



L'éco-consommation



6 ans de perception en Wallonie

1999-2005

Enquête réalisée avec le soutien du Ministre wallon de l'environnement

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Opérateurs de Commerce



Objectifs

- Mesurer l'évolution de la perception des consommateurs wallons vis-à-vis de la consommation durable, en fonction de leurs caractéristiques socio-démographiques

Méthodologie

- Plus de 600 interviews quantitatives réalisées en face à face, chaque année en Wallonie dans le cadre de la convention Réseau éco-consommation signée avec le Ministre wallon de l'environnement.
- Échantillon aléatoire stratifié redressé.
- La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 3,1 %.
- Seuls, les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction de la localisation, du sexe, de l'âge, de la taille du ménage, du type d'habitat, des groupes sociaux (inférieurs, moyens, supérieurs), PRA ou non (principal responsable d'achat).

3

Partie 1 : L'environnement

- L'environnement sujet d'inquiétude
- Les déchets
- Les actions personnelles
- Les comportements environnementaux
- Les politiques communales

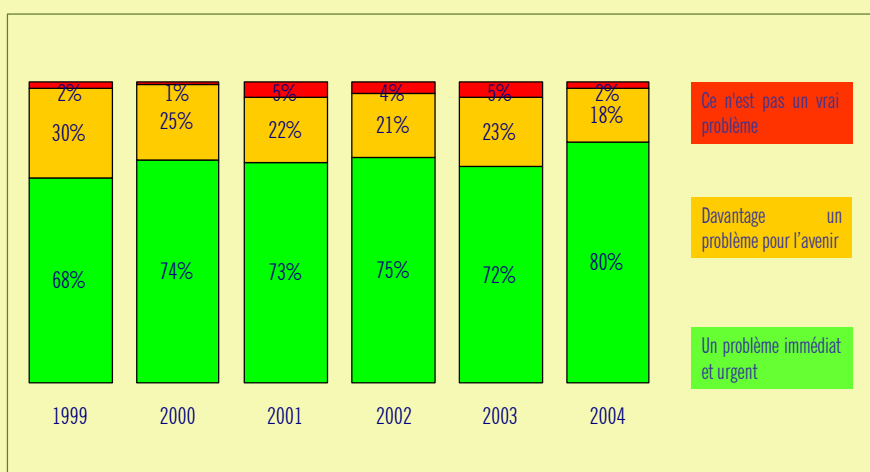
4

1. Environnement, sujet d'inquiétude

- La préoccupation pour l'environnement est partagée par la plupart des Wallons (95 %), même si près d'un quart des Wallons pensent qu'il s'agit davantage d'un problème pour l'avenir, 80% estiment aujourd'hui qu'il s'agit d'une problème immédiat et urgent.
- La perception du caractère urgent et immédiat a évolué en 6 ans. Le caractère immédiat des problèmes liés à l'environnement connaît une légère croissance entre 1999 et 2004.

5

Environnement, sujet d'inquiétude



6

2. Réduction des déchets

- La hiérarchie des priorités selon les consommateurs connaît une tendance assez stable au cours des dernières années. Les Wallons privilégient, depuis 6 ans, le tri des déchets. Preuve, s'il en est que les campagnes de communication et les mesures prises en cette matière portent leurs fruits.
- Pour les répondants, la réduction des déchets passe d'abord par le tri des déchets et dans une mesure moindre par l'évitement des emballages polluants.
- Cette dernière année de tri des déchets a connu une forte hausse au détriment de l'évitement des emballages (prévention). Il est clair qu'il est plus difficile pour le consommateur d'adopter des comportements de prévention que de tri.

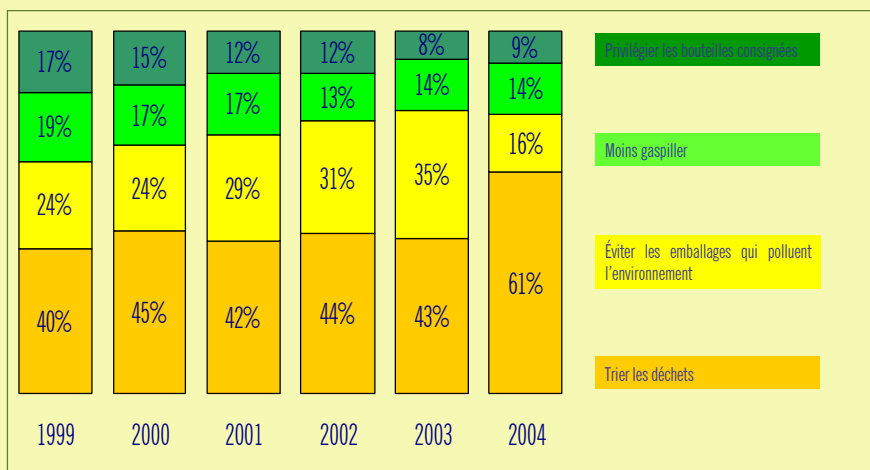
7

2. Réduction des déchets

- Le fait de privilégier les emballages consignés n'apparaît plus aux yeux des répondants comme un moyen de réduire les déchets alors que d'autres mesures visent à promouvoir ce type d'emballages.
- La prévention des déchets par la lutte contre le gaspillage est une proposition dont le succès décroît ces 6 dernières années.
- Les Wallons gaspilleraient-ils moins ? Ou, y sont-ils moins attentifs ?

8

Réduction des déchets



9

Réduction des déchets

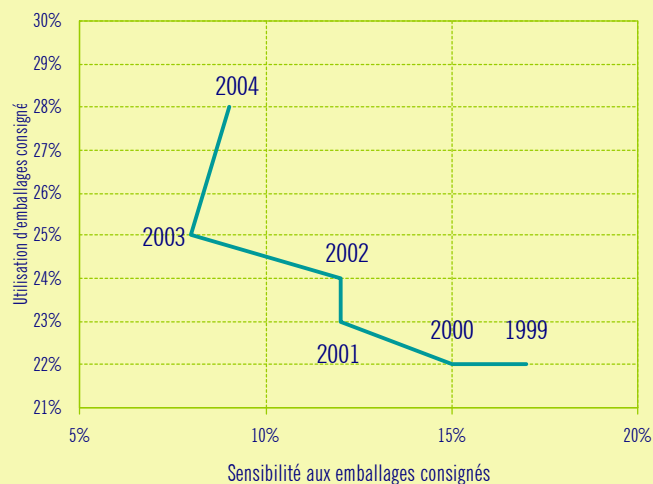
- La comparaison des attitudes (1) et des comportements vis-à-vis des emballages (2) montre que plus le consommateur wallon utilise les emballages consignés (axe vertical), moins il estime que cette utilisation est une piste de réduction des déchets (axe horizontal). Comme si l'argument de l'utilisation des emballages consignés comme mesure favorable à l'environnement atteignait sa limite.

(1) Mesuré par le taux de consommateurs qui veulent privilégier les emballages consignés

(2) Mesuré par le taux de consommateurs qui utilisent les emballages consignés

10

Réduction des déchets



Attitude positive vis-à-vis des emballages consignés

11

3. Comportements environnementaux personnels

- 3.1. Perception générale du contenu de l'action individuelle
- 3.2. Comportements spécifiques d'utilisation
 - Tri des déchets
 - Économie d'énergie
 - Économie de l'eau du robinet
 - Achat de produits respectueux de l'environnement
 - Utilisation de la voiture
 - Remise des piles à la collecte sélective
 - Compostage
- 3.3. Comportements spécifiques d'achats
 - Achat en vrac et pré-emballé
 - Emballages consignés alimentaires
 - Produits non alimentaires
 - Emballages et sacs de caisse
 - Publicités toutes-boîtes

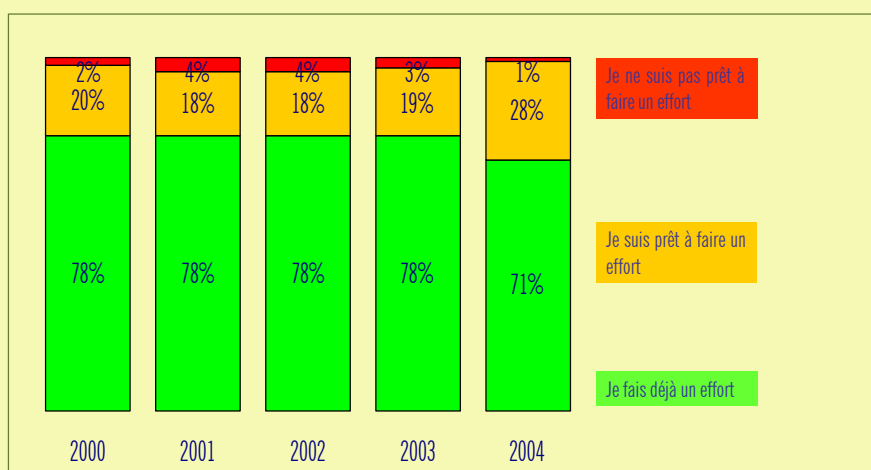
12

3.1. Perception générale de l'action individuelle

- Depuis près de 6 ans, les consommateurs wallons estiment qu'ils font des efforts pour protéger l'environnement (4 sur 5). Ce taux demeure relativement stable avec toutefois une légère diminution en 2004 au profit des consommateurs qui se déclarent prêts à agir.
- Le nombre de personnes qui ne sont pas prêtes à faire un effort diminue légèrement : ils ne sont plus que 1%. Les consommateurs sont donc de bonne volonté. Il ne reste qu'à leur montrer la voie.
- L'année 2004 constate que la volonté d'action individuelle diminue. En conséquence des politiques d'incitation volontaristes risquent d'être insuffisantes face au déclaratif des consommateurs qui estiment déjà faire un effort. (Faux : il y a toujours autant de volonté, peut-être même plus car dire « je fais déjà un effort » ne signifie pas qu'il n'y a pas une volonté de faire plus.
- A moins, sans doute, que ces politiques ne s'articulent autour d'un engagement précis et acceptable pour les consommateurs.
- Si elles ne donnent aucun résultat, d'autres politiques plus coercitives devront être envisagées. (Catherine et moi ne comprenons pas)

13

Perception générale de l'action individuelle



14

3.2. Comportements spécifiques d'utilisation

- Quel que soit l'indicateur considéré (tri des déchets ménagers, économie d'énergie ou de l'eau du robinet, achat de produits respectueux de l'environnement, moindre utilisation de la voiture, remise des piles à la collecte sélective), le comportement déclaré des consommateurs wallons est de plus en plus respectueux de l'environnement.
- Preuve que les campagnes et les actions de sensibilisation développées portent leurs fruits.
- Toutefois, si certains comportements sont pratiqués par de nombreux consommateurs comme le tri des déchets ménagers, l'économie d'énergie ou de l'eau du robinet ou la remise des piles à la collecte sélective, d'autres comportements demeurent marginaux ou rares comme l'achat de produits respectueux de l'environnement, la moindre utilisation de la voiture ou le compostage des déchets.

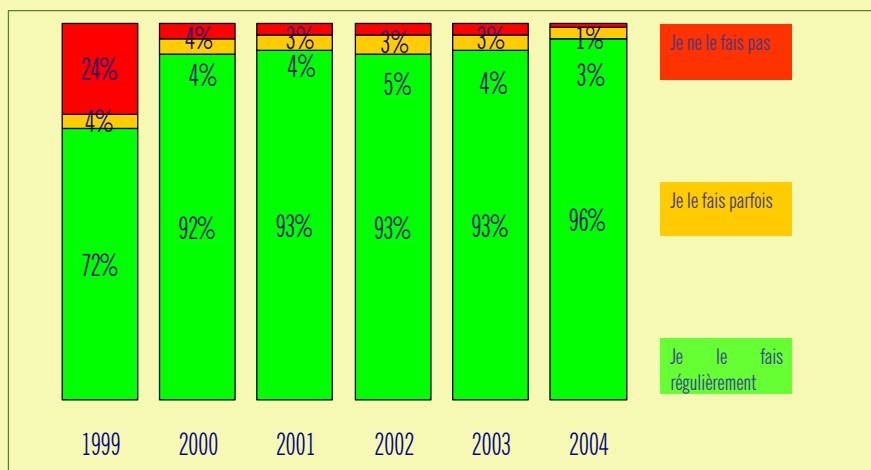
15

Tri des déchets ménagers

- Le tri des déchets a connu une croissance significative entre 1999 et 2000 pour se stabiliser en 2001 et augmenter à nouveau en 2004.
- D'année en année, le tri des déchets s'impose auprès de la population. Il a connu un taux de croissance de 23% en six ans.
- Ce comportement est adopté par la quasi-totalité de la population. Plus de 9 personnes sur 10 disent le pratiquer. A peine 1 % des Wallons déclarent ne pas trier leurs déchets.

16

Tri des déchets



17

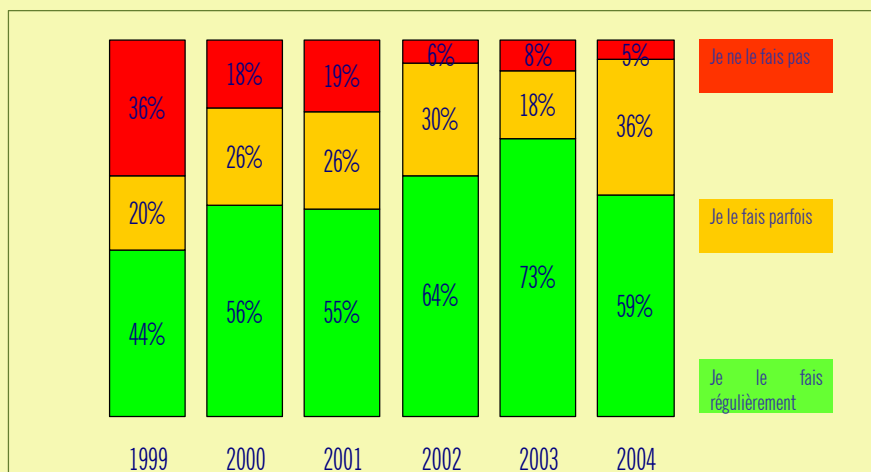
1999-2000 : données extrapolées

Économiser l'énergie

- D'année en année, l'économie d'énergie s'est imposée auprès de la population connaissant en 6 ans, une croissance de 31 %.
- Ce comportement est familier pour près de 6 wallons sur 10.
- Les actions menées par la Région Wallonne en matière d'économie d'énergie devraient encore renforcer cette volonté d'économie.
- Espérons que celle-ci finira par se traduire par une diminution de la consommation d'électricité dans le secteur résidentiel ! (Ce n'est pas la tendance mesurée aujourd'hui).

18

Économiser l'énergie



19

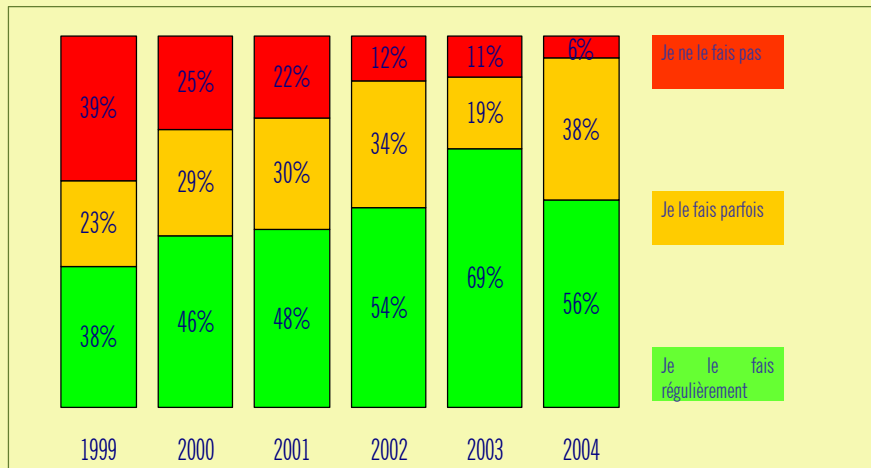
1999-2000 : données extrapolées

Économiser l'eau du robinet

- D'année en année, l'économie d'eau du robinet s'impose auprès de la population connaissant en 6 ans, une croissance de 33 %.
- Ce comportement est familier pour près de 6 wallons sur 10.
- Les actions menées par la Région Wallonne depuis quelques années n'y sont sans doute pas étrangères même si ce taux a chuté en 2004.

20

Économiser l'eau du robinet



21

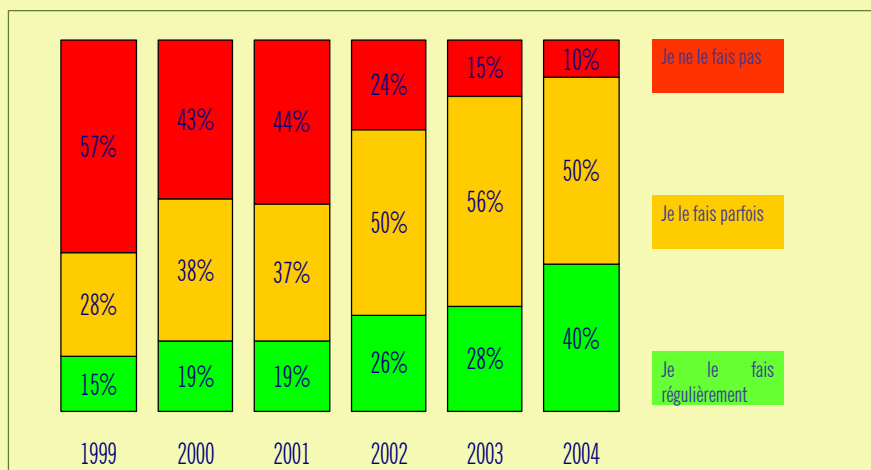
1999-2000 : données extrapolées

Achat de produits respectueux de l'environnement

- Même si la croissance est importante au cours de ces 6 dernières années, l'achat de produits respectueux de l'environnement demeure limité.
- A peine, deux consommateurs sur cinq déclarent acheter régulièrement ces produits, un sur deux parfois et plus d'un sur dix jamais.
- Malgré cela, le taux de personnes qui ont modifié leur comportement et achètent des produits respectueux de l'environnement a plus que doublé en 6 ans (de 15% à 40%).

22

Achat de produits respectueux de l'environnement



23

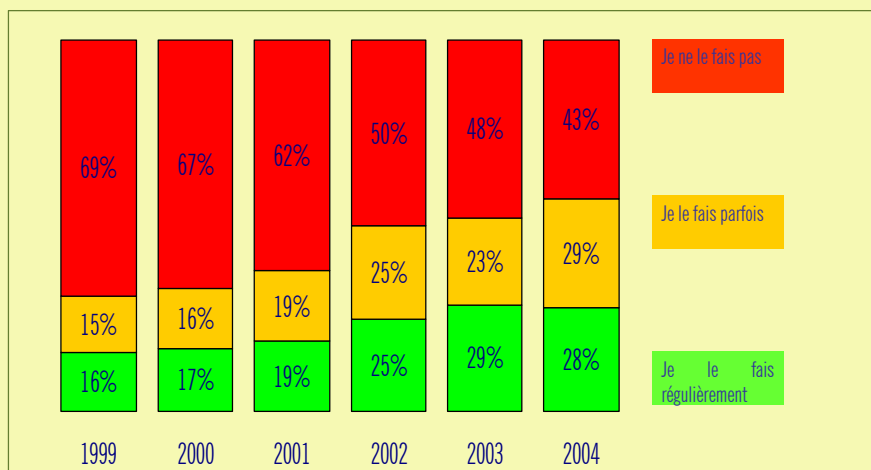
1999-2000 : données extrapolées

Utiliser moins la voiture

- A l'instar de l'achat des produits respectueux de l'environnement, la moindre utilisation de la voiture demeure limitée.
- A peine, trois consommateurs sur dix déclarent utiliser moins la voiture régulièrement, un sur quatre parfois et un sur deux jamais.
- Le changement de mentalité n'est pas encore pour demain quand on connaît la valeur symbolique et d'usage attribuée à la voiture.
- Malgré cela, le taux de personnes qui ont modifié leur comportement et utilisent moins la voiture a presque doublé en 6 ans (de 16% à 28%). Il s'agit essentiellement de personnes âgées qui ont moins besoin de leur véhicule.

24

Utiliser moins la voiture



25

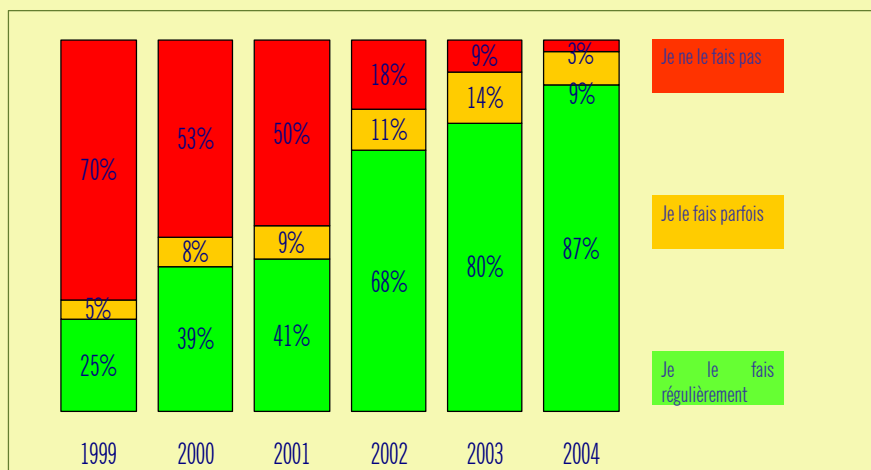
1999-2000 : données extrapolées

Remettre des piles à la collecte sélective

- D'année en année, la remise des piles à la collecte sélective s'impose auprès de la population.
- Ce comportement est familier pour la quasi-totalité de la population. 9 personnes sur 10 le pratiquent régulièrement et une personne sur dix parfois. A peine, 3 % des Wallons déclarent ne pas remettre leurs piles à la collecte sélective.
- La remise des piles à la collecte sélective a connu une croissance significative entre 1999 et 2004 : elle a été multipliée par trois.
- Les actions de communication et de collecte sélective développées dans de nombreux lieux par BEBAT démontrent leur efficacité.

26

Remettre des piles à la collecte sélective



27

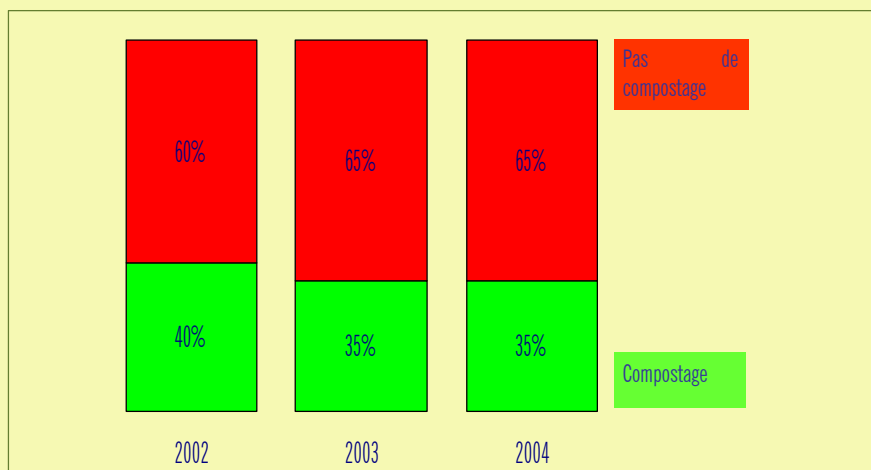
1999-2000 : données extrapolées

Compostage des déchets

- Un wallon sur trois composte ses déchets aujourd'hui.
- On constate une très forte stabilité dans le temps.

28

Compostage des déchets



29

3.3. Comportements spécifiques d'achats

- Achats en vrac et pré-emballé
- Emballages consignés alimentaires
- Produits alimentaires
 - Produits biologiques
 - Produits issus du commerce équitable
- Produits non alimentaires
 - Piles rechargeables
 - Lingettes jetables
- Emballages et sacs de caisse
- Publicités toutes-boîtes

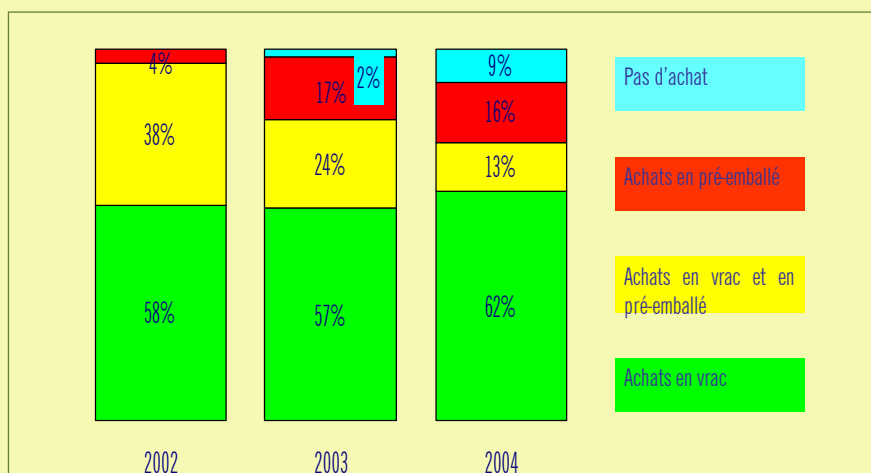
30

Achats en vrac et pré-emballé

- Six consommateurs sur dix préfèrent acheter des fruits et légumes en vrac, moins de deux sur dix en pré-emballé, le reste mixant ses achats.
- Le vrac est apprécié car il permet d'adapter les quantités achetées aux besoins réels de la famille et il permet également de sélectionner soigneusement les articles que l'on achète.

31

Achats en vrac et pré-emballé



32

Emballages consignés alimentaires

- L'utilisation d'emballages alimentaires consignés par les consommateurs connaît des variations importantes en fonction de l'aliment concerné.
- Pour la bière, les bouteilles en verre consigné ne connaissent quasiment pas de variation (73 % en 1999, 78 % en 2004) et demeurent l'emballage préféré.
- Les bouteilles de vin en verre consigné enregistrent une utilisation plus importante (35 % en 1999, 55 % en 2004). Emballage préféré : verre perdu 56 %.
- Les bouteilles de limonade en verre consigné ne connaissent quasiment pas de variation (11 % en 1999, 12 % en 2004). Emballage préféré : plastique 86 %.

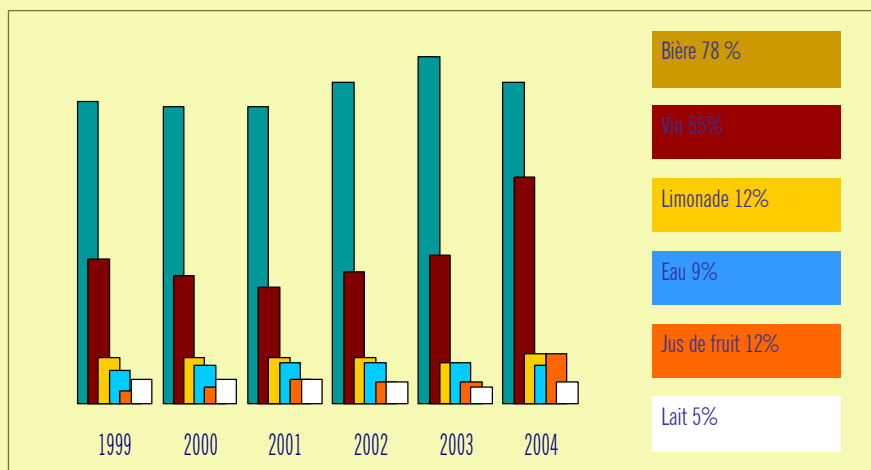
33

Emballages consignés alimentaires

- Les bouteilles d'eau et les jus de fruit en verre consigné connaissent une très légère croissance (respectivement 8 % et 3 % en 1999, 9 % et 12 % en 2004). Emballage préféré pour l'eau : la bouteille plastique : 96 %; pour les jus, la briquette : 56 %.
- Les bouteilles de lait en verre consigné connaissent une légère diminution (6 % en 1999, 5 % en 2004). Emballage préféré : la briquette : 60 %.

34

Emballages alimentaires consignés



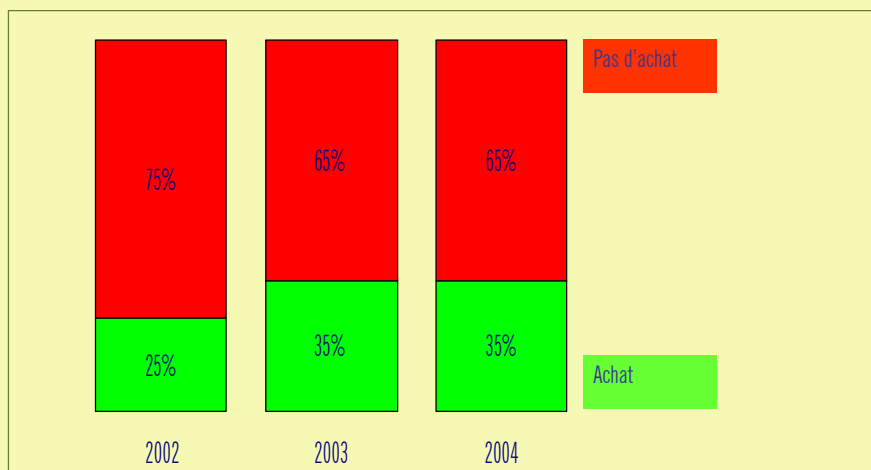
35

Achat de produits bio

- Deux consommateurs sur trois n'achètent pas de produits bio.
- Par rapport à 2002, les achats alimentaires de produits biologiques connaissent une augmentation importante.
- Nul doute que l'offre des grandes surfaces contribue à cette évolution.

36

Achat de produits bio



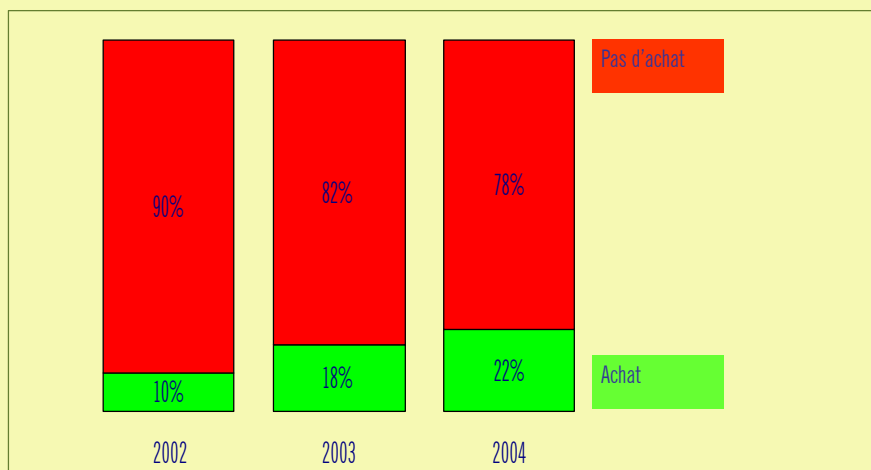
37

Achat de produits issus du commerce équitable

- Huit consommateurs sur dix n'achètent pas de produits issus du commerce équitable.
- Par rapport à 2002, les achats alimentaires de produits issus du commerce équitable connaissent une augmentation importante.
- Nul doute que l'offre des grandes surfaces contribue à cette évolution.

38

Achat de produits issus du commerce équitable



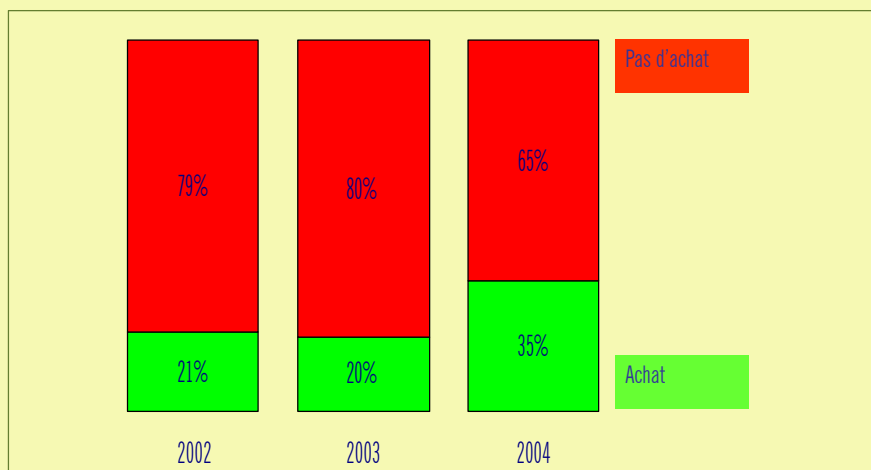
39

Piles rechargeables

- A peine un Wallon sur trois achète des piles rechargeables. Ce taux a connu une croissance au cours de l'année 2004.
- La puissance limitée de certaines piles rechargeables, leur coût, le temps de recharge et la méconnaissance des possibilités offertes constituent des freins importants au développement de ces produits.
- Ne pas acheter de piles rechargeables peut aussi être un choix écologique, si on achète pas non plus de piles jetables.

40

Piles rechargeables



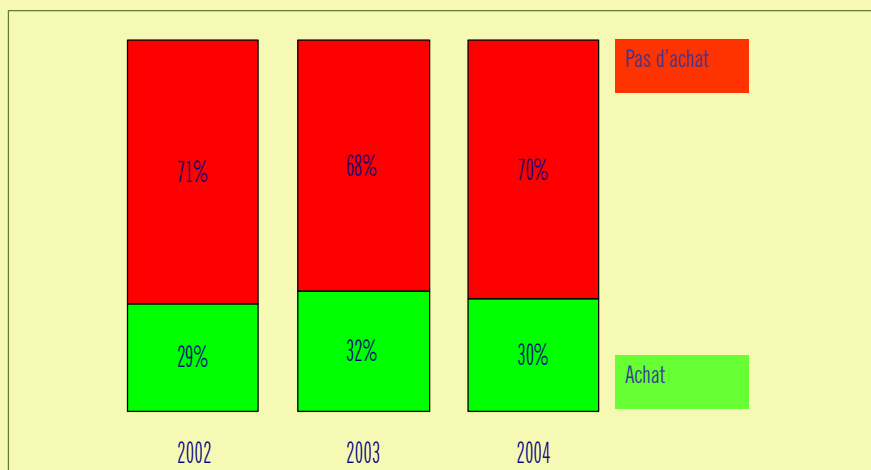
41

Lingettes jetables

- Un wallon sur trois déclare acheter des lingettes jetables en 2004.
- La facilité d'utilisation et la pub encouragent le consommateur à acheter un produit nuisible à l'environnement.
- Parmi les principaux usages des lingettes, citons l'hygiène intime, le démaquillage, le nettoyage de la maison, les voyages ou le nettoyage des lunettes ou de bébé.
- L'utilisation en tant que déodorant, cosmétique ou pour l'animal domestique se limite à une personne sur dix.

42

Lingettes jetables



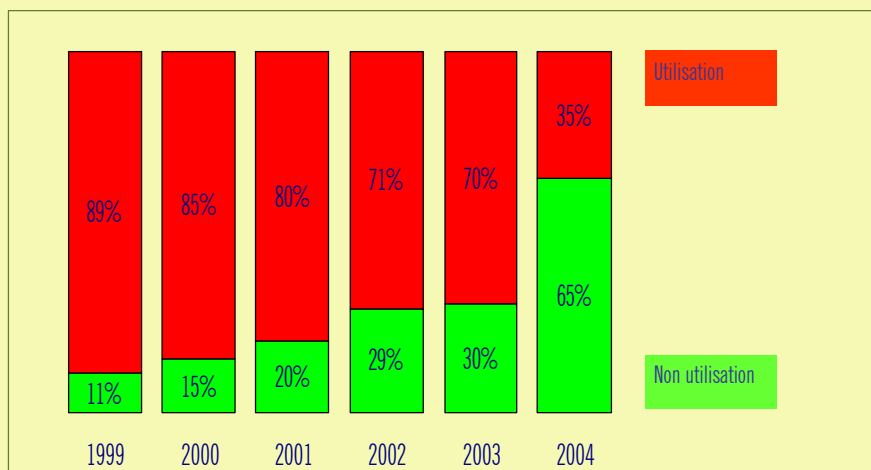
43

Emballage et sacs de caisse

- Un consommateur sur 3 utilise les sacs jetables. Forte diminution de l'utilisation entre 2003 et 2004. Grâce peut-être aux campagnes de promotion des alternatives aux sacs jetables. Toutefois, les consommateurs utilisent en général au moins deux systèmes d'emballage.
- De plus en plus souvent, ils substituent des emballages durables aux emballages jetables, soit de manière systématique en remplacement des sacs de caisse, soit en complément des emballages jetables proposés par le distributeur.
- Le choix des consommateurs est fortement influencé par l'offre des grandes surfaces.

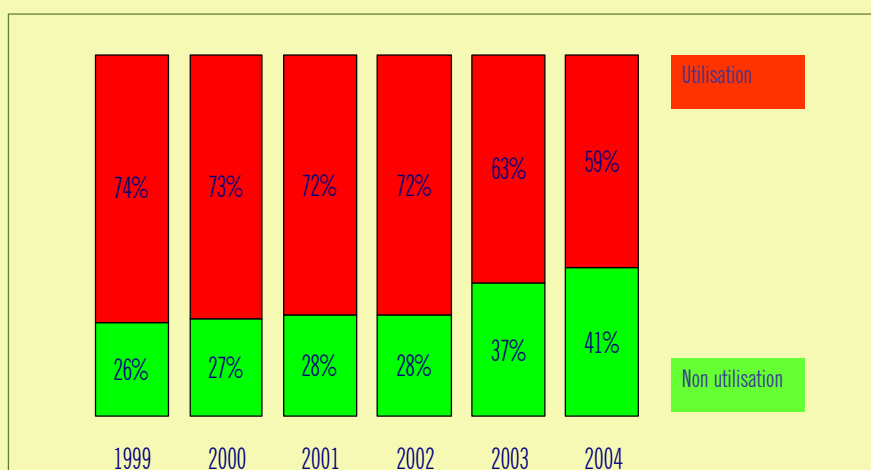
44

Sacs de caisse jetables



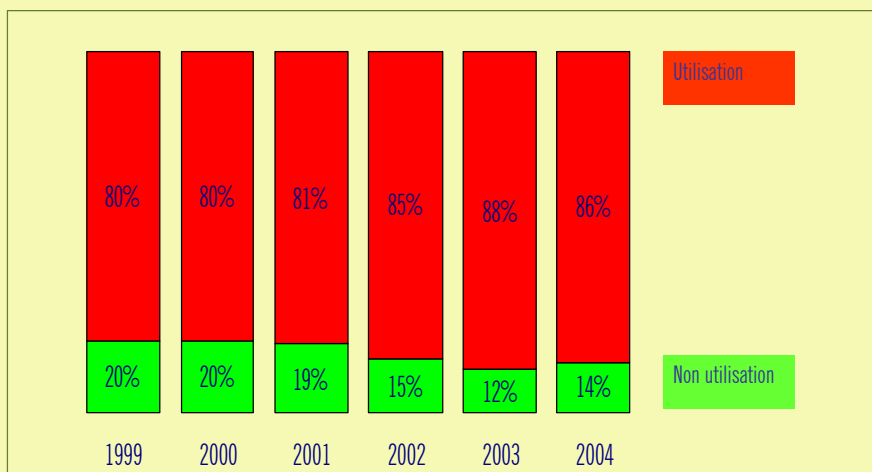
45

Sacs de caisse réutilisables



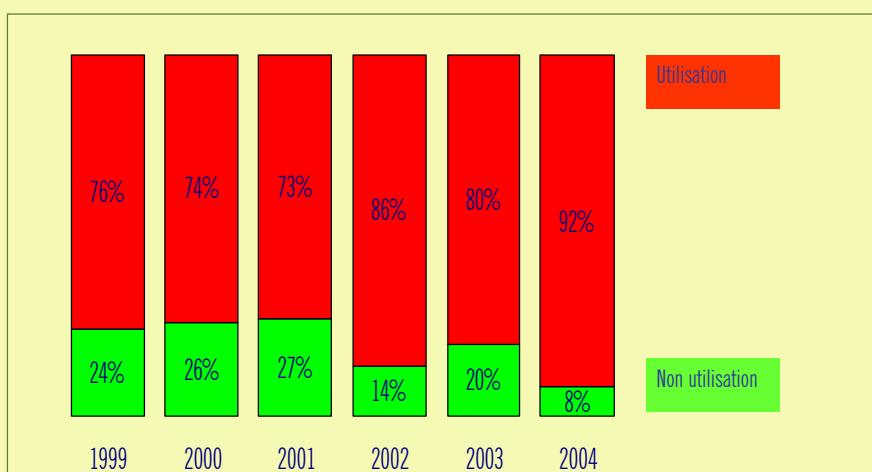
46

Sacs à provision sur roulettes (caddy)



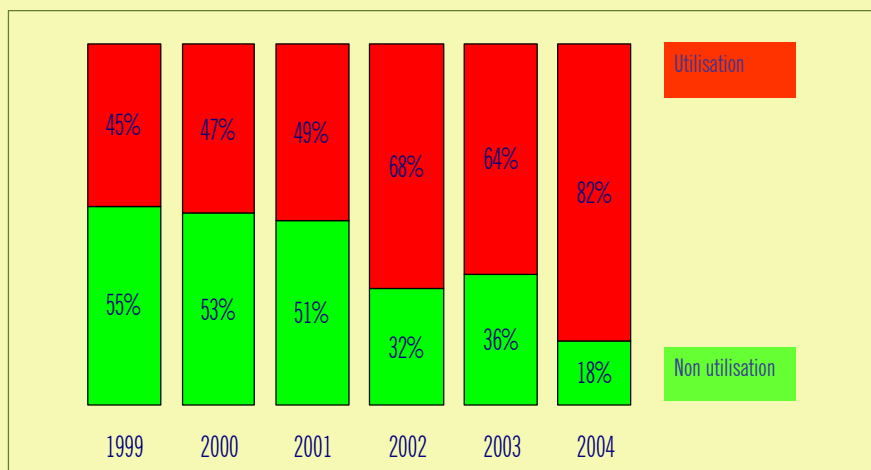
47

Paniers



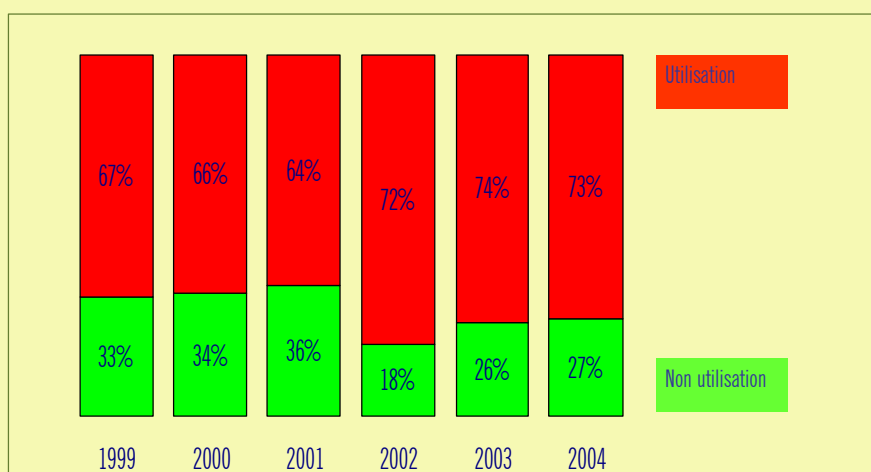
48

Cartons



49

Bacs en plastique



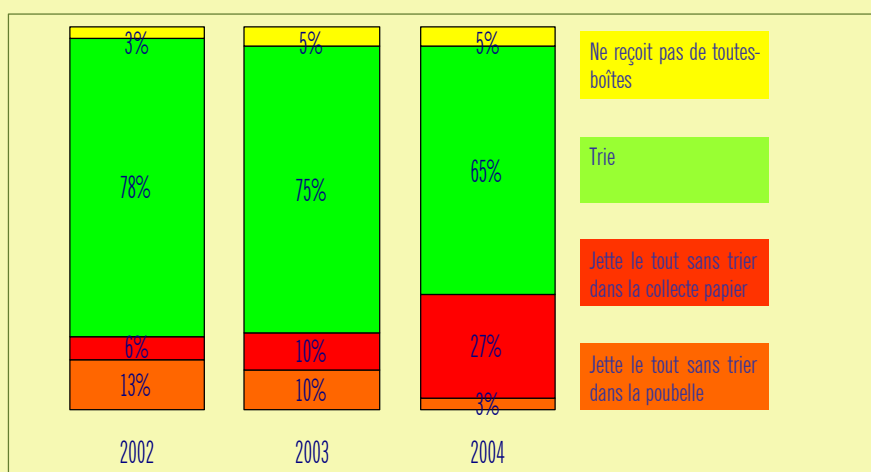
50

Publicité toutes-boîtes

- Six wallons sur dix lisent les publicités toutes-boîtes et les trient avant de les jeter. Ce comportement a diminué en 2004.
- Par contre, trois wallons sur dix jettent l'ensemble sans trier. Ce chiffre est en croissance et témoigne peut-être du ras-le-bol des consommateurs face à l'envahissement des boîtes aux lettres.

51

Publicité toutes-boîtes



52

4. Politiques (inter)communales

- 4.1. Tri des déchets
- 4.2. Sac payant
- 4.3. Container à puce

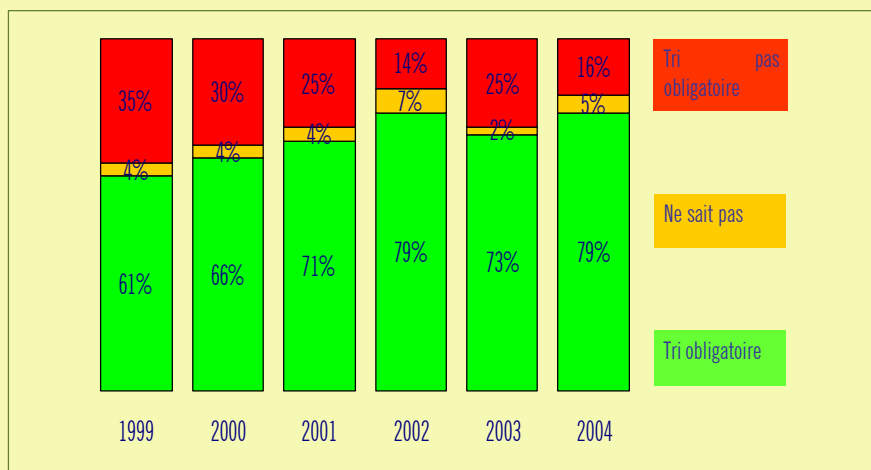
53

4. Politiques communales

- D'année en année, le tri obligatoire des déchets s'impose auprès de la population. Les Wallons sont de plus en plus nombreux à en connaître l'existence et à participer au tri des déchets.
- La majorité des communes wallonnes utilisent le système de sacs payants.
- L'utilisation du container à puce est moins importante que celle du sac payant, même si cette utilisation a quasi triplé entre 2002 et 2004. Il s'agit d'un choix qui relève de la compétence des communes.

54

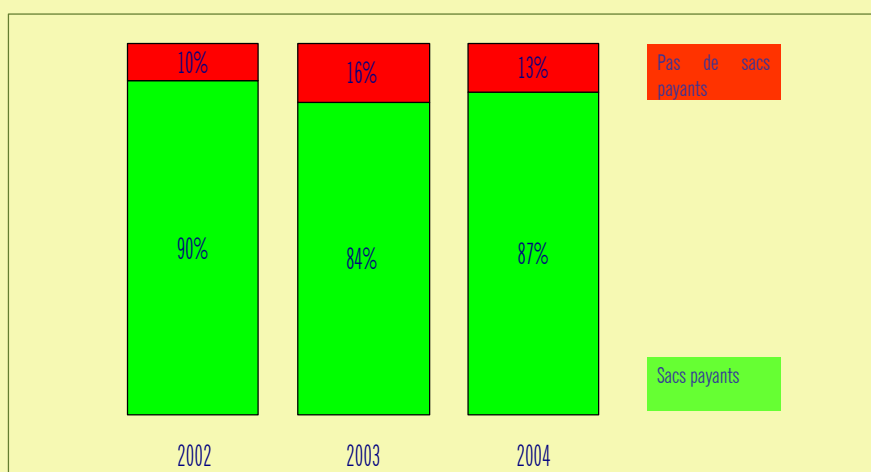
Commune et tri



55

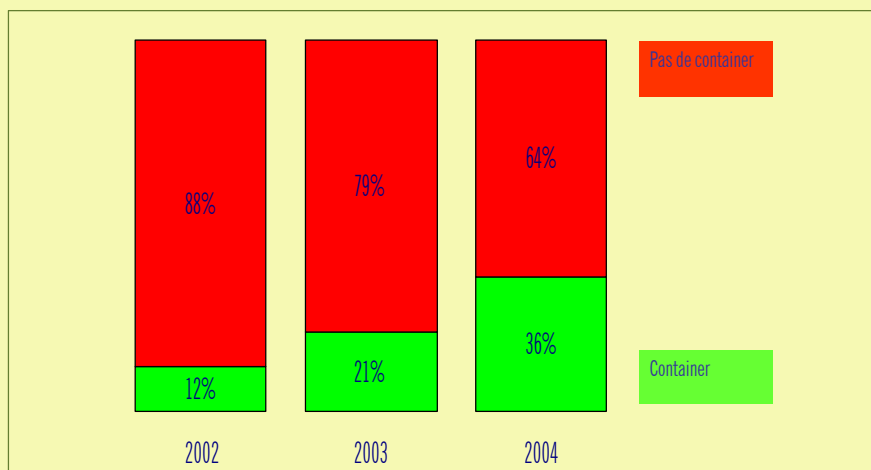
2001 : données extrapolées

Commune et sac payant



56

Commune et container à puce



57

Synthèse 1

• L'environnement sujet d'inquiétude

- La préoccupation pour l'environnement est largement partagée par la population wallonne.
- La perception du caractère urgent de l'action a évolué en 5 ans. Les Wallons sont aujourd'hui un peu plus conscients de l'urgence du problème.
- Tout le monde est prêt à agir, il n'y a presque plus de réfractaires.

• La réduction des déchets

- La hiérarchie des priorités selon les consommateurs connaît une tendance assez stable au cours des dernières années. Les Wallons privilégient le tri des déchets. Preuve, s'il en est que les campagnes de communication et les mesures prises en cette matière portent leurs fruits.
- Le souci d'éviter les emballages polluants constitue aussi une prise de conscience. Par contre, la nécessité de diminuer le gaspillage d'eau et d'énergie se réduit sur les 6 dernières années.

58

Synthèse 2

- **Des conduites écologiques curatives ?**

- Les deux conduites écologiques les plus pratiquées concernent essentiellement la gestion des déchets à travers le tri des déchets ménagers ou la remise de piles à la collecte sélective.
- Ces deux pratiques sont par ailleurs largement encouragées lors des campagnes d'informationspécifiques. Malheureusement, elles ne présentent pas d'impact préventif car trier ne permet pas une réduction effective des déchets produits par les ménages.

59

Synthèse 3

- **Écologie et économie ?**

- Deux pratiques, développées par plus de la moitié des Wallons consistent non seulement à protéger l'environnement mais à réaliser simultanément des économies. Il s'agit d'économiser l'eau du robinet et l'énergie. Les politiques de prix (et de taxation) développées par les pouvoirs publics renforcent l'intérêt pour ces pratiques.
- Les motivations écologiques sont jamais primordiales sauf si le produit présente un avantage financier tel qu'une réduction des coûts. Sans avantage individuel (sur le plan financier, de la santé, etc.), les comportements des consommateurs risquent de n'être que de simples déclaratifs.

60

Synthèse 4

- **Importance des mesures incitatives**

- Le tri des déchets ménagers apparaît comme une pratique largement développée par la population wallonne. La mise en place de mesures incitatives (sacs payants, poubelles à puce) dans certaines communes constitue un levier efficace pour inciter aux comportements environnementaux. Le tri des publicités toutes-boîtes s'inscrit dans cette logique.

61

Synthèse 5

- **Écologie et mode de vie ?**

- Les derniers comportements (les moins adoptés par les consommateurs) concernent des modifications des habitudes d'achat ou d'utilisation (achat de produits respectueux de l'environnement, limitation de l'utilisation de la voiture, compostage des déchets, utilisation d'emballages consignés, achat de piles rechargeables, utilisation d'emballages réutilisables). Des comportements qui modifient le mode de vie et parfois aussi le confort.
- Même si le consommateur souhaite améliorer l'environnement ou réduire la pollution, sa volonté sera d'autant plus difficile à mettre en œuvre qu'elle modifie son mode de vie et cela, sans incitant financier ou pénalisation.

62

Synthèse 6

- **Les politiques (inter)communales**

- Les intercommunales et les communes développent des politiques différenciées en matière de gestion des déchets (accès à un parc à conteneur, collecte de porte en porte, sacs payants, poubelles à puce).
- La majorité des communes wallonnes utilise le système des sacs payants. L'utilisation du container à puce progresse mais reste moins fréquente car demande plus d'investissement de la commune.

63

Synthèse 7

- Une question se pose: la limite des actions individuelles qui se réalisent dans le cadre d'un système global suscitant la consommation.
- Comment concilier croissance économique par la consommation et objectifs volontaristes de développement durable?
- Sans des interventions concertées et cohérentes des pouvoirs publics, il sera impossible de concilier ces deux objectifs.

64

Éditeur Responsable :
Marc Vandercammen

CRIOC
Rue des Chevaliers 18 - 1050 BRUXELLES
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be

Édition 2005
Réf. Catalogue – 288-05

D 2005-2492-3
© CRIOC

Prix : 65 €

Reproduction autorisée à des fins non commerciales moyennant mention des sources