

# LA SENSIBILITÉ DES FRANÇAIS DE MOINS DE 15 ANS 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 de moins de 15 ans à la prévention des déchets** – 12 pages.

Cet ouvrage est disponible en ligne [www.ademe.fr./mediatheque](http://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.

## Points clés

La 5ème édition du baromètre évaluant la sensibilité des moins de 15 ans à la prévention des déchets témoigne d'une diffusion croissante des connaissances et des pratiques en la matière des plus jeunes (ils maîtrisent mieux les enjeux et restituent davantage les « bons » gestes »), même si le « réflexe systématique » de prévention au regard des pratiques et des produits testés apparaît en retrait cette année.

1. **La notion de prévention fait de plus en plus sens auprès des jeunes de 6 à 14 ans qui connaissent plus et mieux les gestes associés à la réduction de la quantité de déchets, mais également en comprennent mieux les finalités.** Aussi, la multiplicité des actions restituées par les enfants montre la variété des axes de communication sur laquelle l'ADEME peut s'appuyer pour communiquer largement sur ce sujet et toucher une cible, qui bien que jeune aujourd'hui, est d'ores-et-déjà réceptive sur le sujet. Il apparaît dès lors intéressant de réfléchir à miser pour l'avenir.
2. **Les 6-14 ans sont réceptifs à l'idée de consommer d'une façon qui serait plus « raisonnable »** : non seulement les habitudes décrites vont dans ce sens (en témoigne la diminution régulière de l'envie d'avoir des produits dernier cri par exemple) mais aussi, ils comprennent l'impact d'une consommation moindre sur la protection de l'environnement. Ils questionnent les habitudes des adultes, n'étant que 20 % à s'opposer à l'idée de recevoir des cadeaux d'occasion. Ils **mettent particulièrement en avant la nécessité de lutter contre le gaspillage (notamment alimentaire) pour parvenir à une moindre production de déchets**, et 96% déclarent être attentifs à ne pas gaspiller de nourriture.
3. **Les jeunes de moins de 15 ans ont toujours autant conscience de l'importance de protéger de la planète sensibilisés le plus souvent par l'école et les parents**, des vecteurs traditionnels dont l'impact ne cesse de croître par ailleurs. Les canaux les plus pertinents se doivent d'être variés, ils sont en effet très corrélés à l'âge de l'enfant : si les 9-11 ans affirment plus que les autres être tenus informés par l'école, les 12-14 ans ont déjà de leur côté une démarche active puisqu'ils se renseignent davantage que les plus jeunes en allant chercher l'information à la télévision, dans les livres, ou encore sur Internet.
4. **Un léger bémol est toutefois à apporter. Dans la mise en pratique des gestes moins générateurs de déchets pour lesquels on observe une moindre systématisme dans leur mise en œuvre** (à l'instar de ce que nous mesurons sur le volet grand public), une tendance qui est illustrée par l'indice global de sensibilité à l'environnement (en baisse cette année). Ce tarissement du « réflexe » prévention s'équilibre parfois par une plus grande disposition déclarée à réaliser le geste : c'est le cas pour les pratiques permettant de générer moins de déchets (lutte contre le gaspillage, consommation dans des gros contenants, etc.). En revanche, le recours à aux produits rechargeables (piles, stylos) faiblit sans pour autant que ses utilisateurs potentiels n'augmentent, questionnant l'intérêt – ou plutôt l'utilité - des plus jeunes pour ces objets.
5. **Enfin, dans le détail, on observe une corrélation des pratiques de prévention et des connaissances qui y sont associées à l'âge**, les plus grands (12-14 ans) étant davantage enclins à connaître les gestes moins générateurs de déchets et à les mettre en œuvre. Les plus petits sont volontaires, mais logiquement moins avertis.

Dans cette 5<sup>ème</sup> édition du baromètre évaluant la sensibilité des moins de 15 ans à la prévention des déchets, l'ADEME, en partenariat avec l'Ifop, a cherché à mesurer les attitudes des 6-14 ans face à la prévention des déchets, dans la continuité des précédentes évaluations. Ces jeunes ont-ils déjà assimilé quelques pratiques et modifié leurs habitudes ? Dans ce cas, quel a été l'élément moteur ? Sinon, que seraient-ils éventuellement prêts à faire une fois avertis ? De cette étude découlent des pistes éclairantes en termes d'état des lieux des pratiques et de leviers de sensibilisation auprès de la cible « jeune ».

## 1. CONNAISSANCE DE LA PREVENTION DES DECHETS

**Les actions relatives au tri et au recyclage des déchets ont la cote auprès des 6-14 ans, qui y voient le premier moyen de protéger l'environnement en général (97% citent l'action) et de réduire leur quantité de déchets en particulier (34% citent le tri, 15% le recyclage). De plus, ce jeune public atteste également d'une forte sensibilité aux actions allant dans le sens d'une consommation plus réfléchie, permettant de produire à la source moins de déchets.**

**L'indicateur de notoriété des gestes et actions permettant de réduire la quantité de déchets mesuré auprès des 6-14 ans demeure à un niveau élevé**, plus des deux tiers des jeunes interrogés affirmant avoir entendu parler de gestes ou d'actions qui permettent de jeter moins de déchets à la poubelle (69%). Comme l'année précédente, on observe une forte corrélation de ce taux de connaissance à l'âge (de 51% auprès des 6-8 ans à 84% auprès des 12-14 ans) mais aussi au lieu d'habitation (58% en agglomération parisienne).

**En dépit du second tassement de l'indicateur en quatre ans (69%, -2 points depuis 2013, -4 points depuis 2011), on observe que la notoriété des actions allant dans le sens de la prévention des déchets s'avère légèrement plus constituée en ce que les gestes permettant directement de réduire la quantité de déchets ménagers sont mieux restitués par les enfants interrogés, qui « visent plus juste » : 61% citent un geste relatif à la prévention des déchets (en score en progression de 18 points par rapport à 2009, signe que les messages sont de mieux en mieux intégrés et restitués par les jeunes).**

**Le gaspillage** est la première initiative évoquée dans une optique de réduction directe des déchets (17%, +6 points), avant la vigilance apportée aux **emballages** – « utiliser moins d'emballages » (11%, +4 points) et « acheter moins de produits emballés/pas d'emballages individuels » (8%) – ou le compost (8%). **Viennent ensuite des items relatifs à la diminution de la consommation** : « donner au lieu de jeter » (8%), « aller au bout des objets » (7%), « acheter moins » (6%).

**La dispersion des citations sur cette question ouverte témoigne de la variété des axes sur lesquels il est possible de communiquer sur ce sujet de la prévention des déchets pour toucher cette cible des plus jeunes qui « absorbe » à la fois les discours entendus mais également les pratiques mises en application dans leur foyer ou dans les établissements scolaires. La variété des thèmes restitués spontanément par les 6-14 ans sont autant de leviers d'action et de communication.**

Cela étant dit, à l'instar de ce qui est constaté chez les adultes, **les actions relatives à la gestion des déchets sont en réalité les premières citées**, comme « pratiquer le tri sélectif » (34%) ou « le recyclage » (15%). Néanmoins, **il semble intéressant de constater que la « déconsommation » est une solution que les enfants comprennent et dont ils perçoivent les effets bénéfiques sur la production de déchets.**

**L'impact des gestes de tri auprès de ce jeune public est confirmé plus globalement s'agissant des actions permettant de protéger la planète et l'environnement** (97% des enfants interviewés estiment que trier les déchets à la maison est un geste qui protège la planète et l'environnement). Globalement tous les gestes de prévention des déchets proposés sont associés à la protection de l'environnement en général (de 80% à 97% des enfants y voient une action allant dans ce sens), exception faite de la consommation d'eau du robinet où ils sont plus partagés (69%). En revanche, les attitudes favorisant la « sur-consommation » ne sont pas, à juste titre, appréhendées par ce prisme, près des deux tiers des 6-14 ans estiment que jeter des jouets (62%) ou acheter un cartable neuf tous les ans (65%) ne concerne pas l'environnement.

**Des clivages d'âge se font jour sur 5 des 6 items liés à la prévention attestant de la meilleure appréhension du sujet par les plus âgés (12-14 ans)**, un clivage que l'on retrouve également assez logiquement auprès des enfants sensibilisés à la réduction des déchets et notamment à l'école.

## 2. ATTITUDES D'ACHAT

**L'ouverture des jeunes citoyens à une consommation qui serait plus « réfléchie » est confirmée dans leurs attitudes d'achat déclarées**, même si la multiplication de l'offre de produits high-tech à destination des plus jeunes les tente (mais de moins en moins).

Aussi, les 6-11 ans sont très enthousiastes à l'idée de garder longtemps leurs jouets (93%, voire 96% auprès des 6-8 ans), même si les plus âgés (12-14 ans) affirment de leur côté bien aimer avoir des appareils derniers modèles, mais dans une moindre mesure néanmoins (84%). D'ailleurs, on observe que **le souhait de ces jeunes d'avoir des produits dernier cri ne cesse de diminuer depuis la première mesure (-4 points depuis 2013, -12 points depuis 2007), attestant de l'évolution de la consommation des jeunes adolescents et de leur sens probablement plus critique de la consommation que ceux des générations précédentes.**

Le fait d'avoir des produits tendances et de suivre ses amis est moins important aux yeux des enfants interviewés, même s'ils sont deux tiers à y accorder de l'importance (68%).

## 3. ATTITUDES ET COMPORTEMENTS A L'EGARD DE PRODUITS ECO-RESPONSABLES

Les produits moins générateurs de déchets testés gagnent globalement en notoriété, néanmoins leur utilisation stagne, voire baisse, et il semblerait que la ressource de jeunes utilisateurs potentiels ne se renouvelle pas. Cela dit, le manque d'utilité des biens testés semble mieux justifier ces évolutions qu'une éventuelle hostilité à l'égard de l'usage de ce type de produits.

### 1) Une notoriété croissante des produits moins générateurs de déchets

**Le taux de notoriété de trois des quatre produits moins générateurs de déchets testés progresse depuis la dernière vague et atteint cette année son meilleur niveau.** Aussi, la gourde demeure l'objet le plus connu des 6-14 ans (98%, +4 points depuis 2013), devant la boîte à goûter (89%, +7 points) et, un peu moins notoires, les stylos rechargeables (75%, +7 points). **La connaissance des piles rechargeables est stable (78%, -1 point) mais s'établit, elle, à son plus bas niveau depuis le début de l'enquête, probablement en ce que ce produit tombe peu à peu en désuétude au profit des batteries intégrées.** Il convient également de préciser qu'après définition, 85% des enfants interrogés révèlent connaître le produit soit 2 points de moins par rapport à 2013 et 13 points de moins par rapport à 2007.

Assez logiquement, on observe que les taux de notoriété sont meilleurs auprès des plus âgés, notamment concernant les piles rechargeables (de 55% chez les 6-8 ans à 94% des 12-14 ans) et des stylos rechargeables (de 47% chez les 6-8 ans à 93% des 12-14 ans). Sur ces deux produits également, il apparaît que les enfants les plus sensibilisés à la réduction des déchets (respectivement 84% et 80%) et ceux pour lesquels l'école a été une source d'information sur ce sujet (respectivement 85% et 81%) sont plus au fait. Enfin, les interviewés qui pratiquent le tri « toujours ou presque » connaissent systématiquement davantage ces produits (99% pour la gourde, 92% pour la boîte à goûter, 83% pour les piles rechargeables, 81% pour les stylos rechargeables).

**Si les scores d'identification des piles et stylos rechargeables sont moins élevés que pour la gourde et la boîte à goûter, attestant d'une moindre visibilité de ces objets auprès des enfants, il n'en demeure pas moins que ces derniers restent prescripteurs des achats de ces produits auprès de leurs parents** (un résultat probablement impacté par les demandes des enseignants) : 70% des 6-14 ans qui connaissent le bien sollicitent leurs parents pour l'achat de stylos rechargeables (+9 points) et 54% pour l'achat de piles (-3 points). Encore une fois, l'intérêt décroissant pour les piles rechargeables se confirme. Dans le détail, on observe que ces scores de prescription sont majorés auprès des enfants sensibles à la prévention des déchets et qui ont été informés à l'école de cette problématique (73% pour les stylos rechargeables, 57% pour les piles rechargeables).

## 2) Vers un désintérêt des produits moins générateurs de déchets proposés ?

**Le rapport des jeunes aux produits moins générateurs de déchets est variable d'un objet à l'autre, tout comme l'évolution de leur utilisation dans le temps, qui tend par ailleurs à ancrer la perte d'intérêt des plus jeunes pour les piles et stylos rechargeables, d'autant que la moindre disposition à se servir de ces produits s'ajoute cette année à leur utilisation déjà faible.**

- ✓ **La gourde, comme l'année passée, est l'objet dont le taux d'utilisation croît le plus** (80% des enfants interrogés s'en servent au moins de temps en temps, +4 points par rapport à 2013, et +18 points par rapport à 2009), atteignant cette année son niveau le plus élevé. Si elle n'est pas l'objet le plus fréquemment utilisé, avec à peine un quart des enfants qui y ont recours tous les jours ou presque (24%), **elle demeure l'objet auquel ils ont déjà le plus fait appel puisque 18% d'entre eux seulement disent n'avoir jamais utilisé de gourde.** Assez logiquement, l'utilisation de ce type de produit est donc bien plus ponctuelle que systématique.
- ✓ **En comparaison les stylos rechargeables sont utilisés par un moins grand nombre d'interviewés** (73% d'interviewés, 25% n'y ayant jamais recours), **mais il n'en demeure pas moins qu'il y est fait recours de manière bien plus fréquente** (41% en utilisent tous les jours ou presque) ; un résultat qui confirme néanmoins l'érosion observée l'année dernière par rapport à 2009 (- 8 points).
- ✓ **Les piles rechargeables connaissent également une diminution de leur utilisation** (62%, -11 points), plutôt auprès des utilisateurs réguliers (28%, -8 points par rapport à 2013) qu'occasionnels (34%, -3 points par rapport à 2013).
- ✓ A l'instar des vagues précédentes et dans les mêmes proportions, **la boîte à goûter reste l'objet dont l'utilisation est à la fois la moins répandue (54%), mais aussi la moins systématique (16%).**

**A la différence de la dernière vague, les produits dont le recours se tasse – que l'usage soit fréquent ou occasionnel – sont également ceux pour lesquels la disposition des non-utilisateurs à s'en servir se tarit le plus, de telle sorte qu'on peut questionner l'intérêt du jeune public pour ces produits.** Ainsi, la part de non-utilisateurs de piles rechargeables prêts à en user diminue de 8 points par rapport à 2013 (ils demeurent 71% toutefois à être d'accord pour en utiliser), quand celle de non-utilisateurs de stylos rechargeables chute de 16 points (59%). **Toutefois, les objets dont l'usage génère le plus de réticences demeurent la gourde, moins de la moitié des non-utilisateurs étant d'accord pour s'en servir (46%,-5 points), et surtout la boîte à goûter (34%, -2 points).**

NB – On notera tout de même concernant la disposition à utiliser ces objets que la vague de 2013 avait été marquée par une très forte augmentation des taux de recours potentiels, et notamment ceux relatifs aux stylos et piles rechargeables. Ainsi, les proportions d'enfants qui accepteraient d'y avoir recours sont similaires ou quasi-similaires en 2015 et en 2009 pour ces deux items (respectivement +2 points et -4 points).

## 4. MISE EN ŒUVRE ET ATTITUDES A L'EGARD DES GESTES ECO-CITOYENS

### 1) La pratique du tri des déchets intégrée

**A l'instar du grand public, l'assimilation du tri des déchets ménagers est également avérée auprès des publics les plus jeunes : deux tiers des interviewés de 6 à 14 ans déclarent faire systématiquement ou presque le tri de ses déchets à la maison (67%), seul ou avec ses parents. 9% affirment ne jamais le faire.** Les enfants les plus sensibilisés à la pratique du tri sont issus des foyers dont le chef de famille exerce une profession intermédiaire (80%), en communes urbaines de province (75%), et assez logiquement, ceux qui sont également les plus au fait des gestes de prévention au global (71%) et les plus sensibles à la réduction des déchets (71%), informés sur ces points par l'école notamment (72%). A l'inverse, les plus jeunes (61% de 6 à 8 ans) et ceux habitant en région parisienne (50%) affirment moins pratiquer le tri des déchets.

### 2) Des pratiques stables, quoique réalisées avec une assiduité moindre

**La hiérarchie des comportements éco-citoyens les plus répandus demeure la même qu'en 2013, et l'on observe de la même façon que, si la part de jeunes les mettant en œuvre est stable, celle des plus assidus dans leur mise en pratique est en léger déclin.**

**Les comportements relatifs à la prévention des déchets et notamment l'attention portée au gaspillage sont les gestes écoresponsables les plus courants et les plus fréquemment mis en œuvre, qu'il s'agisse du non-gaspillage de nourriture (96% y font attention, dont 51% toujours ou presque) ou de papier (91%, 49%)** (un résultat qui apparaît peu surprenant au regard des citations spontanées du gaspillage alimentaire). Vient ensuite la consommation de boissons en grandes bouteilles plutôt qu'en briquettes (88%) même si une part nettement moindre le fait quasi-systématiquement (36%). Par ailleurs, on observe dans le détail que les plus âgés ainsi que, de manière assez logique, les plus sensibles à la prévention des déchets et qui pratiquent le tri des déchets sont ceux qui mettent le plus systématiquement en œuvre ces trois gestes.

**Les gestes relevant du réemploi semblent moins réalisés, exception faite du don ou de la revente d'objets, qui sont pratiqués – du moins au déclaratif - par 83% des enfants interrogés.** Ainsi, de la même manière que leurs parents, les plus jeunes sont moins réceptifs à l'emprunt de livres (78%), mais surtout de jouets (54%) ou encore au fait de recevoir des cadeaux de seconde main (42%). Le fait que ces gestes soient aussi les moins fréquemment mis en œuvre confirme cette tendance (respectivement 31%, 14% et 8% de jeunes de 6 à 14 ans le font toujours ou presque). **Enfin, il est intéressant de constater que le degré de sensibilité à la prévention des déchets n'impacte pas significativement le recours à l'emprunt ou à l'achat d'occasion des 6-14 ans.**

**A regarder de plus près les évolutions des pratiques par rapport à il y a deux ans, il apparaît que les gestes liés à la prévention des déchets sont les plus touchés par la moindre régularité des pratiques :** faire attention à ne pas gaspiller la nourriture (51% le font tous les jours ou presque, -6 points par rapport à 2013), écrire des deux côtés de la feuille (49%, -9 points), boire des jus de fruit ou des sodas dans des grandes bouteilles (36%, -9 points) ; quand la diminution de la part des enfants réalisant les gestes ayant trait au réemploi « tous les jours ou presque » est quasiment stable et oscille entre -3 et -6 points.



**A l'instar de 2013, les pratiques qui perdent le plus en régularité sont compensées globalement par une plus grande disposition à réaliser les gestes éco-citoyens auprès de ceux qui ne les réalisent pas.** Aussi, les gestes liés au non gaspillage sont ceux que les enfants sont les plus prêts à réaliser, alors que les actions liées au réemploi suscitent de plus fortes réticences :

- Les gestes liés au non gaspillage sont à la fois ceux qui suscitent le moins de réticences (seuls 17% étant opposés à l'idée d'écrire des deux côtés d'une feuille de papier ou à ne pas gaspiller la nourriture) et ceux pour lesquels le potentiel de mise en pratique connaît l'évolution positive la plus grande (respectivement +15 points et +22 points),
- La moitié des consommateurs de boissons en canettes pourraient les boire dans des grandes bouteilles (50%, +12 points),
- Le don, l'emprunt de jeux et la réception de biens de seconde main font l'objet des réticences les plus fortes (respectivement 27%, 27% et 37% des enfants interviewés ne sont pas d'accord pour le faire) et les seules qui progressent sensiblement (respectivement +3, +1 et +1 points).

Ceci étant, si on considère la réticence supposée des adultes à faire des cadeaux d'occasion aux enfants (par exemple, sur la base d'idées que cela ne se fait pas, par peur de leur déplaire ou de paraître « pauvre » auprès de leur parents.), les résultats viennent questionner ces habitudes. En effet, 42% des enfants déclarent déjà recevoir des cadeaux d'occasion et seuls 20% disent qu'ils ne seraient pas d'accord pour en recevoir.

## 5. ATTITUDE ET SENSIBILISATION A L'EGARD DE LA PROTECTION DE LA PLANETE

**La sensibilisation des enfants à l'égard de la protection de la planète est stable (et toujours conséquente) et toujours plus véhiculée par les sources traditionnelles que sont l'école et les parents.** Cette sensibilité se confirme en pratique avec le détachement observé chez les enfants à l'égard de la réception d'imprimés publicitaires.

### 1) Les imprimés publicitaires pas automatiques

**Six enfants de 6 à 14 ans sur dix affirment qu'ils ne regretteraient pas les publicités dans leur boîte aux lettres (catalogues de jouets, publicités de magasins) si celles-ci étaient amenées à disparaître (60%).**

Cette part est certes en baisse comparativement à 2013 (-7 points), mais elle est en grande partie justifiée par la hausse de 6 points des interviewés qui déclarent ne pas en recevoir (7%). Au final, 31% des enfants estiment que cela leur manquerait de ne plus recevoir d'imprimés publicitaires (+4 points). Ils sont plus nombreux auprès des 6-8 ans (41%) et, globalement, auprès de ceux qui n'ont pas été sensibilisés à la prévention des déchets (53%) et qui, de fait, ne sont pas ou peu familiers des gestes qui en découlent (40%).

- 2) Une sensibilisation stable à la réduction des déchets, véhiculée en grande partie par l'école et la famille

**La quasi-totalité des enfants interrogés affirme qu'ils étaient au courant, avant l'enquête, qu'il était important de faire moins de déchets pour protéger la planète (87%), une part stable comparativement à ce qui était observé en 2013 et également depuis le début du baromètre en 2007 (-1 point).** Assez logiquement, cette part croît avec l'âge des interviewés (de 69% des 6-8 ans à 98% des 12-14 ans).

**L'école et la famille demeurent les premiers vecteurs de sensibilisation : 92% des jeunes sensibilisés à la réduction des déchets affirment l'avoir été dans leur établissement scolaire et 87% par leurs parents. Viennent ensuite, dans une mesure bien moindre, les médias** qu'il s'agisse de la télévision dans une émission (58%), dans un livre ou un magazine (46%), à la télévision dans une publicité (44%). Comparativement, Internet est un relai moins puissant, notamment en ce qu'il suppose une recherche active de l'information (22%). Par ailleurs, **tous ces vecteurs de communication semblent de plus en plus opérants pour sensibiliser les enfants à la prévention des déchets comme en atteste la progression quasiment systématiquement linéaire de leur taux de citation depuis 2007 (+12 points pour l'école, +20 points pour les parents, +11 points pour l'émission de télévision, +12 points pour les livres). La lecture de ces résultats témoigne de l'importance de multiplier les supports sous réserve d'y injecter un contenu adapté à la cible jeune qui se révèle très réceptive.**

Dans le détail, on observe que certains clivages se font jour selon :

- l'âge des interviewés : les 9-11 ans tendent à davantage citer l'école (96%) quand les plus âgés mentionnent plus que les autres la télévision (68% dans une émission et 58% dans une publicité), le livre ou le magazine (58%) ou Internet (34%)
- leur lieu de vie – le message semble plus passer par l'école en province (93%) qu'en région parisienne (85%).

## 6. FOCUS SUR DIFFERENTES CIBLES

Sur cette thématique de la prévention des déchets, l'âge constitue sur cette cible « jeune » le critère le plus clivant, ce qui, compte tenu de l'hétérogénéité qui existe au sein de ce segment de population est peu surprenant.

### 1) Les 6-8 ans (première partie du primaire)

**Assez logiquement considérant leur jeune âge, on observe des scores de notoriété plus faibles auprès des enfants âgés de 6 à 8 ans,** qu'il s'agisse de ceux des gestes de prévention des déchets ou des produits moins générateurs de déchets. Cela n'empêche évidemment pas une posture plutôt volontaire de leur part : ils déclarent plus que les autres garder les jouets plus longtemps par exemple (la dimension affective étant toutefois également à prendre en considération) et sont de plus grands utilisateurs (actuels ou potentiels) de la gourde et de la boîte à goûter – ce n'est pas le cas des stylos et piles rechargeables, items certainement moins adaptés aux plus jeunes.

Au global toutefois, **on notera une sensibilisation moindre à la cause environnementale et aux gestes « basiques » qui lui sont associés** comme le tri des déchets, la lutte contre le gaspillage ou encore les gestes de réemploi. Ils imaginent également moins que les autres un monde sans imprimés publicitaires. **Moins sensibilisés que leurs aînés par l'école et leurs proches – ou disons pas encore – ils sont une cible de communication intéressante en ce qu'ils demeurent peu impactés par les discours consuméristes et présentent un profil volontaire.**

## 2) Les 9-11 ans (seconde partie du primaire – début collège)

**Attestant de la présomption d'indexation des pratiques de prévention et des connaissances à la courbe de l'âge, les 9-11 ans se situent dans la « moyenne » des résultats d'ensemble et présentent peu de différences significatives.** Il convient néanmoins de noter que leur sensibilité à la réduction des déchets est plus affirmée que la moyenne et que **les 9-11 sont ceux qui déclarent le plus avoir entendu parler de la cause à l'école.** D'ailleurs, ils assimilent davantage que les plus petits - et à juste titre - la lutte contre le gaspillage et le tri des déchets comme étant des gestes permettant de protéger l'environnement. La conscience environnementale des jeunes Français se développerait-elle donc à la fin de l'école primaire (autour de la dixième année) ? **En pratique, il reste encore à faire par rapport aux plus grands, la mise en œuvre des gestes moins générateurs de déchets étant significativement plus élevée sur un seul des items testés** (écrire sur les deux côtés de la feuille).

## 3) Les 12-14 ans (collège)

**A contrario, les 12-14 ans témoignent donc d'une meilleure connaissance des gestes ou actions permettant de réduire la quantité de déchets ménagers et y associent les bonnes pratiques.** Ils connaissent quasiment tous les produits moins générateurs de déchets testés et déclarent plus que les autres utiliser des stylos rechargeables – à l'inverse de la boîte à goûter et de la gourde qui sont probablement des objets qu'ils n'estiment plus de leur âge. **Les 12-14 ans mettent également plus fréquemment en œuvre tous les gestes allant dans le sens de la prévention des déchets**, exception faite de l'emprunt de livres à la bibliothèque ou à des amis ainsi que la réception de jouets ou livres d'occasions, pour lesquels ils ne sont d'ailleurs pas plus disposés que les autres à les mettre en œuvre. Ils attachent aussi moins d'importance à la réception d'imprimés publicitaires. Enfin, il convient d'observer que **la totalité d'entre eux se déclare sensible à la réduction des déchets, mais que leurs sources d'informations sont plus variées que celles des plus jeunes** : l'école et les parents certes, mais aussi les médias traditionnels (télévision, livre et magazine), mais surtout **Internet qui fait mouche auprès des 12-14 ans.**

## **Indice global de sensibilité à l'environnement**

**L'indice global de sensibilité à l'environnement des plus jeunes s'établit à 50 cette année. Si celui-ci accuse une légère diminution par rapport à la vague passée, il est intéressant d'observer que c'est essentiellement, la moindre fréquence de mise en œuvre des différents gestes testés qui impacte cet indice négativement (à l'instar du grand public) (comme les enseignements de l'enquête pouvaient le laisser penser). Il convient alors d'expliquer la mise en œuvre moins systématique des actions moins génératrices de déchets en questionnant l'intérêt des enfants pour les comportements qui leur sont proposés, mais peut-être également l'utilité qu'ils y trouvent, plus de neuf ans après l'élaboration du baromètre (qui doit s'inscrire dans la continuité).**

## 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](http://www.ademe.fr)