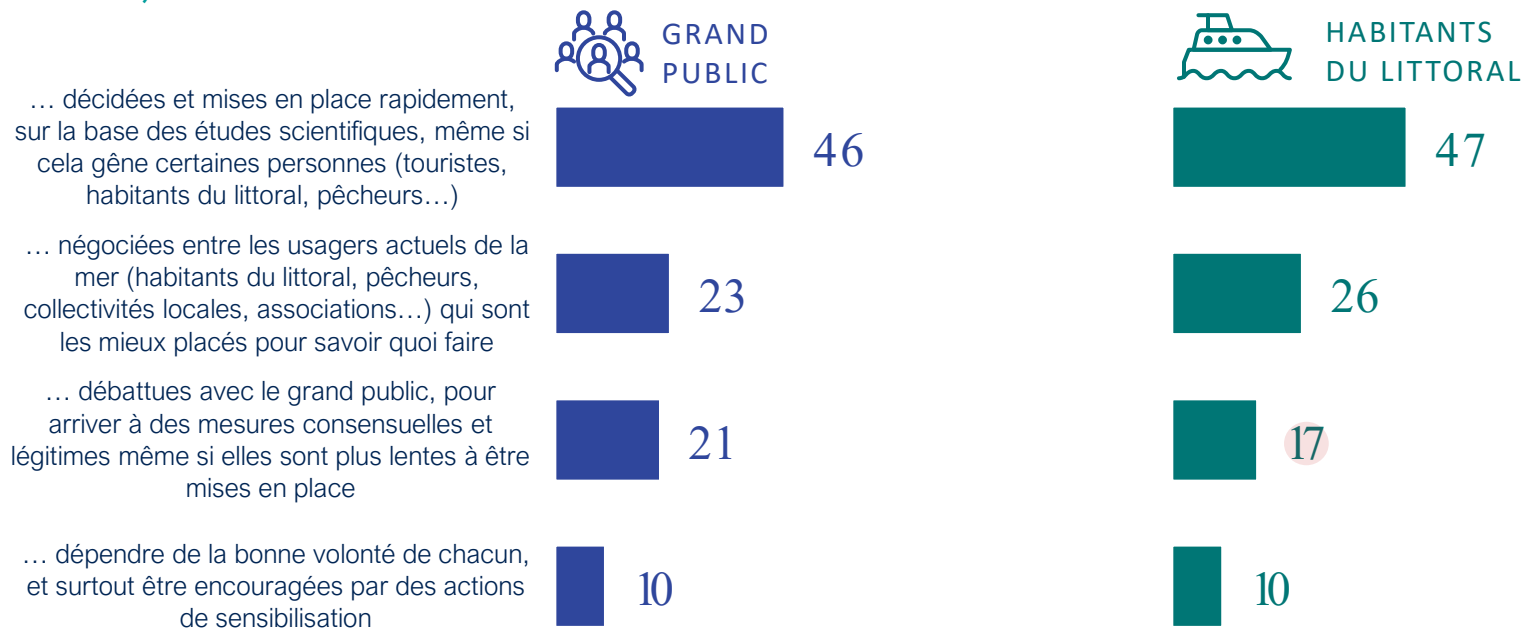
PAS TRÈS IMPORTANT

PAS IMPORTANT DU TOUT

# POUR LES FRANÇAIS, LES ACTIONS DE PROTECTION DE LA MER DOIVENT AVANT TOUT S'APPUYER SUR LA SCIENCE ET ÊTRE MISES EN PLACE RAPIDEMENT

Question : « Pensez-vous que les actions de protection de la mer doivent être plutôt... ? »

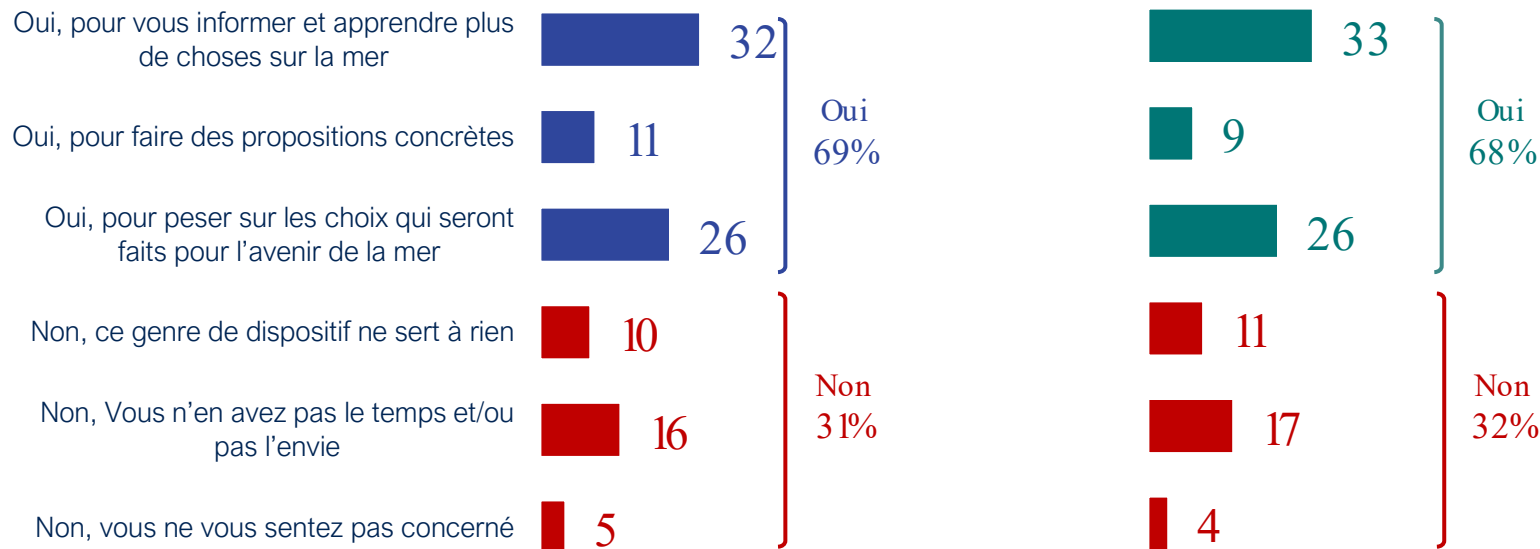
(base: Ensemble)



# UNE PARTIE DES FRANÇAIS POURRAIT PARTICIPER AU DÉBAT PUBLIC SUR LA MER, MAIS SURTOUT POUR S'INFORMER

Question : « Si un débat public est organisé, de façon neutre et transparente et pendant plusieurs mois sur ces sujets liés à la mer et à son avenir, souhaiteriez-vous y participer ? »

(base: Ensemble)



# ANNEXES



# NOS ENGAGEMENTS



## Les codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

☑ Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** ([www.syntec-etudes.com](http://www.syntec-etudes.com)), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://www.esomar.org)), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **M**arket Research,

☑ Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

☑ Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et->

### protection-des-donnees-personnelles

A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :

- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

☑ Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : version 2012 par AFNOR Certification**

- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

# ABOUT IPSOS

---

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data coming from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

“Game Changers” – our tagline – summarises our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily our deeply changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg  
IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

---

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:

**You act better when you are sure.**