

LA SENSIBILITÉ DES FRANÇAIS A LA PRÉVENTION DES DÉCHETS

RÉSULTATS ENQUÊTE SEPTEMBRE 2015

Juin 2016

Contrat n° 1477C0058

Étude réalisée pour le compte de l'ADEME par l'IFOP
(Adeline MERCERON, Marion CHASLES PAROT)

Coordination technique : Marianne BLOQUEL - ADEME Angers - DEP - Direction
Consommation Durable et Déchets - Service Consommation et Prévention



RAPPORT

CITATION DE CET OUVRAGE

IFOP (Adeline Merceron, Marion Chasles Parot) – 2016 – **La sensibilité des Français à la prévention des déchets** – 15 pages.

Cet ouvrage est disponible en ligne www.ademe.fr./mediatheque

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle (art. L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. Seules sont autorisées (art. 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé de copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par la caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 à L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.

SOMMAIRE

1. Une sensibilité affirmée à l'égard de la production de déchets par la société, mais une prise de conscience de sa contribution personnelle.....	3
2. Des gestes en faveur de la réduction des déchets de plus en plus notoires, mais toujours affectés par la compréhension approximative du concept même de « prévention ».....	5
3. Des choix de consommation guidés implicitement par des considérations environnementales.....	6
4. Des gestes moins générateurs de déchets dont la mise en œuvre se justifie tant par souci environnemental que financier	8
5. Un rejet affirmé du gaspillage alimentaire, qui se vérifie dans les pratiques.....	10
6. Compostage et Stop Pub, des pratiques qui progressent	11
7. Les indices de sensibilité à la prévention.....	14

METHODOLOGIE

Les français sont-ils sensibilisés à la prévention des déchets ? Connaissent-ils et mettent-ils en pratique les gestes qui permettent de réduire leur production de déchets confiés aux collectivités locales ? L'ADEME a mis en place depuis 2005 un dispositif d'enquête bisannuel pour mener l'enquête auprès d'un échantillon de 1001 personnes, représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus afin de mieux appréhender la sensibilité de la population à l'égard de la production de déchets et d'obtenir un état des lieux des pratiques. De cette photographie de l'opinion publique réalisée tous les deux ans, se dégagent différents profils de citoyens ainsi que des évolutions tant de comportements que de perceptions.

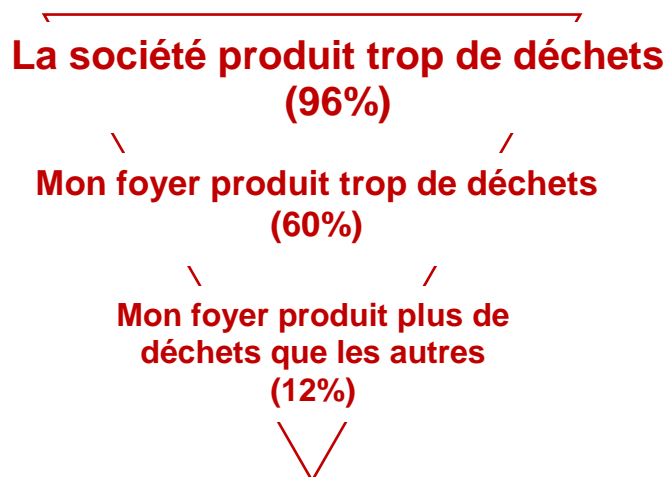
1. Une sensibilité affirmée à l'égard de la production de déchets par la société, mais une prise de conscience de sa contribution personnelle qui reste relative

L'idée que **la société dans son ensemble produit trop de déchets continue d'être partagée par la quasi-intégralité des Français** (96%, -2 points depuis la dernière mesure d'avril 2013), près des deux tiers d'entre eux en étant même persuadés (62% de « oui, tout à fait »).

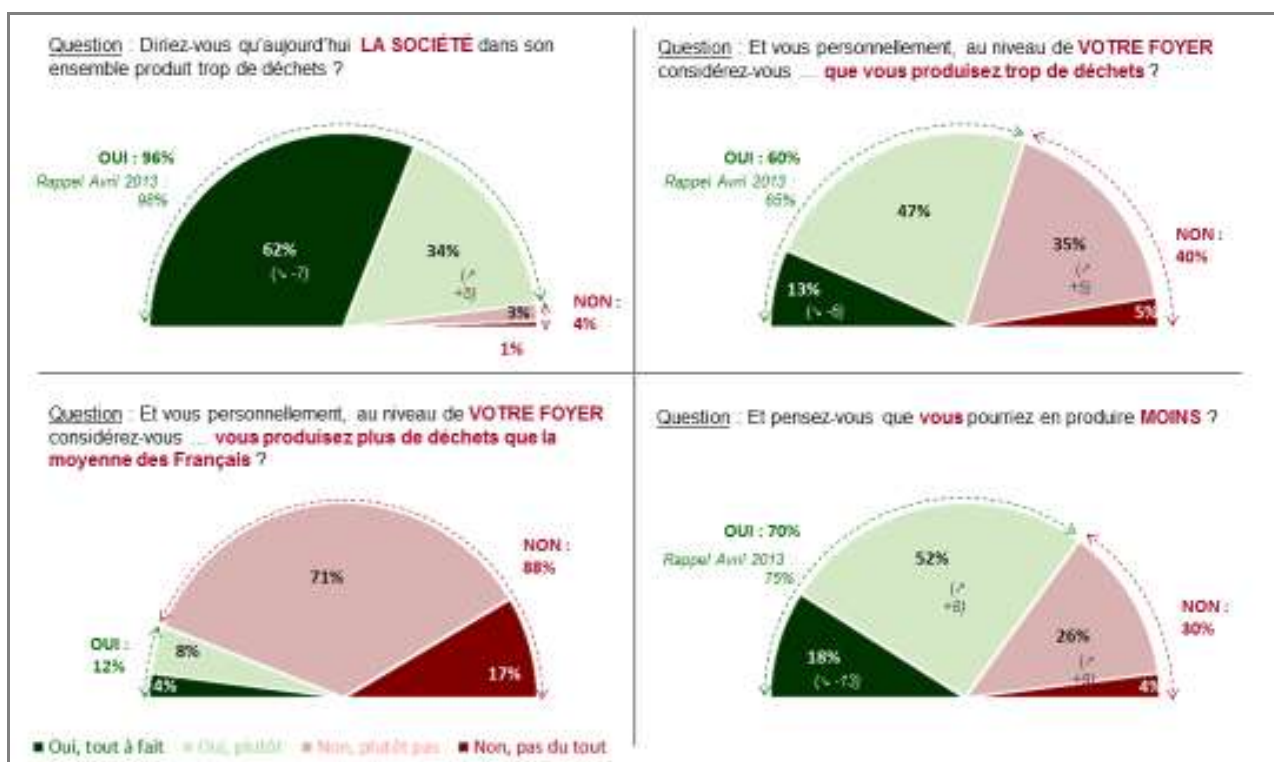
En revanche, à la question de savoir s'ils produisent personnellement, au niveau de leur foyer, trop de déchets, les interviewés sont de plus en plus partagés, 6 sur 10 d'entre eux répondant par la positive. Plus encore, quand ils comparent leur production de déchets à celle de leurs voisins, seule une poignée d'interviewés estime produire plus de déchets (12% des interviewés pensent que leur foyer produit plus que la moyenne des Français).

Autrement dit, si dans la **majorité des foyers Français on a conscience de produire beaucoup de déchets (60%), rares sont ceux qui considèrent en produire plus que « les autres » (12%)**.

Pour autant, on notera que **sept Français sur dix affirment pouvoir produire moins de déchets au sein de leur foyer, une part ici aussi légèrement moindre que par le passé (70%, -5 points par rapport à 2013)**.



Certaines franges de la population que nous observons traditionnellement comme étant les plus en retrait en matière de tri et de prévention des déchets – les personnes les plus jeunes, les plus modestes, les plus urbaines et qui vivent dans les foyers les plus grands - se révèlent être particulièrement lucides et finalement assez honnêtes quant à leur mode de consommation et aux déchets qu’elles génèrent parce qu’elles l’assumeraient. En effet, probablement motivées dans leurs habitudes de vie et dans leur mode de consommation par d’autres logiques et d’autres motivations que celles environnementales (praticité, contraintes objectives liées à la structure du foyer, etc.), ces segments apparaissent comme les plus difficiles à convertir aux bonnes pratiques en matière de prévention de déchets.



L’impact d’un entourage qui agit positivement en matière environnementale est réel sur les pratiques et les connaissances de ceux qui évoluent au sein de ces cercles (plus impliqués dans les achats et les comportements moins générateurs de déchets et notamment dans les pratiques relevant du compostage). Ce constat soulève ici la question du comment rendre visible, valoriser les bonnes pratiques pour « inciter » au mimétisme dans un cercle personnel et/ou géographique restreint tout en ne tombant dans un excès inverse du type « donneur de leçons ». Aussi, à l’instar de la reproduction des bonnes pratiques au sein du foyer ou du cercle d’amis, une valorisation des initiatives locales via une communication pédagogique de proximité (à l’échelle d’un quartier, d’un regroupement de quartiers, d’une ville) misant sur le lien social pourrait participer à la diffusion des bonnes pratiques.

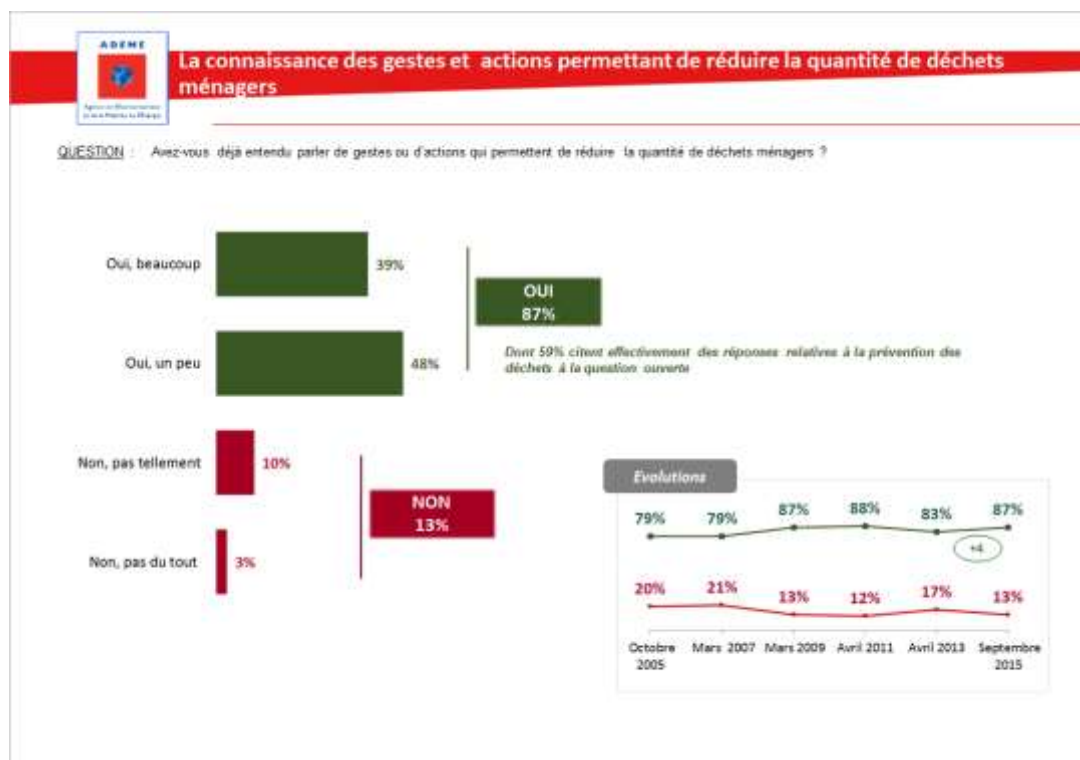
2. Des gestes en faveur de la réduction des déchets de plus en plus notoires, mais toujours affectés par la compréhension approximative du concept même de « prévention »

Une notoriété de la prévention des déchets toujours élevée le plus souvent incarnée par le compostage et la réduction des emballages les plus présents à l'esprit

La **notoriété déclarée des gestes ou actions qui permettent de réduire la quantité de déchets ménagers est en hausse de 4 points par rapport à 2013**, s'élevant cette année à 87%.

Comparativement, la **notoriété prouvée est un peu moins bonne** (quand les interviewés doivent citer spontanément les gestes de prévention qu'ils connaissent) : près des deux tiers des personnes qui disent connaître un geste citent des actions permettant directement de réduire la quantité de déchets (64%) mais **beaucoup confondent toujours la réduction des déchets avec leur gestion et leur tri (57% citent des actions allant dans ce sens.)**, une confusion déjà observée lors des vagues d'enquêtes précédentes¹.

- Les actions permettant directement de réduire la production de déchets les plus citées sont le compostage (34%) ou le fait de favoriser l'achat de produits sans ou avec moins d'emballages (25%).
- La pratique du tri est l'action la plus citée, attestant de la confusion entre gestion et prévention des déchets (48%).



¹ Une confusion qui n'est pas sans rappeler celle qui persiste entre le réemploi et le recyclage. A ce sujet, voir l'enquête Ifop pour l'Ademe, *Perceptions et pratiques des Français en matière de réemploi et de réparation des produits*, septembre 2014.

Une faible connaissance de la prévention qualitative

A l'inverse de la **notoriété déclarée** croissante des gestes liés à la prévention des déchets, celle **des actions visant à diminuer leur nocivité est en déclin depuis 4 ans**, à peine la moitié des interviewés affirmant connaître les gestes pour ce faire (45%, -12 points depuis 2011), la part des connaisseurs étant aujourd'hui inférieure à celle des non-connaisseurs. La confusion entre la gestion des déchets dangereux et les actions permettant une diminution de leur nocivité persiste : bien plus d'interviewés citant des actions liés au tri des déchets dangereux (72%) plutôt que des gestes permettant de réduire leur nocivité (11%).

3. Des choix de consommation guidés implicitement par des considérations environnementales

Des attitudes d'achat allant dans le sens d'une consommation plus raisonnée

Les premiers critères d'achat des consommateurs français relèvent dans une première mesure des caractéristiques de base des produits : la solidité et la durée de vie des produits sont des critères de choix importants, au même titre que leur aspect pratique et que leur prix. Ces postures de consommation, déjà très adoptées les années passées, étaient alors accompagnées (à niveau égal) de celle de la prise en compte du respect de l'environnement dans les achats.

En 2015, alors que l'adhésion au respect de l'environnement est moindre, on notera que dans le même temps les **critères d'achat favorisant la longévité de vie des produits sont nettement plus fréquents que ceux liés à la mode**. Aussi, il est possible d'imaginer que les considérations environnementales transparaissent de plus en plus via une consommation plus raisonnée (favoriser la longévité des produits plutôt que des biens à la mode ou dernier cri) plutôt que dans l'affirmation déclarée de vouloir protéger l'environnement.

Plus précisément, on notera à cet égard que plus de neuf Français sur dix adhèrent à l'idée que garder un vêtement longtemps est un bon geste pour l'environnement, attestant du lien qu'ils tirent entre l'allongement de la durée de vie des biens et préservation des ressources environnementales.

Sous-jacent à tout cela, il convient toutefois de rappeler que la dimension économique reste un critère et un enjeu de premier plan dans l'acte d'achats.

Les acheteurs les plus soucieux, dans leur consommation, de l'environnement et de la durée de vie des produits sont les 65 ans et plus en affirmant par exemple prendre en compte la solidité et la durée de vie des produits, et le respect de l'environnement.

A l'inverse, **les plus jeunes mettent plus en avant que leurs aînés les critères d'achat ayant trait à la mode et au critère financier**, sans pour autant les placer en tête. De manière tendancielle, on note que les employés et les personnes vivant dans des foyers de quatre personnes et plus présentent un profil d'acheteur assez similaire aux jeunes interviewés. Ils sont rejoints dans le duel « prix VS durée de vie des produits », par les catégories plus modestes qui sont la moitié à privilégier le prix bas face à la longévité de leur bien et les personnes se rendant en magasin hard discount.

Les achats de produits moins générateurs de déchets moins systématiques, mais réalisés par une plus grande proportion de Français

Près de la moitié des achats de produits moins générateurs de déchets testés sont réalisés par plus de la moitié des Français interrogés. On observe en outre depuis la dernière vague une progression de la plus grande partie de ceux en faveur de la réduction des emballages. A ce titre on retiendra que les Français achètent davantage de produits nettoyants ménagers en flacon plutôt que des lingettes pré-imprégnées, notamment les retraités et les personnes résidant dans des maisons isolées. La préférence pour des biscuits conditionnés dans un seul paquet plutôt qu'individuellement ainsi que pour la lessive concentrée se vérifie mais dans une moindre mesure, à hauteur de deux tiers des interviewés.

S'agissant des évolutions, on notera qu'au global, les pratiques en matière d'achats moins générateurs de déchets évoluent pour la plupart positivement (comme en atteste l'indicateur global final qui passe de 59% à 59,2%). Toutefois, cette progression marque une évolution des comportements. En effet, plus nombreux à se « convertir » à ces bonnes pratiques (comme en atteste la baisse quasi-systématique sur chaque item testé de la proportion de personnes déclarant ne « jamais » en acheter), **la fréquence de mise en œuvre de ces achats laisse apparaître une moindre systématisation au profit d'un achat plus ponctuel « souvent » ou « de temps en temps ».** Cet effet pourrait cependant être à relativiser au regard du changement de mode de passation de l'enquête qui a classiquement tendance à reporter les réponses extrêmes vers des items plus nuancés.

Ces attitudes de consommation semblent être guidées par deux logiques parallèles² :

- **La recherche consciente de réaliser des achats qui soient moins générateurs de déchets :** celle-ci est principalement avérée auprès des plus âgés et des personnes affichant une certaine sensibilité écologique dans leurs pratiques quotidiennes. Ainsi, les personnes pratiquant le compostage, consommant dans des circuits d'achat plus soucieux du respect de l'environnement (marchés, coopératives bio, ventes directes), déclarent davantage que les autres réaliser des achats moins générateurs de déchets. Une cercle vertueux se crée de telle sorte que plus on agit de manière éco-citoyenne, plus on consomme éco-citoyen et inversement.

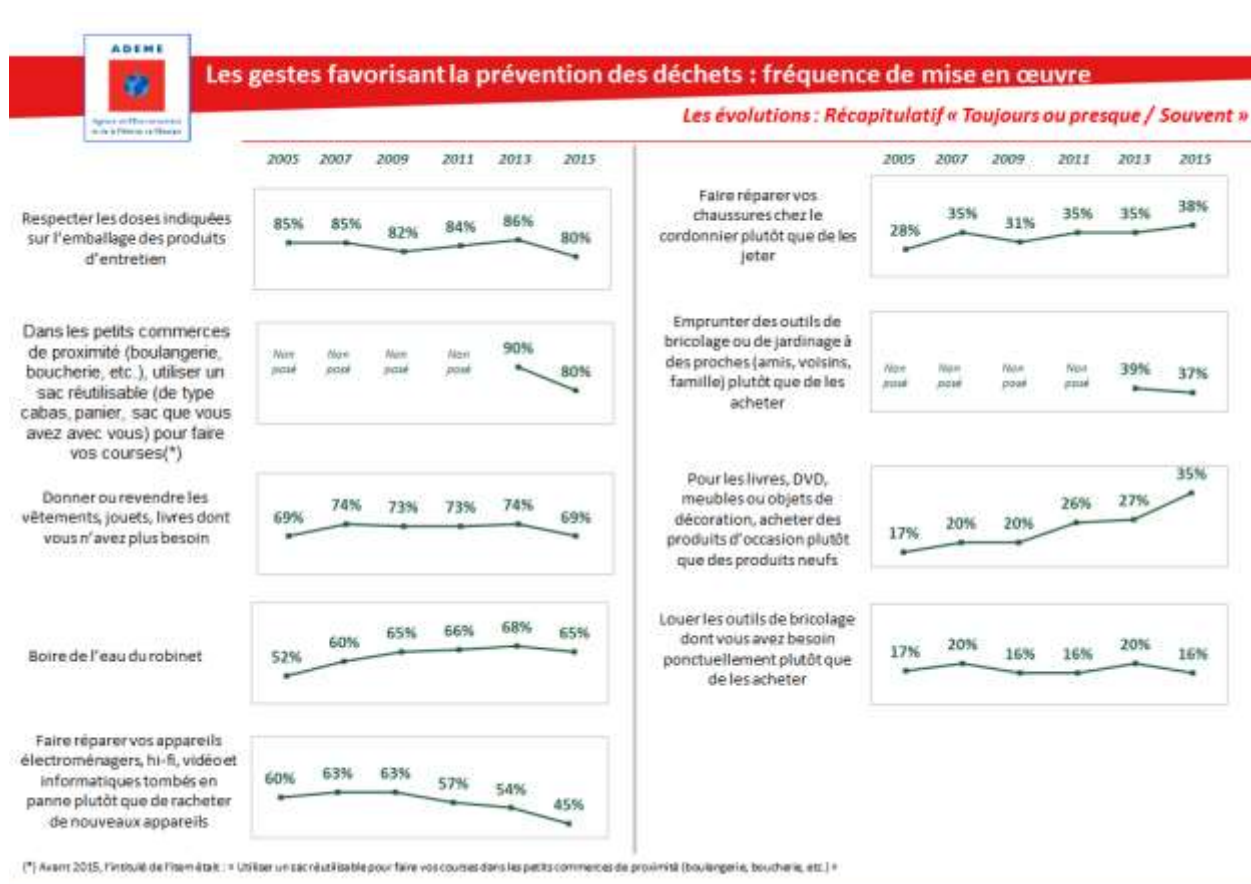
² Sur ce point, la typologie en fin de présentation PPT présente un éclairage plus détaillé.
La sensibilité des Français et la prévention des déchets – Vague 5

- **Le souhait d'acheter « pratique » et « bon marché »**, qui peut impacter favorablement la production de déchets par ricochet (consommation moindre, préférence pour les grands contenants, etc.), notamment auprès des personnes vivant dans un foyer de 4 personnes et plus et des CSP modestes.

4. Des gestes moins générateurs de déchets dont la mise en œuvre se justifie tant par souci environnemental que financier

Une moindre réalisation des gestes allant dans le sens de la prévention des déchets et une mise en œuvre disparate

Premier constat concernant les gestes de prévention des déchets : la baisse tendancielle de leur fréquence de mise en œuvre entre avril 2013 et septembre 2015 (7 items sur 9 étant moins réalisés qu'il y a sept ans, dont 5 de manière significative, comme en atteste également l'indicateur de comportement qui enregistre une baisse non négligeable cette année passant de 51% en 2013 à 49% pour cette édition). Toutefois, pour la plupart d'entre eux, le score observé en ce mois de septembre reste supérieur ou égal à ce qui était mesuré au tout début de cette enquête en 2005, privilégiant la thèse d'un simple « retrait » à noter cette année sur ces pratiques et de leur ancrage sur le long terme.



Dans le détail, le respect des doses indiquées sur l'emballage des produits d'entretien et l'usage d'un sac réutilisable pour faire ses courses dans les petits commerces demeurent les deux gestes les plus réalisés, en dépit d'une plus faible mise en œuvre cette année.

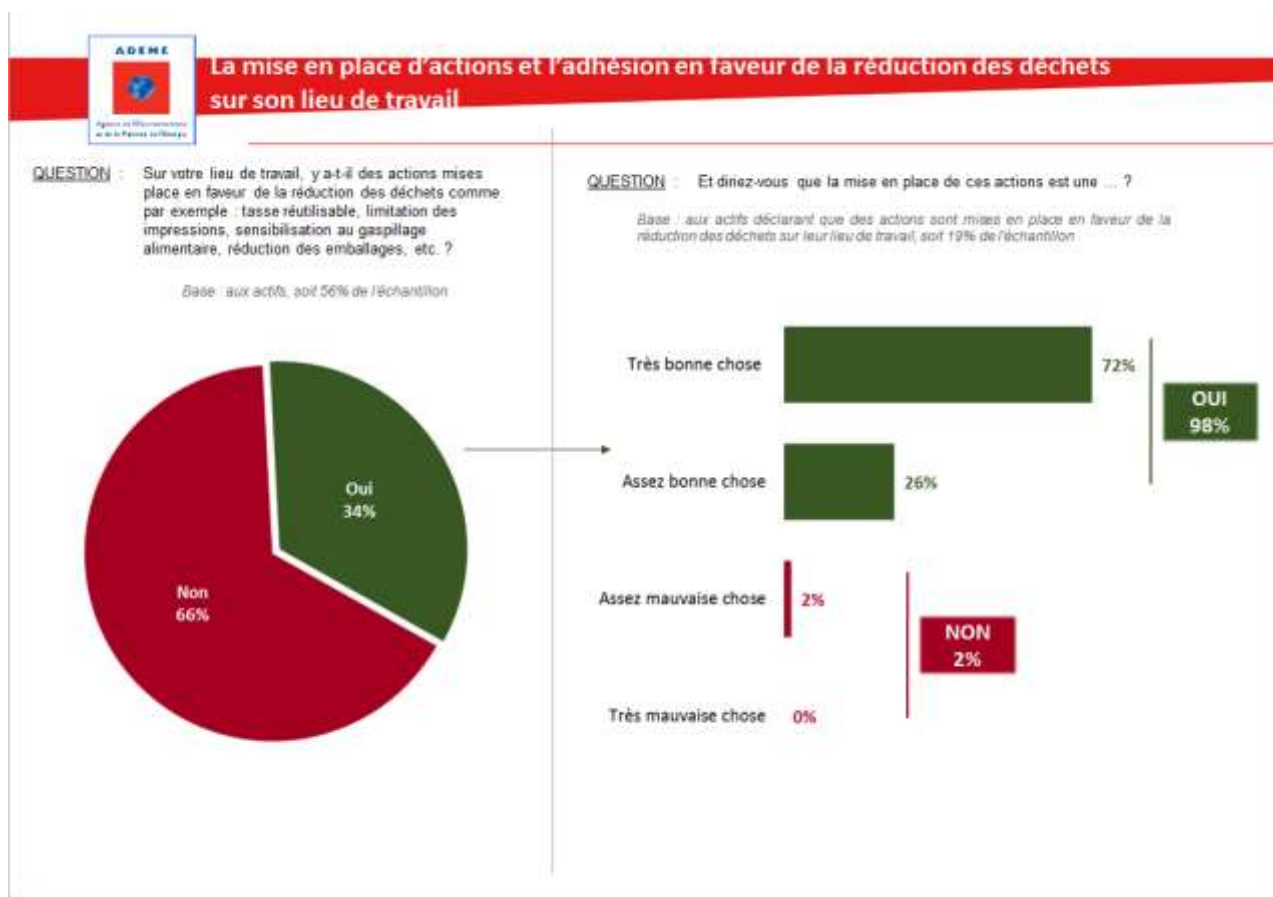
Les actions relatives au réemploi des produits séduisent notamment pour le don ou la revente des objets, bien moins concernant l'emprunt, l'achat de produits d'occasion ou de la location. Viennent ensuite, un peu en deçà du don, les deux actions concernant la réparation des produits. La réparation des appareils électroménagers, hi-fi, vidéo et informatiques est préférée au remplacement par un nouveau bien par 45% des interviewés, une part en diminution constante depuis 2005 (-15 points), mais demeure davantage réalisée que la réparation de ses chaussures chez le cordonnier qui est, elle, en hausse continue depuis la première vague de l'enquête (38% des interviewés, +10 points depuis 2005).

De la même façon que pour les achats moins générateurs de déchets, **un public plus familier des gestes favorisant la prévention des déchets semble se dessiner, englobant les plus âgés (65 ans et plus) et les plus adeptes d'actions tournées vers l'écologie comme la réalisation de compost et la fréquentation de circuits d'achat responsables tels les coopératives bio ou les ventes directes de produits**. Aussi, de manière tendancielle et souvent significative, ce public réalise davantage ces gestes « moins générateurs de déchets » que la moyenne.

Les salariés très favorables aux actions de prévention des déchets sur leur lieu de travail

Les actifs identifient peu les actions en faveur de la réduction des déchets mises en place par leur employeur en direction des salariés, mais cette démarche fait consensus quand elle est connue.

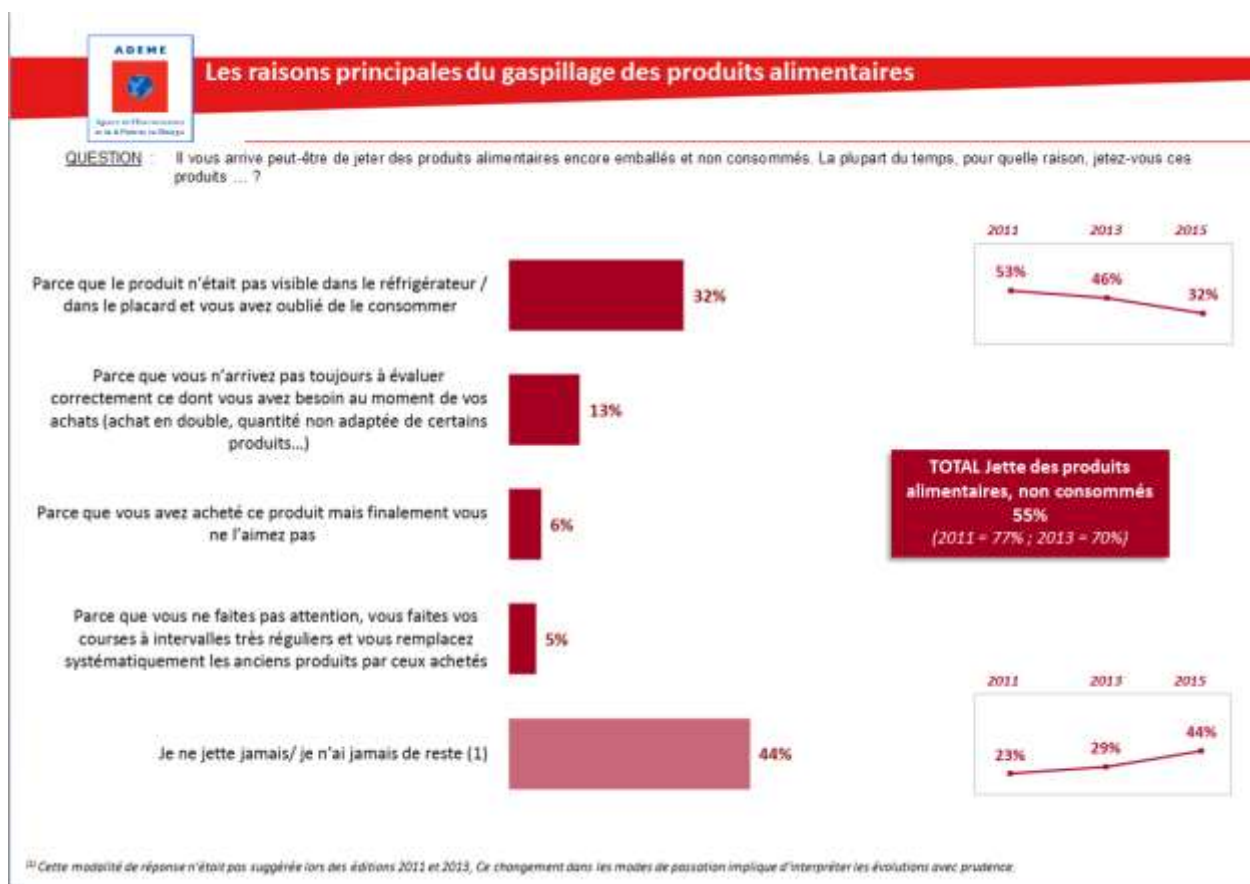
En effet, un tiers des actifs témoigne de la mise en place d'actions en faveur de la réduction des déchets sur son lieu de travail, surtout les professions libérales et cadres supérieurs. Lorsqu'elle est connue, cette démarche recueille une forte adhésion de la part des salariés, la totalité d'entre eux estimant que c'est une bonne chose (98%) voire une très bonne chose (72%). Ces résultats sont de nature à encourager tout chef d'entreprise ou responsable de structure qui s'interrogerait sur la pertinence de mettre en place de telles actions.



5. Un rejet affirmé du gaspillage alimentaire, qui se vérifie dans les pratiques

Neuf Français sur dix affirment être attentif à ne pas jeter de produits alimentaires, voire très attentif pour six sur dix d'entre eux et notamment au sein des personnes âgées de 50 ans et plus, vivant seules, pratiquant le compostage, fréquentant les marchés ou les ventes directes.

Dans les faits, la moitié des interviewés déclare ne jamais jeter (44%). Ce décalage avec l'attention portée au gaspillage déclarée peut s'expliquer dans un premier temps par la formulation de l'item en ce qu'il paraît quasiment impossible pour un foyer de ne rien jeter. Dans un second temps, on observe également que les raisons principales du gaspillage relèvent davantage d'une action involontaire – « le produit n'était pas visible dans le réfrigérateur » - que délibérée – « vous n'arrivez pas toujours à évaluer correctement ce dont vous avez besoin au moment de vos achats », « vous avez acheté ce produit mais finalement vous ne l'aimez pas », « vous ne faites pas attention ».



Les moins gaspilleurs sont plutôt caractérisés par des critères sociaux que par ceux dont le profil témoigne d'une certaine sensibilité à l'environnement. On retrouve plus facilement dans les non gaspilleurs des personnes pratiquant le compostage (47%) certes, mais pas de sympathisants des mouvements écologistes ou de personnes fréquentant des circuits d'achats responsables.

6. Compostage et Stop Pub, des pratiques qui progressent

Un Stop Pub loin d'être un automatisme, mais qui petit à petit se fait sa place

Bien que toujours minoritaire dans les pratiques des Français, le recours et le taux d'apposition de l'auto-collant stop-pub concerne près de trois Français sur dix (28%), une proportion qui ne cesse de progresser d'année en année et qui, sur un intervalle de dix ans, a progressé de 17 points. Notons que ce taux d'apposition est directement corrélé au niveau de vie des interviewés (plus présents chez les hauts revenus) ainsi que dans les zones les plus urbaines (et notamment dans les foyers franciliens).

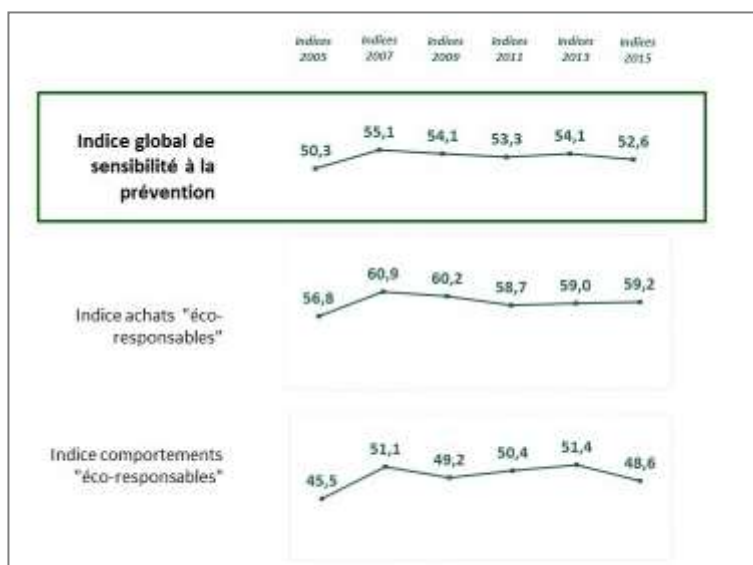
Le compostage séduit mais doit pouvoir répondre aux problématiques matérielles

Un peu plus de la moitié des Français trie ses déchets de cuisine (restes de repas, épluchures de légumes, etc.), soit en les donnant à des animaux (17%), soit en faisant du compost (39%). *A contrario*, ils sont 44% à déclarer mettre ces détritrus dans la même poubelle que les autres déchets ménagers, ce qui s'explique notamment pour des raisons pratiques ; habitant en zone urbaine et en particulier en agglomération parisienne, en appartement au sein d'un foyer d'une personne. Quant aux déchets verts pour les interviewés habitant dans une maison, seuls 4% ne les trient pas ou les font brûler. Le tri des déchets verts apparaît particulièrement ancré dans les pratiques des personnes ayant un jardin via le compostage (43%), l'apport en déchèterie (32%), la collecte en porte-à-porte (11%) ou encore le paillage (12%).

Au final, un Français sur deux pratique le compostage. Les personnes privilégiant les achats en coopératives bio et en ventes directes affirment davantage le faire, tout comme, de manière assez logique, les ruraux et les personnes vivant dans une maison isolée. **Aussi, l'initiative visant à mettre en place des composteurs partagés en bas de certains immeubles ou au sein d'un quartier semble-t-elle pertinente pour encourager les Français ne bénéficiant pas de ces conditions idéales pour faire du compost** (vivant en appartement, au sein de petit foyer, etc.). Celle-ci est pour le moment connue par près de la moitié des interviewés (58%) et en particulier de ceux affichant déjà une certaine fibre écologiste à savoir des personnes pratiquant le compost, proches des mouvements écologistes et privilégiant les marchés, les coopératives bio et les ventes directes. A ce stade de la mise en œuvre de ce dispositif en revanche, 12% des Français déclarent y avoir accès près de chez eux. Un résultat encourageant, bien que l'on puisse s'interroger à ce stade sur la réelle compréhension de la réalité concrète de ce qu'est le compostage partagé.

7. Les indices de sensibilité à la prévention

Trois indices de mise en œuvre des comportements allant dans le sens de la prévention des déchets ont été calculés, selon un mode de calcul identique à celui utilisé en 2005, 2007, 2009, 2011 et 2013 afin de pouvoir garantir la comparaison des chiffres et établir ainsi les éventuelles évolutions.






Après la stabilisation de l'indice global de sensibilité à la prévention enregistrée sur au cours des dernières mesures, **cette nouvelle édition du baromètre national de prévention des déchets est l'occasion d'un léger tassement de ce dernier**³, proche de ce que nous mesurons en 2011, mais toujours supérieur à celui enregistré en 2005.

Ce tassement est occasionné par la diminution des comportements permettant la réduction des déchets (qui n'a jamais été aussi bas exception faite de l'édition 2005), **l'indice des comportements d'achat demeurant quant à lui stable entre 2013 et 2015**. Aussi, en dépit d'une contraction ressentie du pouvoir d'achat des ménages et d'une diminution de ces réflexes de consommation (moins de personnes achètent « systématiquement » des produits favorisant la prévention des déchets), les achats allant dans ce sens se maintiennent, en partie grâce à la baisse de la part de personnes ne les réalisant « jamais » : la consommation responsable se démocratise, adoptée par davantage de Français à défaut d'être un réflexe pour une plus petite part d'entre eux, les logiques économiques et pratiques étant toujours fortement corrélées aux actes d'achat.

³ Il convient de préciser que le mode de passation du questionnaire a été modifié pour cette édition 2015. Alors que les questionnaires précédents étaient administrés au téléphone, celui-ci a été auto-administré par Internet. Ce changement de méthodologie a pu avoir un impact sur les fréquences de réalisation des achats ou gestes moins générateurs de déchets (souvent sur-déclarées au téléphone, baisse des réponses extrêmes sur internet).

METHODOLOGIE

<p>Echantillon</p> 	<p>L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 1001 personnes, représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.</p>
<p>Méthodologie</p> 	<p>La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé) après stratification par région et catégorie d'agglomération.</p>
<p>Mode de recueil</p> 	<p>Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne du 22 septembre au 2 octobre 2015.</p>

NB : CHANGEMENT DE METHODOLOGIE

Les éditions précédentes ont été réalisées par téléphone sur la base d'un échantillon représentatif de 1000 personnes âgées de 15 ans et plus. La représentativité a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les quotas ont été redressés afin de pallier à la différence de publics contactés par téléphone ou par internet.

Ce changement de méthodologie peut avoir des effets sur les résultats, il convient donc d'interpréter les évolutions avec prudence lorsqu'elles se rapprochent des effets classiquement observés lors du passage d'une enquête téléphonique à une enquête en ligne (effet de sur-déclaration des comportements considérés comme « vertueux » ou attendus par l'enquêteur au téléphone, baisse des réponses extrêmes au profit des réponses intermédiaires, par exemple).

Globalement, on note sur ce baromètre des résultats conformes aux tendances déjà observées.

L'ADEME EN BREF

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Elle met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale. L'Agence aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de l'Environnement, de l'Energie et de la Mer, et du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.



ADEME
20, avenue du Grésillé
BP 90406 | 49004 Angers Cedex 01

www.ademe.fr