

COMMUNIQUÉ DE PRESSE — Paris, le 27 janvier 2022

LE DEBAT PUBLIC, UN MOYEN EFFICACE DE TRANSFORMER LA SOCIETE, D'APRES UNE ENQUETE POUR LA CNDDP

Dans la continuité du lancement de sa nouvelle identité en 2021, qui renforce la CNDDP dans sa mission de défense du droit du public à l'information et à la participation, la commission a lancé fin 2021 une enquête sur la perception du débat public, sur sa notoriété et sur son image. Elle en présente les principaux résultats et enseignements, à la veille de ses 25 ans cette année.

Menée à l'automne sur un échantillon représentatif de plus de 1000 personnes, cette enquête* répondait à un objectif double :

- Mesurer le niveau de connaissance, l'intérêt et l'opinion à l'égard du débat public
- Connaître la notoriété et l'image de la CNDDP pour adapter les messages et mieux cibler les actions de communication et de sensibilisation auprès du grand-public.

Le débat public bien perçu, mais sous conditions

Ce que l'on retient en 1^{er} lieu sur le volet « perception du débat public », c'est que 68 % des personnes sondées estiment que le **débat public est un moyen efficace de transformer la société**. Ce taux grimpe à 85% chez les personnes qui connaissent la CNDDP et à 93% pour celles qui ont déjà participé à un débat public, ce qui démontre la vision très positive de cette expérience pour ces derniers sur l'intérêt et l'utilité du débat public.

Sur la participation à un débat ou une concertation publics, l'enquête nous apprend que **15% des personnes sondées y ont déjà participé** et que **65 % pourraient en être des publics potentiels**, soit parce qu'elles ont l'intention de participer prochainement, soit qu'elles seraient prêtes à le faire si elles étaient sollicitées, ou si elles savaient comment s'y prendre ou vers qui se tourner.

Enfin, les trois principales conditions qui inciteraient les publics à donner leur avis sont :

- D'être sûrs que donner leur avis changera quelque chose (38%),
- D'avoir les informations nécessaires pour se faire leur opinion (36%)
- D'être sûrs de ne pas être manipulés ou instrumentalisés (33%)

Ces trois conditions, déjà présentes dans une étude intitulée « Le citoyen et la décision publique » réalisée par la CNDDP en 2014, constituent une constante. Or, le respect de ces conditions est justement la garantie apportée la CNDDP dans le cadre de la législation.

Une notoriété encourageante et une image positive

D'après les résultats de cette enquête, **23 % des personnes interrogées disent connaître la CNDDP**, avec une certaine disparité dans les réponses selon la situation socio-professionnelle (CSP/PCS)**. En effet, 31% des catégories les plus favorisées (CSP+) affirment connaître la CNDDP, contre 23% pour les catégories défavorisées (CSP-) et 19% pour les inactifs.

L'âge est également un critère différenciant, avec 33% des 18-34 ans qui disent connaître la CNDP, contre 17% chez les 66 ans et plus.

Qu'elles aient une connaissance avérée ou non de la CNDP, **près de 60% des personnes en ont une image positive, dont 17 % une image très positive.** Les trois idées les plus partagées pour décrire la CNDP selon les sondé.e.s sont : **inclusive** (76 %), **utile** (73 %) et **dynamique** (71 %). Enfin, à la question "selon vous, quels sont les mots les plus appropriés pour qualifier la CNDP" ? Ce sont, pour 40% des personnes répondantes, "**démocratie participative**", suivi d'"aide à la transformation de la société" (29%) et "médiateur, facilitateur" pour 21% d'entre elles. Les notions "anti-démocratique" et "manipulation" ne sont, quant à elles, citées respectivement qu'à 2% et 8%.

Une volonté d'informer et de communiquer le plus largement

A la lumière de ces enseignements, les enjeux de la CNDP sont multiples :

- communiquer davantage sur les missions et le rôle de la CNDP en tant qu'autorité indépendante, transparente et neutre ;
- mieux faire connaître à tous les publics leur droit à être informés et à participer aux décisions sur les projets qui concernent leur environnement ;
- favoriser leur mobilisation sur les débats et concertations ;

« Cela est d'autant plus important que nous bénéficions d'une bonne image et que le débat public est perçu comme positif. Notre objectif sera donc de poursuivre notre action d'information auprès du grand public, avec un nouvel enjeu : celui de communiquer plus largement encore, notamment auprès des publics les moins informés sur leurs droits, en diversifiant à la fois les canaux, les outils et les messages. Les 25 ans de la CNDP cette année constitueront une ère occasion idéale pour y répondre », précise Chantal Jouanno, présidente de la CNDP.

* Enquête réalisée du 15 au 25 octobre 2021 par People Vox sur un panel représentatif de la population française âgée de plus de 18 ans. ** Selon la nomenclature INSEE.

A PROPOS DE LA CNDP

La Commission nationale du débat public (CNDP) est une autorité administrative indépendante créée en 1995 par la loi Barnier. Instance collégiale composée de 25 membres provenant d'horizons différents, assurant ainsi son indépendance (administrations, associations, patronat, syndicats...), son rôle est de veiller au respect de la participation du public au processus d'élaboration des projets, plans et programmes ayant un impact sur l'environnement, et présentant de forts enjeux socio-économiques : transition énergétique, mobilités, industries, etc. Au plus près des citoyennes et citoyens, la CNDP est présente sur tout le territoire national à travers ses représentants en région (délégué.e.s) et ses 250 garant.e.s chargé.e.s de veiller à l'information et à la participation du public. Elle développe également la culture de la participation en apportant des conseils et en rendant des avis méthodologiques sur toute démarche de participation du public.

CONTACTS RELATIONS PRESSE

Sabine Rozier-Deroche
sdr@taolaconsultants.com
T. +33 6 42 66 45 24

Pôle communication CNDP
media@debatpublic.fr
T. +33 6 31 60 52 06

 @debatpublic.fr

 @CNDPDebatPublic

 Commission nationale du
débat public (CNDP)