# La vision de la chimie par le public européen

## Les résultats des enquêtes du CEFIC

Pierre Gervason

Créé en 1972, le CEFIC[1], Conseil européen de l'industrie chimique, anciennement Confédération Européenne des Fédérations de l'Industrie Chimique, représente l'industrie chimique européenne. Basé à Bruxelles, il réunit 22 fédérations nationales et 6 fédérations « associées ».

À ce jour, le CEFIC représente 29 000 sociétés et 1,3 million de personnes. En plus de ses activités centrales et communes à l'industrie chimique européenne, il est constitué de plus de cent groupes sectoriels traitant plus de cent-vingt familles de produits chimiques.

Parmi ses activités, une part importante est consacrée à la recherche, notamment par le biais du « Long-range Research Initiative » (LRI) qui investit plusieurs millions d'euros par an dans des programmes de recherche auprès d'universités et organismes gouvernementaux. Les sujets évalués (donc financés) portent notamment sur les impacts sanitaires des produits chimiques, les stratégies d'évaluation et l'acceptance sociétale des nouveaux produits et technologies.

Le CEFIC intervient également dans la communication, objet de cet article. Cette communication s'exerce autour de l'industrie chimique, notamment des produits et des thématiques sanitaires et environnementales qui lui sont affectés.

### Le « point zéro »

Dès 1991, le CEFIC a décidé de mettre en place une enquête d'opinion pan-européenne, financée par ses adhérents, dont l'objectif majeur était de disposer d'un instrument de mesure destiné à établir une stratégie de communication en phase avec les attentes extérieures à la profession, passant par une étude de l'image de l'industrie chimique.

Réalisée dès 1992 dans huit pays européens (Allemagne, Belgique, Espagne, France, Grande-Bretagne, Italie, Norvège et Pays-Bas) auprès d'environ mille personnes par pays, cette enquête s'est d'abord attachée à cerner les attentes sociétales, indépendamment de la chimie et de l'industrie chimique, et d'établir un point de référence.

Les premières questions ont évalué la perception des grands problèmes sociétaux (chômage, santé, environnement…) ainsi que les priorités à traiter dans les années à venir (nous sommes en 1992…) : pollution de l'environnement, violence, chômage, santé… La suite de l'enquête s'est attachée au traitement des sujets liés à l'industrie en général, notamment en questionnant sur la nature des industries dangereuses pour l'environnement (chimie, automobile, sidérurgie…).

Le troisième niveau de questions a abordé indirectement l'industrie chimique, faisant ressortir une demande d'augmentation des mesures de protection de la nature, un besoin de développement des énergies alternatives, une meilleure définition des priorités (pollution de l'eau et de l'air, destruction de la couche d'ozone, pollution marine, pollution chimique).

Enfin, le quatrième niveau abordait directement la chimie et l'industrie chimique : qu'est-ce qu'un produit chimique ? Pour les personnes interrogées, ce sont les pesticides, peintures, détergents, matières plastiques, engrais… (nous comparerons plus loin ces opinions avec les résultats de l'enquête réalisée en 2010, en observant une bonne continuité de la vision des produits chimiques par le public). Par ordre décroissant des réponses : l'industrie chimique doit mieux informer de ses découvertes et implications sociétales ; elle demeure un danger pour les populations locales ; elle n'est pas prête à réduire ses bénéfices pour protéger l'environnement ; et il y a un manque global de confiance.

Cette première enquête se concluait par une évaluation de la crédibilité des vecteurs d'opinion à l'échelle européenne (en 1992). Par ordre décroissant, on trouve : Greenpeace, les scientifiques, l'université et les milieux académiques, les associations de consommateurs, les autorités locales, la police, les syndicats, les chasseurs, les partis politiques, les associations d'entreprises et les industriels…

À ce stade, il est fondamental de constater qu'il y a d'importantes différences d'opinions entre chaque pays, et cela à chaque question. Il sera donc ardu d'établir une stratégie de communication commune à toute l'Europe et sans doute préférable de la déléguer à chaque pays. Ce phénomène s'est perpétué puisque nous verrons plus loin que ces différences sont encore fortes dans les enquêtes suivantes, y compris celle réalisée en 2010.

Par exemple, en 1992, les priorités « santé » sont plus prises en compte par les pays « latins » (Espagne, France, Italie) ; l'environnement préoccupe plus l'Allemagne et les Pays-Bas, avec des nuances sur la pollution (Allemagne, Italie), la protection de la nature (Allemagne, France) et les énergies renouvelables (Grande-Bretagne, Pays-Bas).

### Les « pan-European survey » (PES)

Cette enquête initiale a été suivie régulièrement par d'autres enquêtes, les PES, réalisées tous les deux ans, avec un élargissement du choix des pays – évolution européenne oblige –, mais avec des techniques d'enquête similaires.

La technique d'étude est clairement définie et constante dans le temps et géographiquement. Elle est établie par une société européenne spécialisée dans les enquêtes d'opinions. Deux points formels émergent de la réalisation de l'enquête : focalisation sur l'industrie chimique, sans réévaluer implicitement les attentes sociétales *a priori*, et variation dans le nombre de pays : 7 en 1996 (départ de la Norvège), 8 en 2000 (entrée de la Suède), 9 en 2004 (Pologne) et 11 à partir de 2008 (Hongrie et République tchèque).

À raison d'environ 1 000 personnes interrogées par pays, comme dès 1992, ce sont donc sensiblement 11 000 Européens qui ont fait partie du panel.

Ces enquêtes sont donc très complètes, tant au niveau des thèmes qui sont examinés – qui vont de l'image globale de l'industrie chimique à ses enjeux sociaux-économiques, ses impacts, REACH et le « Responsible Care »… –, que des croisements qui sont faits entre les nationalités, les classes sociales, les générations, etc.

## Le PES 2010

Les résultats du PES 2010 présentés ici ont été obtenus par l'enquête réalisée de février à mars 2010. L'exhaustivité des questions posées ainsi que la complexité du traitement des croisements (nationalités, classes sociales, générations…) nous a amenés à présenter les conclusions principales essentiellement. Cependant, nous nous sommes attachés à développer les principaux résultats et leur évolution entre 1996 et 2010 sur deux points : « l'image de l'industrie chimique » et « la vision des produits chimiques », d'autant que ces deux points nous ont semblé plus représentatifs d'une opinion spontanée « à chaud ».

### *Image générale de l'industrie chimique*

Par rapport aux autres industries, l'industrie chimique arrive en sixième position en termes d'image, avec une légère amélioration depuis 1996. Mais elle est toujours derrière les télécommunications et l'électronique, l'alimentation, la pharmacie, l'automobile et l'électricité. Et elle reste toujours parmi les trois « dernières de la classe » avec les industries pétrolière et nucléaire.

Les différences d'appréciation déjà observées en 1992 entre les pays restent établies : amélioration de l'image comparée en Belgique, Italie et Pays-Bas, mais régression en Allemagne, Grande-Bretagne et Hongrie.

Dans l'absolu, sans mise en perspective avec d'autres industries, l'image globale de l'industrie chimique est fluctuante selon les années (… et les pays) mais s'inscrit dans une dynamique moyenne positive.

Ainsi, l'évolution sur les dernières années est positive en Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, reste fluctuante en France (en huitième position sur onze pays en 2010), décroissante en Grande-Bretagne, Hongrie et Pologne, relativement stable aux Pays-Bas, en République tchèque et en Suède.

### *La chimie, les produits chimiques*

Pour le public, les produits chimiques sont vus au travers d'applications quotidiennes bien identifiées. Ainsi, par ordre décroissant d'identification, ce sont des produits pour le nettoyage et la désinfection, détergents et adoucissants, hygiène, pharmacie, cosmétique et parfums, engrais, pesticides, peintures… La comparaison de ces résultats avec ceux de 1992 montre un évident parallélisme.

Cette vision « application domestique » ne serait-elle pas due à des applications nécessitant des précautions d'emploi et de rejet bien précisées, des étiquetages « corrosif », « toxique », « dangereux pour l'environnement », des mentions « ne pas avaler », etc., mises en relation avec l'idée qu'un produit chimique est justement toxique, polluant… ?

Cependant, concernant l'équilibre entre effets positifs et effets négatifs, il ressort que la moyenne européenne est sensiblement constante et en faveur des bénéfices apportés (surtout en Allemagne, Belgique, Grande-Bretagne, Pays-Bas, Pologne, Suède), mais en faveur des effets négatifs en France et en Italie.

### *Conclusions*

Les conclusions proposées par le CEFIC à partir du PES 2010 sont les suivantes :

- il n'y a pas d'image européenne globale et unique de l'industrie chimique, mais une image par pays, génération, milieu social, etc. ;
- cette image a progressé graduellement dans de nombreux pays, mais a besoin de progresser dans des zones importantes (Espagne, France, Grande-Bretagne, Italie), notamment en termes d'acceptation industrielle et d'image des produits ;

La perception par le grand public des produits chimiques dans le quotidien se limite souvent aux produits d'entretien, d'hygiène, ou aux engrais et pesticides, autant d'exemples de produits pouvant être corrosifs, toxiques ou dangereux pour l'environnement. Illustration de Minh-Thu Dinh-Audouin, DR. Produits d'hygiène-parfum : © Fotolia.com/Clivia ; foule : © Fotolia.com/ Michael Brown.

- des éléments extérieurs peuvent influencer ponctuellement la vision qu'a le public de l'industrie chimique, par exemple la Conférence de Stockholm sur le climat – et la médiatisation qui a suivi –, qui a présenté l'industrie chimique plus comme un problème que comme une source de solutions.

## Et la suite ?

En guise de conclusion personnelle, nous apportons quatre points en forme de questionnement à cette synthèse des PES, dans un croisement sensiblement volontairement restrictif car réduit à l'image de la chimie et de ses produits, alors que de nombreux autres croisements ont été faits, par exemple entre chimie et emploi.

Les PES bisannuels réalisés par le CEFIC, la succession régulière des résultats sur l'image durant plusieurs décennies qui en résulte et leur évolution sur une décennie peuvent-ils être un outil essentiel dans l'étude des politiques de communication spécifiques par pays, par cible, par vecteur ?

Peut-on estimer que tous les efforts de recherche, la mise au point des produits, leur fabrication, leur développement commercial, plus la communication qui est faite (ou non) autour de la chimie et des « produits chimiques » n'auraient-ils comme fatalité que d'être les véhicules d'une image de produit « d'entretien » et « dangereux », sans considération pour l'immensité d'autres applications primordiales, discrètes ou spectaculaires, pour les mesures de protection de l'homme et de son environnement, et les impacts économiques et sociaux ? Est-ce légitime ?

Cette image véhiculée et attribuée par les applications visibles ne résumerait donc la vie de la chimie que « de la paillasse à dessous l'évier » (cela est volontairement un peu provocateur de notre part…) ?

Quelles sont alors les conclusions pratiques à tirer de ces constats ? Ceci est une autre histoire[2]…

(1) The European Chemical Industry Council (www.cefic.org).
(2) Voir par exemple les éléments de réflexion abordés dans les articles de Laura Maxim et de Richard-Emmanuel Eastes dans ce numéro.

**Pierre Gervason***
est membre du Bureau de la Commission Chimie et Société.

* 52 rue principale, F-60220 Abancourt.
Courriel : pierre.gervason@wanadoo.fr