

ENQUÊTE AUPRÈS DES JEUNES 2026

Climat, perceptions, connaissances et envie d'agir

*Analyse des résultats du questionnaire en ligne
26 mai – 31 juillet 2026*

Échantillon : 206 répondants • âge moyen : 21,12 ans • âge médian : 21 ans

1. Synthèse exécutive

L'enquête fait apparaître une jeunesse très préoccupée par l'avenir climatique, mais qui n'est pas résignée. La peur est largement majoritaire (79,6 %) et le pessimisme concernant l'avenir du climat atteint 76 %. Dans le même temps, 91,7 % des répondants estiment que les jeunes devraient davantage s'impliquer dans la lutte contre le réchauffement climatique.

Le résultat le plus stratégique est donc le suivant : la préoccupation climatique est forte, mais elle peut devenir un moteur d'engagement. 59,2 % des répondants déclarent être prêts à s'engager pour la planète et à rejoindre Climate Generation. L'enjeu n'est pas seulement de sensibiliser davantage, mais de transformer une inquiétude déjà présente en capacité d'action.

L'enquête révèle également un besoin de pédagogie. Si 85,9 % déclarent savoir différencier climat et météo, seulement 66 % connaissent le terme « éco-anxiété » et 34 % ne le connaissent pas. Par ailleurs, 90,29 % ne connaissent pas ou ne savent pas donner le nom du/de la ministre de la Transition écologique.

Le principal enseignement pour e5t est ainsi double : les jeunes semblent déjà largement convaincus de l'importance du sujet climatique ; ils ont désormais besoin de repères, de solutions concrètes, de collectifs et d'occasions d'agir.

2. Profil des répondants

Indicateur	Résultat	Lecture
Nombre de répondants	206	Base de l'enquête
Âge moyen	21,12 ans	Population très jeune
Âge médian	21 ans	La moitié des répondants a 21 ans ou moins
Femmes	42,7 %	≈ 88 répondantes

Hommes	54,4 %	≈ 112 répondants
Préfère ne pas répondre	2,9 %	≈ 6 répondants

La distribution par âge montre une concentration autour de 18–24 ans, avec un cœur d'échantillon situé autour de 19–23 ans. L'échantillon est donc particulièrement représentatif d'une population étudiante ou de jeunes adultes, sans que le document permette d'établir une représentativité statistique de l'ensemble de la jeunesse française.

3. Une jeunesse fortement préoccupée par l'avenir de la planète

79,6 % des répondants déclarent avoir peur pour l'avenir de la planète, contre 20,4 % qui déclarent ne pas avoir peur. Sur une base de 206 répondants, cela représente environ 164 personnes contre 42.

Ce niveau de préoccupation constitue un signal fort : le changement climatique n'apparaît pas comme un sujet périphérique. Il est associé à une projection personnelle dans l'avenir et à une forme d'inquiétude collective.

Point d'attention : la peur ne doit pas être interprétée automatiquement comme une absence d'action. Au contraire, les résultats sur l'implication montrent qu'une majorité souhaite que les jeunes prennent davantage leur place.

4. Un pessimisme climatique très marqué

76 % des répondants se déclarent pessimistes quant à l'avenir du climat, contre 24 % d'optimistes. Le pessimisme est donc plus de trois fois supérieur à l'optimisme.

Cette perception traduit un sentiment de vulnérabilité face à l'ampleur du dérèglement climatique. Pour une politique de mobilisation, ce résultat est essentiel : une communication uniquement fondée sur l'alerte peut renforcer l'inquiétude sans nécessairement accroître le passage à l'action.

La pédagogie devrait donc associer lucidité et pouvoir d'agir : comprendre les risques, identifier les leviers, rencontrer des acteurs qui agissent et permettre aux jeunes de construire leurs propres projets.

5. L'éco-anxiété : un phénomène connu, mais encore mal maîtrisé

Indicateur	Résultat	≈ sur 206
Se dit éco-anxieux	36,4 %	75
Ne se dit pas éco-anxieux	28,6 %	59
Ne sait pas	35,0 %	72
Connaît le terme « éco-anxiété »	66,0 %	136
Ne connaît pas le terme	34,0 %	70

Le croisement conceptuel est particulièrement intéressant : 36,4 % se déclarent éco-anxieux, mais 35 % ne savent pas s'ils le sont. Autrement dit, une part importante des jeunes semble ressentir une inquiétude climatique sans nécessairement disposer des mots ou des repères pour la qualifier.

Pour e5t, cela ouvre un axe pédagogique : distinguer information, inquiétude, éco-anxiété et passage à l'action, sans pathologiser une réaction qui peut aussi être comprise comme une réponse à un risque perçu.

6. Une bonne compréhension générale de la différence entre climat et météo

85,9 % déclarent savoir différencier le climat et la météo, contre 14,1 % qui déclarent ne pas savoir. Le niveau d'auto-évaluation est donc élevé.

Ce résultat constitue un point positif en matière de culture climatique. Il convient néanmoins de rappeler que la question mesure une connaissance déclarée et non une compétence vérifiée par un test.

7. Une forte perception de l'urgence climatique

85,9 % considèrent le réchauffement climatique comme une urgence, contre 14,1 % qui le considèrent comme une opportunité.

Le résultat ne signifie pas que les 85,9 % rejettent toute dimension d'opportunité ; il indique que, dans le choix proposé par le questionnaire, la notion d'urgence domine très largement. Cela confirme une perception du climat avant tout comme un défi immédiat.

La communication peut donc faire évoluer le récit de « l'urgence à subir » vers « l'urgence à transformer », en mettant davantage en avant les solutions, les métiers, l'innovation, les territoires et les réussites.

8. Un décrochage entre culture climatique et connaissance de l'action publique

Alors que 85,9 % déclarent savoir différencier climat et météo, seuls 9,71 % connaissent le nom du/de la ministre de la Transition écologique ; 90,29 % ne le connaissent pas ou ne savent pas répondre.

Ce contraste est significatif : les jeunes interrogés peuvent posséder des repères sur le climat tout en étant peu familiers avec les institutions et les responsables de la politique de transition. Il ne faut toutefois pas en déduire un désintérêt politique général : le questionnaire ne permet pas de mesurer cet aspect.

Une piste consiste à rendre plus lisibles les mécanismes de décision : qui décide quoi, à quelle échelle, avec quels leviers et comment les citoyens — notamment les jeunes — peuvent intervenir.

9. Le paradoxe central : une jeunesse inquiète mais disposée à agir

91,7 % estiment que les jeunes devraient davantage s'impliquer dans la lutte contre le réchauffement climatique. Ce résultat est l'un des plus forts de l'enquête.

Parallèlement, 59,2 % déclarent être prêts à s'engager pour la planète et à rejoindre Climate Generation. Cela représente environ 122 répondants sur 206.

L'écart entre 91,7 % et 59,2 % est important : vouloir davantage d'implication des jeunes ne signifie pas nécessairement être soi-même prêt à rejoindre immédiatement un collectif. Cela peut traduire un besoin de modalités d'engagement plus accessibles, plus concrètes et compatibles avec les contraintes des jeunes.

La priorité n'est donc pas seulement de convaincre ; elle est de proposer une « marche suivante » simple : comprendre → choisir → expérimenter → agir → transmettre.

10. Les grands enseignements

1 — L'inquiétude est installée. Près de 8 jeunes sur 10 ont peur pour l'avenir de la planète et 3 sur 4 sont pessimistes concernant l'avenir du climat.

2 — L'urgence est largement reconnue. Plus de 8 répondants sur 10 qualifient le réchauffement climatique d'urgence.

3 — Le besoin de sens est fort. Une majorité estime que les jeunes doivent davantage s'impliquer.

4 — Le potentiel d'engagement existe. 59,2 % se disent prêts à rejoindre Climate Generation.

5 — La pédagogie reste nécessaire. Un tiers ne connaît pas le terme éco-anxiété et 14,1 % déclarent ne pas savoir distinguer climat et météo.

6 — Il existe un déficit de lisibilité de l'action publique. 90,29 % ne connaissent pas ou ne savent pas nommer le/la ministre de la Transition écologique.

11. Recommandations stratégiques pour e5t / Climate Generation

Passer de l'alerte à l'action : Construire les messages autour d'un triptyque : comprendre les enjeux, identifier les leviers, passer à l'action.

Créer des formats « jeunes » très opérationnels : Défis collectifs, ateliers projets, visites d'entreprises, rencontres avec des entrepreneurs et acteurs territoriaux, mini-projets à réaliser en quelques semaines.

Faire de l'éco-anxiété une porte d'entrée pédagogique : Proposer des contenus qui permettent de mettre des mots sur les émotions, de comprendre les causes et surtout de retrouver une capacité d'agir.

Valoriser les solutions et les métiers : Montrer que la transition crée des besoins en compétences, des innovations, des entreprises, des projets territoriaux et des opportunités professionnelles.

Faciliter l'engagement : Offrir plusieurs niveaux : 1 heure, 1 journée, 1 projet, ambassadeur, membre d'un collectif. L'engagement ne doit pas être « tout ou rien ».

Donner une place réelle aux jeunes : Les associer à la conception des programmes, à la prise de parole, aux jurys, aux événements et à la production de contenus.

Mesurer le passage à l'action : Compléter les prochaines enquêtes par des questions sur les actions réellement réalisées : mobilité, alimentation, énergie, consommation, engagement associatif, projet professionnel, mobilisation collective.

12. Limites et précautions d'interprétation

L'enquête repose sur 206 répondants et a été administrée en ligne du 26 mai au 31 juillet 2026. Le document fourni ne donne pas d'information sur le mode de recrutement des répondants ; il n'est donc pas possible d'affirmer que l'échantillon est représentatif de l'ensemble des jeunes.

Plusieurs résultats sont des réponses déclaratives : ils mesurent une perception ou une connaissance revendiquée, et non nécessairement une compétence objectivement vérifiée.

Le document fourni présente des indicateurs agrégés. Il ne fournit pas les réponses individuelles ni les croisements entre variables. Il n'est donc pas possible, à partir de ce seul document, de déterminer par exemple si les femmes sont plus éco-anxieuses, si l'éco-anxiété varie avec l'âge, ou si les plus pessimistes sont aussi les plus volontaires pour s'engager.

Conclusion

Cette enquête dessine le portrait d'une jeunesse qui a largement intégré le changement climatique comme un enjeu majeur de son avenir. La peur, le pessimisme et le sentiment d'urgence sont très présents. Mais l'enquête ne révèle pas une jeunesse indifférente ou passive : 91,7 % souhaitent davantage d'implication des jeunes et 59,2 % se disent prêts à rejoindre Climate Generation.

Le défi pour e5t n'est donc plus uniquement de « convaincre » les jeunes que le climat est important. Il consiste à transformer une conscience déjà forte en pouvoir d'agir. La proposition de valeur la plus pertinente peut être celle d'un collectif qui donne des clés de compréhension, des rencontres, des projets, des responsabilités et des résultats visibles.

En une formule : passer de la peur de demain à la capacité d'agir aujourd'hui.

Source e5t : Enquête auprès des jeunes 2026 — questionnaire en ligne, 26 mai au 31 juillet 2026 — 206 répondants.