

RESTITUTION

PREMIERE RENCONTRE DU

DEVELOPMENT ENGAGEMENT LAB (AAT 2.0)

15 mars 2019

RAPPEL DES OBJECTIFS DE LA JOURNÉE

Définir de nouveaux angles de recherche pour une plus grande implication des français·es en faveur de la solidarité internationale dans les 5 années à venir.

Désormais, le Development Engagement Lab va interroger les français à six reprises chaque année, à partir de 3 types de questionnaires différents :

LE "TRACKER"

3 fois par an : 10 questions récurrentes et communes aux quatre pays permettant de voir l'évolution des opinions sur les cinq prochaines années (environ 2000 répondants pour chaque pays).

LE "PANEL"

Une fois par an : 60 questions interrogeant une pratique ou une thématique particulière (entre 6000 et 8000 répondants par pays). En 2019, le Panel portera sur la consommation des médias par les citoyens (dans les quatre pays).

LE "SANDBOX"

Deux fois par an, 30 questions offertes aux partenaires nationaux du développement (2000 répondants) de façon à « coller » de près aux besoins de chaque pays en termes de communication ou de plaidoyer.

PRÉSENTATIONS

Vous retrouverez la présentation avec tous les éléments de la journée [ici](#), à savoir :

- ◆ Présentation du projet Development Engagement Lab.
- ◆ Les principaux **enseignements** du projet Aid Attitudes Tracker en France.
- ◆ Quelques **faits et chiffres** à garder à l'esprit en vue d'une plus grande implication des français·es : contraintes et opportunités.

RESTITUTION ATELIER#1 : VOS OBJECTIFS ET VOS BESOINS

L'atelier est divisé en 4 groupes thématiques (communication, mobilisation, éducation, plaidoyer, fundraising).

Questions posées : Quels sont les objectifs de votre organisation, voire du secteur de la solidarité internationale dans son ensemble, qui mériteraient une attention particulière pour renforcer l'engagement citoyen sur les enjeux de développement en France d'ici 5 ans ? De quelles données auriez-vous besoin pour contribuer à la réalisation de ces objectifs ? Quels sont les sujets que vous souhaitez que nous abordions dans nos sondages en vue de répondre au mieux à vos besoins ?

A noter : le groupe thématique #Fundraising (mobiliser plus de donateurs individuels) n'a mobilisé aucun·e participant·e.

>> 1. GROUPE **CHANGER LE NARRATIF** SUR LES ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT #COMMUNICATION

Besoins exprimés par les participant·e·s :

- ◆ **Avoir une mesure plus précise des profils qui s'engagent :** mieux cibler les publics engagés, mieux identifier les publics qui évoluent, les publics plus sceptiques. Quels sont les publics à qui on peut parler et quelles sont leurs réactions ?
>> Objectif : être plus innovant, plus audacieux, pour aller chercher des segments de la population qui jusque-là n'étaient pas engagés sur nos enjeux.
- ◆ **Comment vulgariser les défis et enjeux du développement durable ? De quoi peut-on parler sans ou avec pédagogie ? Quel est le champ lexical que l'on peut mobiliser ?** Souvent on se met des barrières, on n'ose pas parler de certaines choses de peur de ne pas être compris. On est parfois trop léger, on ne va pas au fond des choses, au risque de moins bien sensibiliser nos publics. A l'inverse, parfois on met trop d'acronymes, on est trop précis, trop technique. On a besoin de mesurer quel type de discours peut être entendu, quels types de mots peuvent être compris et à l'inverse quel type de discours ne peut pas être audible ou quels types de mots ne fonctionnent pas. Cela pourrait passer par un test de connaissances de mots ou d'acronymes.
- ◆ **Entre messages optimistes et anxiogènes, lesquels fonctionnent le mieux ?** Par exemple, sur les changements climatiques, les messages anxiogènes semblent avoir été à l'origine de la mobilisation. Mais on pourrait également imaginer une campagne sur un ton plus enthousiaste qui montre à quel point ce qui a déjà été fait a fonctionné afin d'éviter une lassitude. A tester !
- ◆ **Mesurer le degré de conscience et de compréhension de l'interconnexion/interaction des enjeux et défis rencontrés au « Nord » avec ceux du « Sud ».** Il faudrait comprendre à quel point les gens « d'ici » sont capables de comprendre que les enjeux de « là-bas » sont aussi les enjeux « d'ici ». Changer de narratif pour sortir de la compétition entre la pauvreté « là-bas » vs. la pauvreté « d'ici ». Essayer de comprendre comment on peut faire évoluer le message : quand on s'adresse à des gens du Nord sur des problématiques du Sud, à quel point peut-on leur dire que les problématiques du Sud sont aussi les problématiques du Nord ? Sur ce point le narratif autour des enjeux climatiques a très bien fonctionné. A reproduire ?
- ◆ **Qu'est-ce qui fait mal à entendre ?** Tester des messages sur les sujets sensibles et les stéréotypes, comme on l'a fait par exemple sur le sujet des enjeux migratoires (dont les résultats étaient particulièrement alarmants toutes catégories sociales confondues). Quitte à ne pas rendre les résultats publics, il importerait d'oser poser les questions qui fâchent pour mieux comprendre la limite au-delà de laquelle plus personne n'adhère au discours, essayer d'évaluer jusqu'où on peut aller sans perdre tout le monde, voire créer des lignes de fractures pour défendre des principes. Par exemple, sur une question caricaturale pour forcer le trait comme « vous préférez aider les gens d'ici ou de là-bas », il serait intéressant de mieux explorer quel est le point de basculement à partir duquel sur un certain discours où on commence à perdre tout le monde.

- ◆ **Mesurer les impacts des campagnes.** Si on incite à des comportements plus vertueux dans nos campagnes, la question n'est pas seulement comment ils ont compris la campagne, mais comment concrètement nous parvenons à modifier leurs comportements, au-delà de leurs opinions, versatiles par essence. En mesurant les résultats de nos campagnes, on apporterait la preuve de leur efficacité, un argument de taille pour convaincre au-delà des citoyens, les bailleurs, médias et décideurs politiques.

Quels objectifs à 5 ans ?

- ◆ **En finir avec le narratif « Nord/Sud ».** Dans 5 ans, il serait pertinent de ne plus distinguer de manière aussi imperméable le « ici » vs le « là-bas ». Ne plus parler d'« aide » mais faire germer l'idée d'un monde qui rencontre les mêmes défis nécessitant des réponses communes, en partenariat. En réalité, nous gagnerons à faire comprendre que les intérêts du « Sud » sont autant les intérêts du « Nord ». Amener les français à sortir de leur vision très domestique des enjeux pour les connecter aux enjeux internationaux qui traversent la société française est une nécessité. Prendre cette direction suppose de contribuer à élargir notre offre d'engagements afin que les citoyens prennent conscience que le développement durable est l'affaire de tous.
- ◆ **Augmenter de façon significative la connaissance du grand public sur les enjeux du développement** et sur ce que font les différents acteurs est la condition sine qua non d'un soutien à notre secteur et d'une plus grande participation. Il y a aujourd'hui un déficit global de connaissances sur le sujet, le monde du développement est un monde complètement à part, trop détaché des débats qui occupent la sphère hexagonale. Il s'agit d'essayer de briser le mur entre ceux qui font du développement et les autres (qui pourraient s'engager mais ne le font pas par méconnaissance du sujet, tout particulièrement les individus d'ores et déjà engagés mais sur d'autres enjeux).
- ◆ **Agrandir le cercle de nos « amis ».** Par exemple, fédérer les associations féministes dans la lutte pour le développement, nous rapprocher des mouvements sociaux et mouvements citoyens informels.
- ◆ Démontrer qu'au-delà de l'aide classique, les ressources financières pour lutter contre les inégalités existent en vue de développer les financements innovants.
- ◆ Promouvoir une fiscalité plus juste, seule alternative permettant une meilleure redistribution des ressources, tant à l'échelle nationale qu'internationale.

>> 2. GROUPE DÉMONTRER L'ADHÉSION DES FRANÇAIS À NOS ENJEUX AUX RELAIS D'OPINION ET AUX DÉCIDEURS POLITIQUES #PLAIDOYER

Besoins exprimés par les participant·e·s :

Ci-dessous figurent les objectifs envisagés par le groupe afin de nourrir les recherches et les données permettant d'alimenter le débat public et l'adoption de politiques publiques.

La France de 2024 – dans 5 ans à quoi pourraient ressembler nos succès en matière de plaidoyer :

- ◆ En 2024, la France aura enfin atteint son **0,7% de RNB** en faveur de l'APD.
- ◆ Les français auront une **connaissance accrue des grands problèmes de santé et autres grands défis (ODD)** auxquels le monde est confronté.
- ◆ D'ici 2024, la solidarité internationale aura été labélisée « **grande cause nationale** ».

- ◆ Nous saurons **ce que les français pensent de l'action des députés** en matière de solidarité internationale et de lutte contre les inégalités dans le monde, nous serons en mesure de dire « les citoyens pensent qu'au quotidien vous travaillez sur ces enjeux-là ». L'idée étant de mettre en les attentes et perceptions de nos concitoyens sur l'action des parlementaires et faire comprendre que les français les observent.
- ◆ Il y aura une **augmentation du financement en faveur de l'éducation au développement**, une démarche prise au sérieux pour encourager la participation de citoyens critiques et actifs sur les enjeux internationaux.
- ◆ **L'aide française ne sera pas instrumentalisée** à des fins de contrôles migratoires, sécuritaires ou géopolitiques. L'aide de la France et de l'UE s'attachera à remplir les besoins des populations et des mécanismes seront mis en œuvre pour une plus grande transparence tant vis-à-vis des citoyens ici que là-bas. Sans confiance, point de soutien.
- ◆ Nous serons en mesure de **mieux mobiliser les citoyens sur les questions d'inégalités de genre** en bénéficiant d'une meilleure compréhension des ressorts de leurs engagements et leurs motivations.
- ◆ **La France prendra au sérieux la nécessaire réalisation des Objectifs de développement durable**, enjeux mis à l'agenda politique et médiatique.
- ◆ Un **ministre du développement, pleinement responsable du pilotage des politiques publiques de développement** sera nommé d'ici 2024.
- ◆ Les **ONG seront considérées comme des acteurs légitimes** et efficaces qui méritent d'être soutenues par les pouvoirs publics.

Besoins exprimés

- ◆ De manière générale nous aider à développer un argumentaire fidèle à nos positions qui rencontrent le soutien de l'opinion publique dans le cadre des interactions avec les décideurs
- ◆ Savoir quels sont, du point de vue de l'état de connaissances des français·e·s les défis les plus importants en matière de santé dans le monde ?
- ◆ Savoir quels sont les thèmes qui résonnent le plus en matière d'égalité femmes/hommes pour mobiliser les citoyens ?
- ◆ Mesurer le taux de soutien et de connaissances des français·e·s aux ODD
- ◆ Mesurer le taux de confiance et de soutien des français·e·s aux ONG (en vue de préserver l'espace et la liberté d'action des ONG et démontrer l'efficacité et la crédibilité des ONG)
- ◆ Mettre en avant les attentes des français·e·s vis-à-vis de la régulation des multinationales et de leur actions et impacts négatifs dans le monde
- ◆ Mettre en avant les attentes des français·e·s quant au rôle des décideurs politiques – parlementaires notamment – dans la résolution des défis mondiaux
- ◆ Démontrer l'intérêt de porter les enjeux de développement et l'éducation des citoyens à ces enjeux est fondamental auprès des pouvoirs publics

Actions envisagées liées à l'utilisation des données :

- ◆ Utilisation des données dans le cadre de nos échanges avec les décideurs pour les convaincre du bien-fondé de nos analyses et du soutien de l'opinion publique

- ◆ Utilisation des données via conférences de presse, CP, messages sur les réseaux sociaux
- ◆ Utilisation des données pour tester nos messages de plaidoyer (si possibles également auprès des décideurs et voir comment la perception de ces derniers diffèrent de celles du grand public)
- ◆ Inciter les décideurs et relais d'opinion à mettre à l'agenda politique et médiatiques les enjeux de développement et de solidarité internationale

>> 3. GROUPE **SENSIBILISER LE GRAND PUBLIC AUX ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT #ÉDUCATION**

Objectifs identifiés pour 2024

- ◆ Bien connaître les **valeurs** et le **sens** que donnent nos concitoyens à la **mise en œuvre des ODD**.
- ◆ Que **les citoyens interpellent directement les pouvoirs publics pour réguler les multinationales**.
- ◆ On souhaite que les citoyens qui sont désabusés, pessimistes, arrivent à se mobiliser d'avantage, **en trouvant par exemple des points d'entrée par ODD dans la vie quotidienne** de chacun.
- ◆ **Changer les représentations en termes de réussite sociale**, mieux cerner les motivations individuelles (notamment les représentations du bonheur qui jouent un rôle moteur dans les trajectoires individuelles), sans quoi il nous sera difficile de transformer les comportements.

Mesures intéressantes pour mieux cibler, éduquer et informer nos audiences

- ◆ Sur **quels sujets et leviers précis** nos concitoyens souhaiteraient-ils se mobiliser ?
- ◆ **Comment** se servir des grands enjeux de solidarité internationale pour **promouvoir les ODD** ?
- ◆ **Comment se servir de l'intérêt spécifique de chacun** (santé, éducation, droit des femmes, environnement, bien manger ...) pour élargir notre base militante.
- ◆ Identifier la connaissance et la mise en œuvre de réflexes en matière d'écologie et de gestion des déchets.
- ◆ Savoir **quels sont pour les français les principales causes de la pauvreté** et des inégalités, les responsables de ces mécanismes.
- ◆ **Savoir si réguler le pouvoir des multinationales prédatrices** fait partie des priorités pour les français, en faisant un angle d'attaque qui puisse réunir citoyens du « Nord » comme du « Sud » autour d'un combat commun.
- ◆ Identifier les **préoccupations des français-e-s sur les grands défis contemporains et potentiellement les solutions à apporter**
- ◆ **Qu'est-ce qui motiverait les citoyens à interpeller directement les multinationales** Pourquoi les scandales suscitent ou non la mobilisation – Rana Plaza –, qu'est-ce qui fait que l'on s'habitue ou non aux inégalités ? Où se situent les points de rupture ?
- ◆ **Résoudre ou identifier les raisons du paradoxe apparent entre l'envie de démocratie participative et en même temps le défaut de volonté de s'engager et d'agir**, qu'est-ce qui motive les citoyens pour croire que ça va marcher et pour agir ?

- ◆ Comment mobiliser un plus grand nombre de volontaires, en France ou à l'international ?

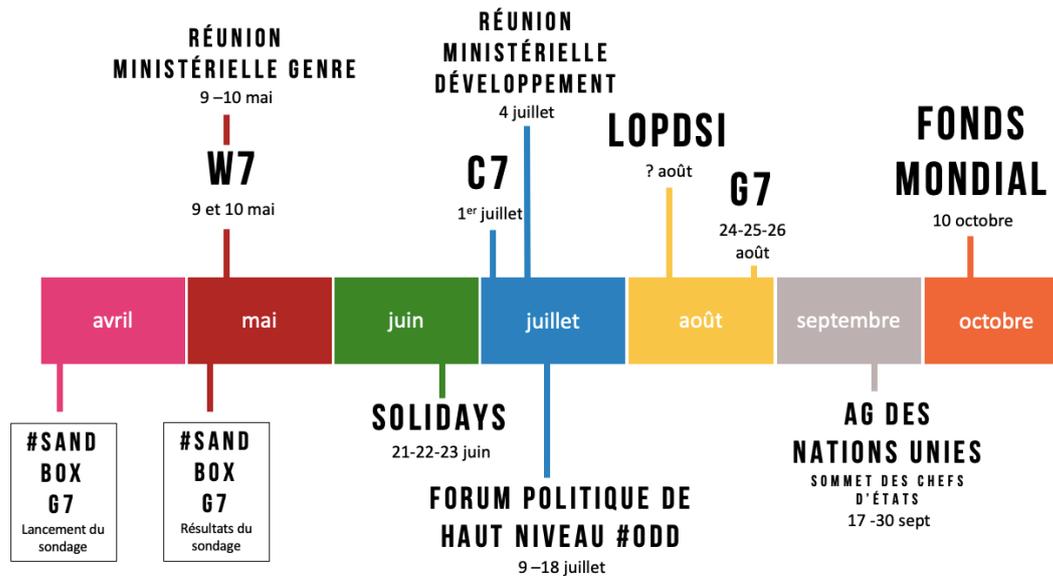
>> 4. GROUPE **MODIFIER LES COMPORTEMENTS** #MOBILISATION

- ◆ Avoir une meilleure connaissance des enjeux de développement dans leur **interaction** notamment en lien avec les Objectifs de développement durable.
- ◆ **Quel lexique employer ?** Est-ce que les Objectifs de développement durable mériterait d'être mobilisé par l'ensemble du secteur à des fins de pédagogie et d'engagement ? L'agenda 2030 est-il la bonne formule à employer auprès du plus grand nombre ? Est-ce qu'il n'y a pas d'autres terminologies à utiliser comme « grands défis mondiaux » ou d'autres terminologies qui soient plus porteuses de sens pour le grand public ?
- ◆ **Savoir ce qui pourrait rassurer les français sur l'APD** : est-ce que c'est la nature des messages ? L'émetteur du message ? L'échelle du message (locale vs nationale) ?
- ◆ **Le « ici » et « là-bas »** : Comment les français comprennent que ce qui se passe « ici » nous relie à ce qui se passe « là-bas » et inversement. Quelle approche serait la plus parlante ? Parler d'« ici » pour résonner avec là-bas ou parler de « là-bas » pour résonner avec « ici » ?
- ◆ **Mettre le développement au programme scolaire des plus jeunes**. Est-ce que ça pourrait être un moyen de participer à cette éducation dès le plus jeune âge (comme c'est le cas des enjeux environnementaux présents dans les programmes scolaires, ce qui permet de construire une génération plus consciente et indirectement sensibiliser les parents).
- ◆ **Comment diffuser plus largement nos messages ?** Au-delà du choix des mots, quels moyens, quelle diffusion ? Qu'est-ce qui fonctionne le mieux ? Comment fait-on concrètement pour sensibiliser plus largement au-delà de notre cercle d'abonnés Facebook , ...
- ◆ **Qu'est-ce qui marche le mieux en fonction de quels objectifs ?** Quels mots suscitent plus d'engagement lorsqu'on veut faire signer une pétition ? Quels terminologie et angles « marchent le mieux » quand on veut susciter des dons ? Disposer de données très précises en fonction des objectifs.

RESTITUTION ATELIER#2 : SANDBOX G7

Nous lançons la production d'une "Sandbox", un sondage co-construit avec nos partenaires deux fois l'an. Compte-tenu de l'actualité, il nous semble pertinent que ces questions puissent alimenter le débat autour des grands événements du développement à venir en lien avec la France : G7, Loi de programmation et d'orientation sur le développement et la solidarité internationale, Forum de haut niveau sur les ODD, reconstitution du Fonds mondial de lutte contre le sida, la tuberculose et le paludisme.

Ce sondage sera organisé autour de 30 questions d'intérêt pour nos partenaires – vous ! - et réalisé auprès de 2 000 personnes représentatives de la population française, l'occasion de vous donner les preuves et données dont vous avez besoin pour nourrir vos stratégies de communication et d'influence en vue des grands événements à venir. Les résultats de cette Sandbox G7 vous seront communiqués tout début mai.



Retrouvez ci-dessous l'ensemble des questions proposées par les différents groupes :

QUESTIONS POUR NOURRIR LE DÉBAT SUR LOPSI

- ◆ Pensez-vous que l'APD doit être dirigée vers des organismes ou projets qui respectent un certain nombre de normes sociales et/ou environnementales ?
- ◆ Quels types de projets l'APD ne devrait plus financer ? Énergies fossiles, agriculture intensive, etc. ?
- ◆ Quels sont, selon vous, les enjeux prioritaires pour l'APD ? Éducation, climat, inégalités sociales, etc.
- ◆ A qui accordez-vous du crédit sur la question de l'efficacité de l'APD ? ONG, États, institutions internationales, etc. ?
- ◆ Pensez-vous que l'APD doit être majoritairement versée sous forme de dons ou de prêts ?
- ◆ Pensez-vous légitime que les pays riches aident au développement des pays pauvres ? Idem avec les pays émergents (Chine, Inde, etc.)
- ◆ Êtes-vous favorable à une augmentation de l'APD ?

AUTRES QUESTIONS LIÉES AU G7 (ÉDUCATION, SAHEL, CLIMAT, DIGITAL, NUTRITION)

- ◆ Connaissez-vous le G7 ? Savez-vous ce qu'est le G7 ?
- ◆ La France doit mobiliser la communauté internationale contre les inégalités, quelles devraient être les priorités ?
 - Lutter contre l'évasion fiscale ?
 - Promouvoir des impôts progressistes ?
 - Investir dans les services publics d'éducation et de santé ?
 - Lutter contre les changements climatiques ?
 - Augmenter l'aide publique au développement ?

- ◆ La France doit-elle d'abord aider au développement de la Chine ou du Mali ? Aujourd'hui, l'APD française vers la Chine est plus importante que celle vers le Mali, cela vous semble-t-il correct ?
- ◆ La lutte contre la pauvreté en Afrique a-t-elle un impact sur la vie des français ?
- ◆ Avez-vous déjà entendu parler du Sahel ?
- ◆ Est-ce que la France/président Macron fait assez pour lutter contre la faim dans le monde ? Faut-il que la France fasse davantage pour lutter contre la faim ?
- ◆ A votre avis, combien de personnes dans le monde souffrent de la faim ?
- ◆ Seriez-vous prêt à vous engager pour interpeler les dirigeants du G7, et si oui, comment (pétition, marche, tweets, etc.) ?
- ◆ La France a décidé de concentrer son action dans les pays les plus pauvres de l'Afrique, au Sahel, cela vous semble-t-il pertinent ?
- ◆ La France est-elle légitime pour mobiliser les participants du G7 sur la lutte contre les inégalités ?
- ◆ Pour réduire les inégalités au niveau mondial, selon vous quelles sont les thématiques à traiter en priorité ?
- ◆ Parmi les sujets suivants, lequel devrait être mis en priorité à l'agenda du G7 ?
 - L'évasion fiscale
 - Les services publics d'éducation / la santé
 - Les impôts progressistes
 - La lutte contre les changements climatiques
- ◆ Quel est le thème sur lequel vous avez le plus d'attentes dans le cadre du G7 ?
- ◆ Dans quel domaine l'action du G7 vous semble-t-il la plus pertinente ?
- ◆ Pour enclencher une diplomatie féministe, Emmanuel Macron a décidé de créer un fonds de 20 millions d'euros pour aider les associations de femmes dans les pays pauvres. Ce montant vous semble-t-il suffisant ?
- ◆ Quelle organisation vous semble la plus pertinente pour lutter contre les inégalités au niveau mondial ? G7, ONU, etc ?
- ◆ Le G7 vous semble-t-il l'espace légitime pour lutter contre les inégalités mondiales ?
- ◆ Macron veut s'engager dans la lutte contre les inégalités dans le monde. Pensez-vous que cela sera réellement suivi d'effets ?

QUESTIONS SUR LE SUJET DES GRANDES PANDÉMIES

- ◆ S'il y a une résurgence du sida dans certaines régions du monde, êtes-vous d'accord pour que la France finance davantage la lutte mondiale contre cette pandémie ?
- ◆ Pensez-vous que la France doit investir davantage / augmenter sa contribution / intensifier ses efforts dans le Fonds mondial qui a sauvé 27 millions de vies ?
- ◆ L'éradication des trois pandémies nécessite l'engagement de tous les États / est l'affaire de tous les États, êtes-vous d'accord ?

- ◆ La communauté internationale s'est engagée à mettre fin aux trois pandémies (VIH, tuberculose, paludisme) d'ici à 2030. Pensez-vous que la France s'engage suffisamment dans ce combat ?
- ◆ D'après vous, sommes-nous sur la bonne voie pour éliminer les pandémies d'ici 2030 ?
- ◆ Le G7 doit-il s'investir davantage dans la lutte contre les pandémies ?
- ◆ Savez-vous que l'on peut mettre fin / éradiquer / éliminer :
 - Le VIH
 - La tuberculose
 - Le paludisme
- ◆ Savez-vous que la France s'est engagée à mettre fin aux pandémies d'ici 2030 ?

QUESTIONS AUTOUR DE L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

- ◆ Quels engagements devraient être pris pour l'égalité des genres ? Proposer une comparaison à partir d'items liés au G7.
 - En France
 - Dans le pays du G7
 - Dans les pays en développement
- ◆ Est-ce qu'il est si important que le gouvernement inclut la société civile dans les décisions du G7 ?
- ◆ Dans le cadre du Pack of Biarritz (cf. déclaration de Macron – Le Drian) – prioriser les propositions du conseil consultatif sur le genre. Idéalement, organiser la lutte pour l'égalité des sexes devraient passer par :
 - S'engager pour des changements légaux
 - Des engagements des entreprises
 - Des engagements financiers
 - Un suivi régulier d'ici le G7 aux USA
- ◆ Quelles sont les priorités de l'APD ?
 - Égalité des genres
 - Santé
 - Éducation, etc.
- ◆ A quel point les gens savent-ils que l'égalité des genres est une priorité du gouvernement français (qui a la présidence du G7) ?
- ◆ Est-il important de lutter pour l'égalité des genres en France ?
- ◆ Est-il important de lutter pour l'égalité des genres dans les pays en développement ?
- ◆ A propos de l'égalité des genres, seriez-vous prêts à :
 - Participer à une marche
 - Donner de l'argent
 - Signer une pétition
 - Relayer des messages sur les réseaux sociaux

- ◆ Êtes-vous prêts à vous mobiliser sur les questions de genre auprès des États du G7 / en vue du G7 ?
- ◆ Vous êtes-vous déjà engagé sur les questions d'égalité femmes hommes ?
- ◆ Quelles seraient les priorités que vous souhaiteriez voir traitées lors du G7 ?
 - Égalité des genres
 - D'autres items incluant les changements climatiques ?
- ◆ Pensez-vous que le G7 peut faire la différence dans la lutte pour l'égalité des sexes ?

ATELIER#3 : LE « TRACKER »

Faute de temps, nous n'avons pas eu le temps de réaliser cet atelier.

→ Raison pour laquelle, nous vous proposons de répondre au sondage en cliquant sur ce [lien](#) (avant le 29 mars ←

L'objectif est de recueillir vos retours sur les 10 questions qui figureront dans le « Tracker ».

Le « tracker » correspond à un sondage combinant 10 questions récurrentes dont 5 communes aux quatre pays (France, Allemagne, Royaume-Uni, États-Unis), posées 3 fois par an, permettant de voir l'évolution des opinions et comportements sur les 5 prochaines années (échantillon de 2 000 répondants pour chaque pays – méthode de quotas).

#SAVETHEDATE : LES PROCHAINS RENDEZ-VOUS

- ◆ 2^{ème} rencontre du Développement Engagement Lab : 13 juin 2019
- ◆ 3^{ème} rencontre du Développement Engagement Lab : 21 octobre 2019