

L'éco-consommation

*L'évolution de la consommation durable
en Wallonie entre 2013 et 2014*



2014



CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Table des matières

- Objectifs
- Méthodologie
- Attitudes et perceptions
- Achats et consommation
- Compostage
- Information et publicité
- Gaspillage alimentaire
- Consommation de papier
- Réutilisation des objets
- Les emballages
- Synthèse

Objectifs

- Le CRIOC réalise une enquête quantitative sur les préoccupations des Wallons pour l'environnement. Cette enquête permet d'alimenter le Baromètre de la Prévention des Déchets en Région wallonne.
- Ce rapport suit l'évolution de la perception de la prévention des déchets par les consommateurs wallons depuis 2013, année où la méthodologie d'enquête a été révisée.
- Ce travail est effectué dans le cadre de la convention Eco-consommation 2011-2015 signée avec le Ministère Wallon de l'Environnement.

Méthodologie

- L'enquête a été réalisée auprès de 715 consommateurs, habitant en Wallonie et âgés de 18 ans et plus.
- Campagne : septembre 2014.
- Échantillonnage par quotas. L'échantillon a ensuite été redressé sur base des catégories d'âge, du sexe et du diplôme le plus élevé obtenu, afin de le rendre représentatif. La distribution croisée de ces trois variables dans la population a été obtenue via Statbel (enquête force de travail 2013).
- Catégories sous-représentées dans l'échantillon de base : les personnes avec un faible niveau d'éducation, en particulier chez les 18-29 ans et parmi les hommes de 30-39 ans et de plus de 65 ans.
- Catégories sur-représentées dans l'échantillon de base : les femmes de 50 ans et plus avec un haut niveau d'éducation et les hommes entre 18 et 29 ans avec un niveau d'éducation intermédiaire ou supérieur.
- Seuls les résultats significatifs sont présentés. Les différences significatives sont estimées par l'analyse de variance « ANOVA » (pour les moyennes) et le test z (pour les proportions) avec un seuil de significativité fixé à 95%.
- Chaque donnée a été analysée en fonction du sexe, de l'âge, de la taille du ménage, des groupes sociaux (modestes : GSI ; moyens : GSM ; supérieurs : GSS) et du type de commune (classification OCDE : urbaine, périurbaine, rurale). Le groupe social est calculé sur base de la profession et du diplôme le plus élevé du principal responsable des revenus (PRR) du ménage (méthode CIM).
- Plus de détails sur la méthodologie dans l'introduction du Baromètre Prévention Déchets 2014.

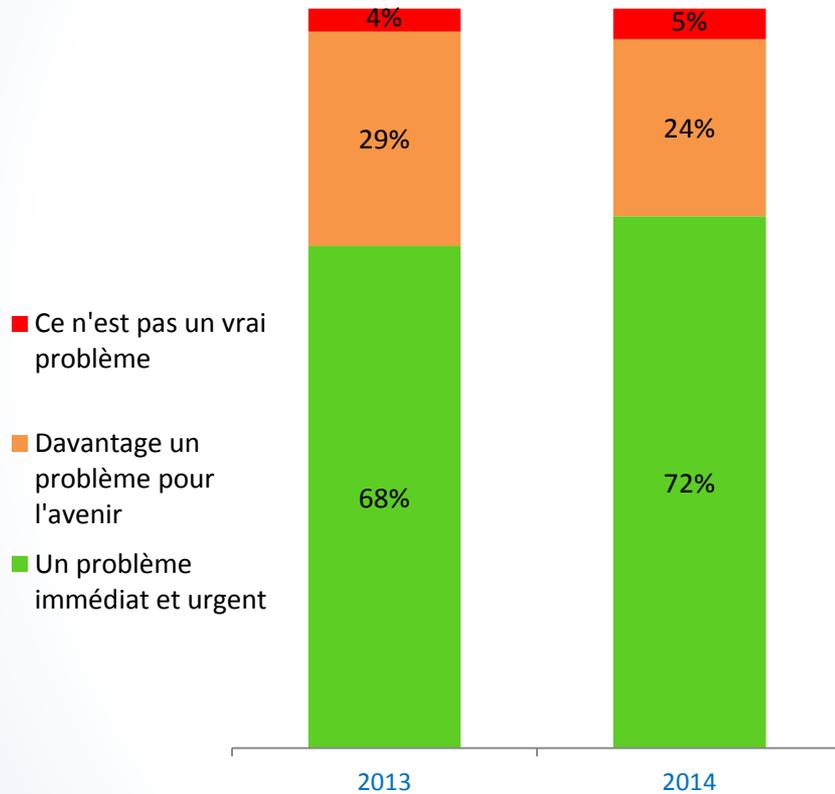
Partie 1 : Attitudes et perceptions

- Cette partie présente la manière dont les consommateurs perçoivent l'environnement et la consommation durable. Les thèmes suivants sont abordés :
 - Les attitudes,
 - Les efforts individuels,
 - L'implication personnelle,
 - La responsabilité individuelle.

Environnement, sujet d'inquiétude

- En 2014, le principal sujet de préoccupation des habitants de Wallonie concerne le chômage, la situation économique, la crise . La situation politique de la Belgique (son possible éclatement) occupent la deuxième position.
- En 2014, la dégradation de l'environnement n'est pas une préoccupation majeure des Wallons. Si la protection de l'environnement et la lutte contre la pollution est considérée comme un problème « immédiat et urgent », il s'agit plutôt d'une simple déclaration, rapidement éclipsée par les problèmes économiques liés à la crise.

Environnement, sujet d'inquiétude

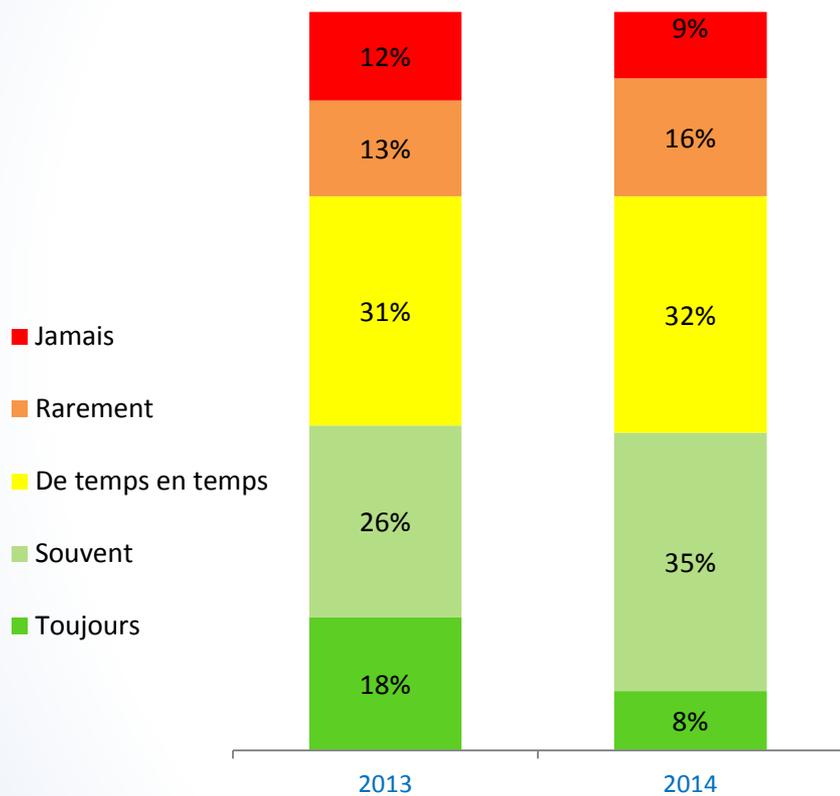


La dégradation de l'environnement, à votre avis, est-ce ...

- La population wallonne se montre très sensible aux problèmes environnementaux.
- Le caractère immédiat des problèmes liés à l'environnement préoccupe 71% de la population wallonne.
- Néanmoins, 5 % des Wallons considèrent que la protection de l'environnement n'est pas un vrai problème, un taux similaire à celui de 2013.

Base: répondants 2013 (n=790) 2014 (n=711)

Perception de l'implication personnelle

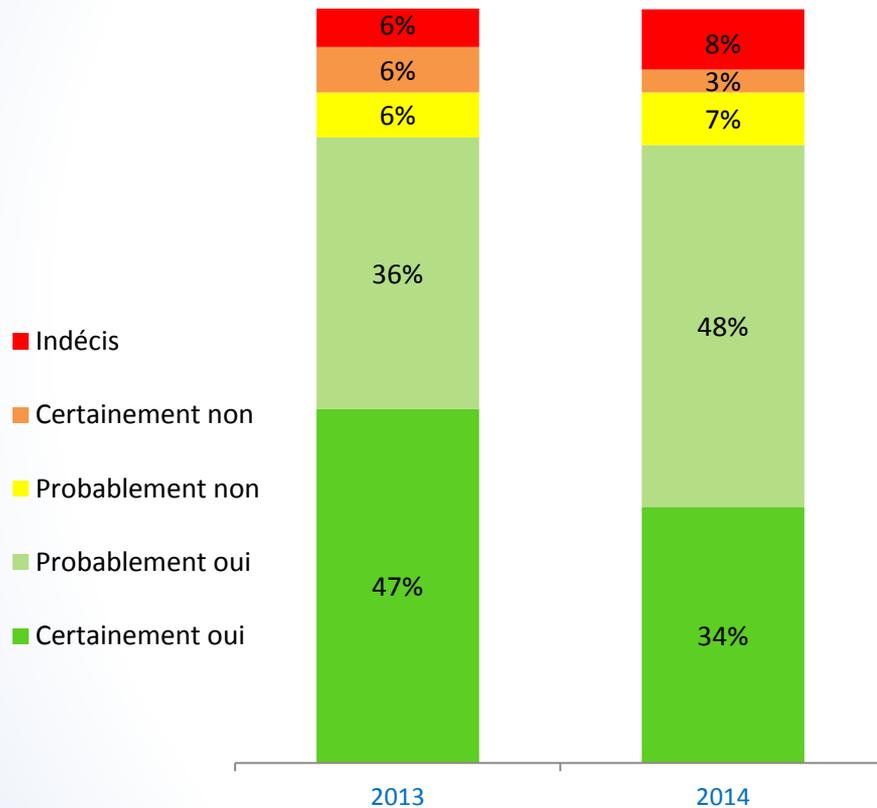


À l'heure actuelle, tenez-vous compte de la protection de l'environnement pour choisir les produits que vous consommez ?

- Plus de quatre Wallons sur dix déclarent faire un effort « toujours » ou « souvent » en matière de protection de l'environnement. Ce qui est similaire à 2013. Cependant, une partie de la population qui avait l'habitude d'en faire « toujours » n'en fait plus que « souvent ».
- Le nombre de consommateurs faisant un effort « de temps en temps » est de plus de 3 consommateurs sur 10.
- Plus de d'1 wallon sur 4 interrogé ne fait « jamais » d'effort ou « rarement » pour la protection de l'environnement.
- Ce sont les 18-25 ans qui tiennent compte le moins souvent à l'environnement (« souvent » : 22,4% ; « toujours » : 1,6%).
- Les plus de 65 ans sont plus nombreux à déclarer tenir « souvent » compte du critère environnement dans leurs achats (46,9%).

Base: répondants 2013 (n=790), 2014 (n=708)

Perception de l'implication personnelle : effort supplémentaire



Dans le futur, pensez-vous que vous prendrez encore plus compte de la protection de l'environnement pour choisir les produits que vous consommez ?

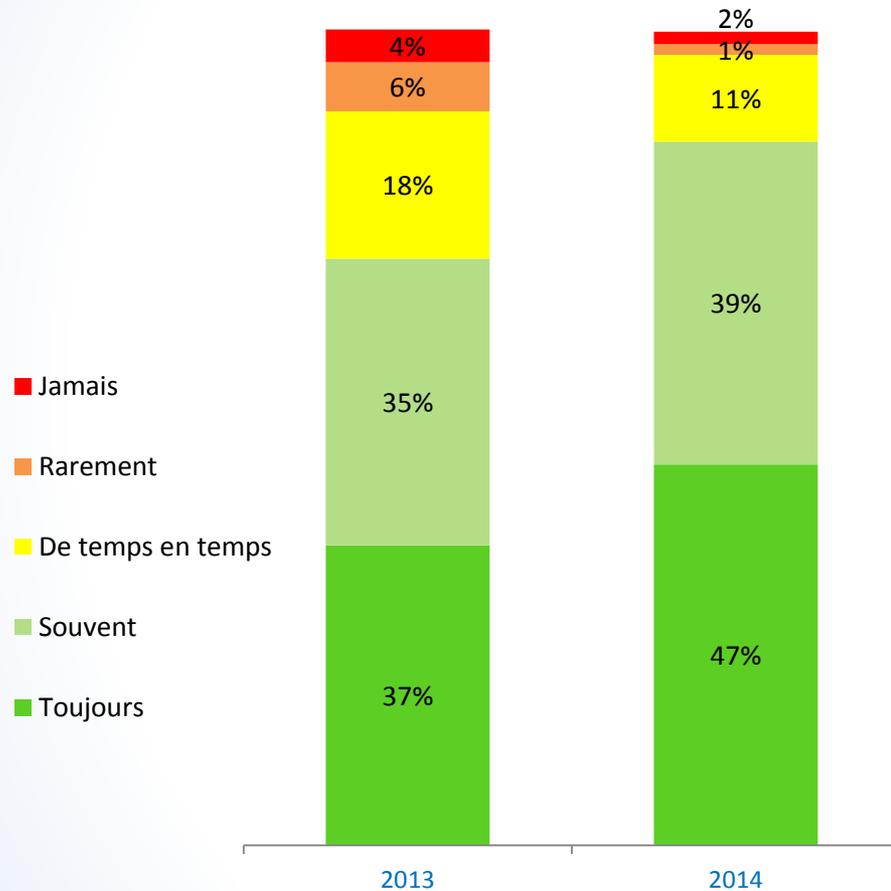
- Un peu plus de 8 consommateurs sur 10 sont prêts à faire un effort supplémentaire pour protéger l'environnement. Ce nombre est stable depuis 2013.
- On note tout de même une érosion des intentions les plus fortes (fréquences des « certainement, oui » passées de 47% à 34%), en particulier chez les urbains (30,4% en 2014).

Base : répondants 2013 (n=790), 2014 (n=715)

Partie 2 : Achats et consommation

- Certains produits sont retenus comme étant plus respectueux de l'environnement (papier de toilette recyclé, piles rechargeables...). D'autres au contraire sont utilisés comme contre-exemples, parce qu'ils ont un impact environnemental plus important (piles jetables...).
- De même, certaines habitudes, comme l'achat en vrac, sont retenues comme exemples de pratiques réduisant les risques de déchets.
- En 2013, les personnes ne se prononçant pas (« NSP ») n'ont pas été retenus dans l'analyse. En 2014 cependant, nous avons choisi de les maintenir.

Achat : fruits et légumes en vrac

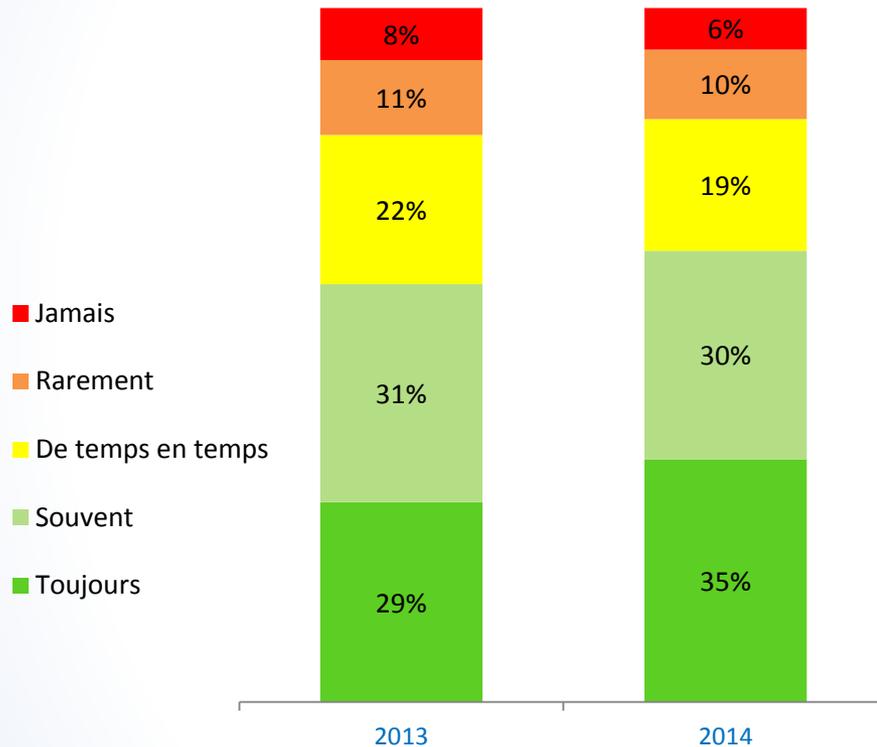


Au cours des 4 dernières semaines avez-vous acheté des fruits et légumes frais vrac ?

- En 2013, les fruits et légumes étaient achetés en vrac par plus de 7 Wallons sur 10. En 2014, ce rapport est passé à plus de 8 consommateurs sur 10.
- Cette pratique est bien ancrée chez les trentenaires (50,8% déclarent le faire « souvent »).

Base : répondants 2013 (fruits et légumes frais, n=758) et 2014 (fruits et légumes frais, n=695).

Achat : viande à la découpe

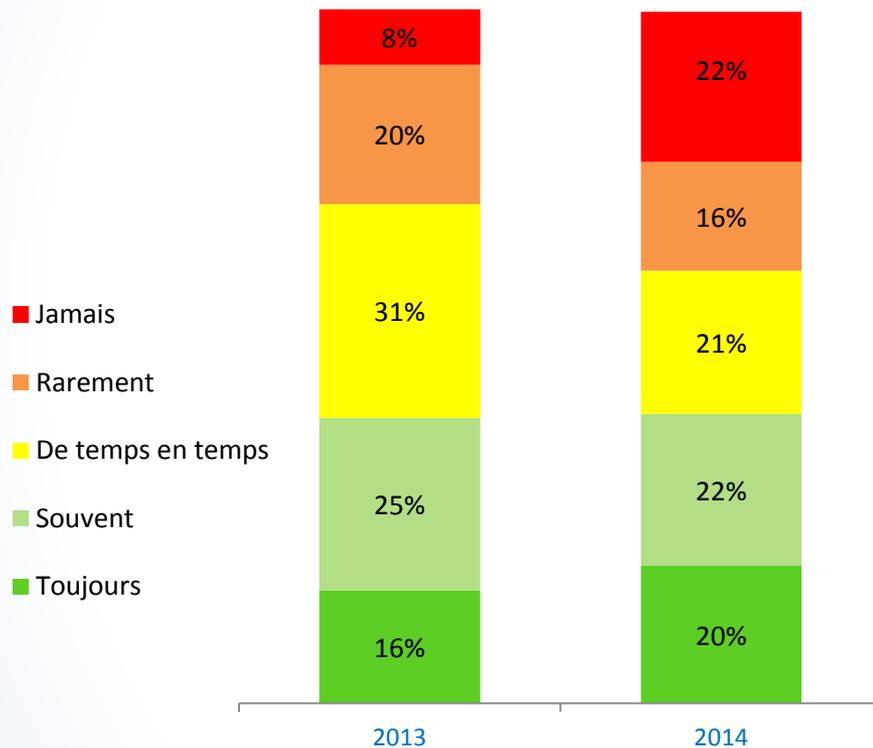


Au cours des 4 dernières semaines avez-vous acheté de la viande à la découpe ?

- En 2013, la viande était achetée à la découpe 6 Wallons sur 10. La tendance s'est légèrement renforcée en 2014.
- 2 Wallons sur 10 le font de « temps en temps », et un peu plus de 1 Wallon sur 10 le fait « rarement » ou « jamais ».
- En 2013, les consommateurs wallons qui achètent « souvent » ou « toujours » de la viande à la découpe sont plus nombreux en zone urbaine (62,1%) ou périurbaine (62,6%). En 2014, la situation géographique n'influence pas ce comportement. Par contre, les plus de 65 ans sont plus nombreux que la moyenne à déclarer le faire « souvent » (45,5%).

Base : répondants 2013 viande (n=715) et 2014 (n=699).

Achat : fromage à la découpe

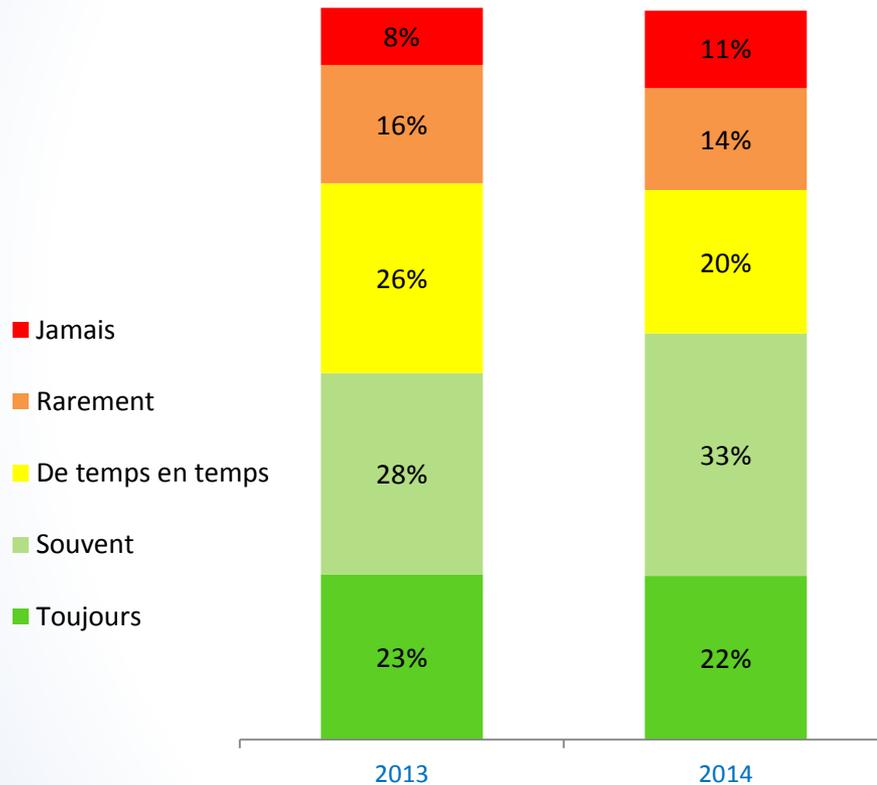


Au cours des 4 dernières semaines avez-vous acheté du fromage à la découpe ?

- L'achat du fromage à la découpe fait partie du quotidien de plus de 4 Wallons sur 10 en 2013. Ce chiffre est stable en 2014.
- 3 Wallons sur 10 le font de « temps en temps » en 2013. En 2014, ils ne sont plus que 2 sur 10.
- En 2014, un peu plus de 3 Wallons sur 10 le fait « rarement » ou « jamais ». On observe une forte augmentation, de 8% en 2013 à 21% en 2014, de ceux qui déclarent ne « jamais » le faire.
- Les consommateurs wallons âgés de 18-29 ans sont moins enclins à acheter du fromage à la découpe (36,7% « rarement » ou « jamais ») en 2013. En 2014 ce comportement augmente (53,8% « rarement » ou « jamais »).
- L'achat de fromage à la découpe s'observe davantage chez les plus de 65 ans (52% le font « souvent » ou « toujours »).

Base : répondants 2013 (fromage, n=643) et 2014 (n=700).

Achat : charcuterie à la découpe

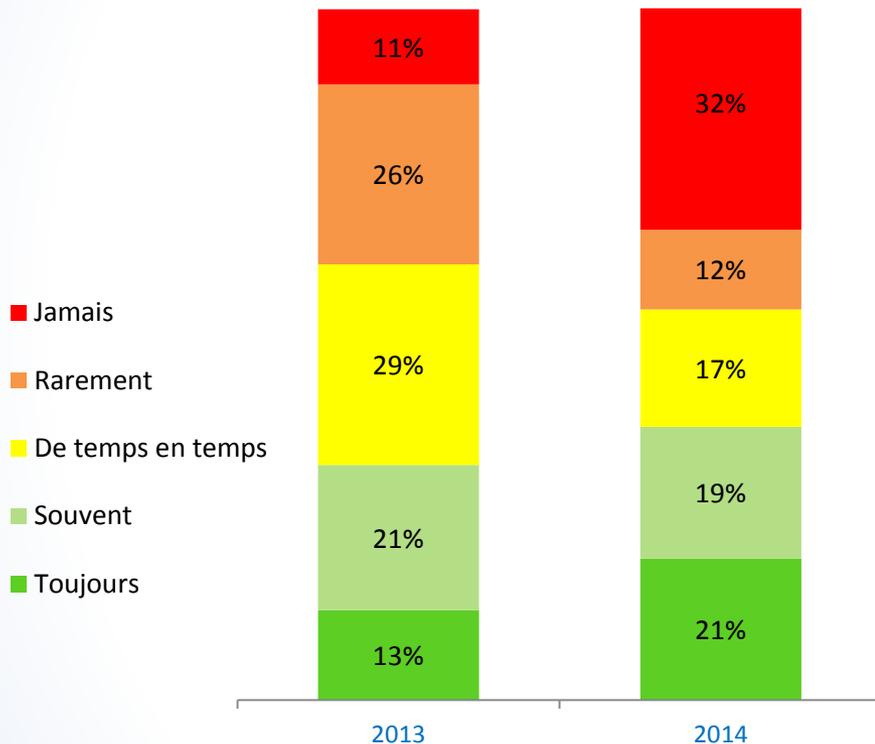


Au cours des 4 dernières semaines avez-vous acheté de la charcuterie à la découpe ?

- L'achat de la charcuterie à la découpe fait partie du quotidien de plus 5 Wallons sur 10 en 2013. L'habitude s'est un peu renforcée en 2014.
- Plus de 2 Wallons sur 10 le font de « temps en temps » en 2013. En 2014 ce chiffre subit une légère diminution.
- Plus de 2 Wallons sur 10 le font « rarement » ou « jamais » en 2013, de même qu'en 2014.
- En 2013, les consommateurs wallons habitant en zone urbaine ou périurbaine sont plus nombreux à acheter de la charcuterie à la découpe (respectivement 51,6% et 52% le font « toujours » ou « souvent »). En 2014, les consommateurs des groupes sociaux modestes sont plus nombreux à déclarer acheter « souvent » leur charcuterie à la découpe (25%).

Base : répondants 2013 (charcuterie, n=682) et 2014 (n=661).

Achat : piles rechargeables

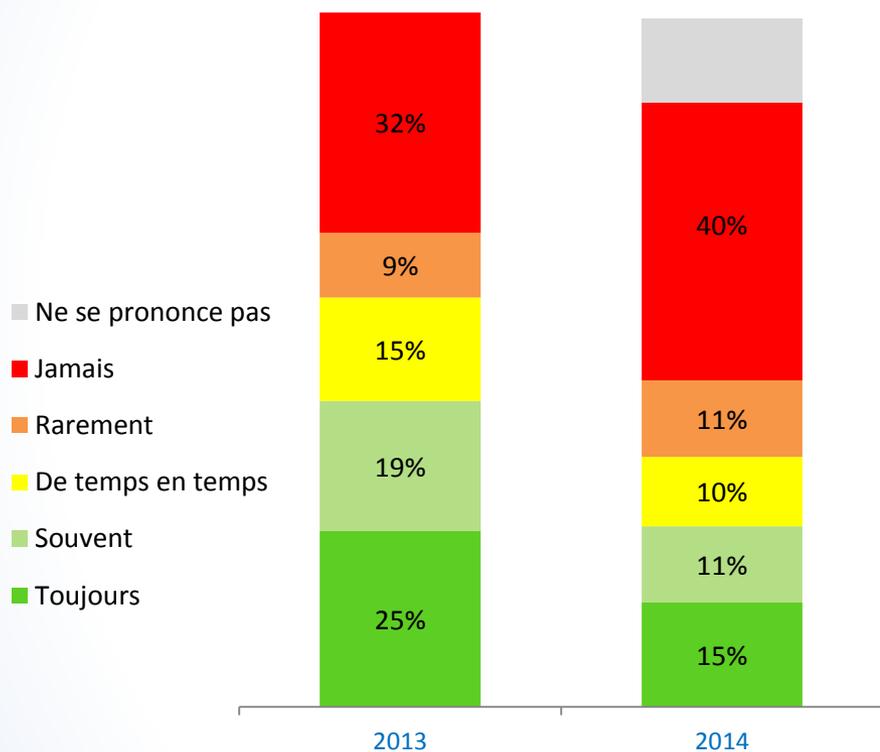


Au cours des 12 derniers mois avez-vous acheté des piles rechargeables plutôt que jetables ?

- En 2013, plus de 3 consommateurs wallons sur 10 remplacent leur piles jetables par des piles rechargeables « toujours » ou « souvent ». En 2014 il sont plus de 4 sur 10.
- Il y a une forte augmentation de consommateurs wallons qui n'achètent « jamais » de piles rechargeables : 1 sur 10 en 2013 contre 3 sur 10 en 2014.
- En 2013, ce sont les hommes (38,4% « souvent » ou « toujours ») qui achètent davantage des piles rechargeables. Cette tendance se confirme en 2014, avec une proportion passant à 43,7%.
- Les plus de 65 ans sont plus nombreux que la moyenne à ne « jamais » acheter de piles rechargeables (46,9%).

Base : répondants 2013 (piles, n=568) et 2014 (piles, n=513)

Achat : papier de toilette recyclé ou écologique

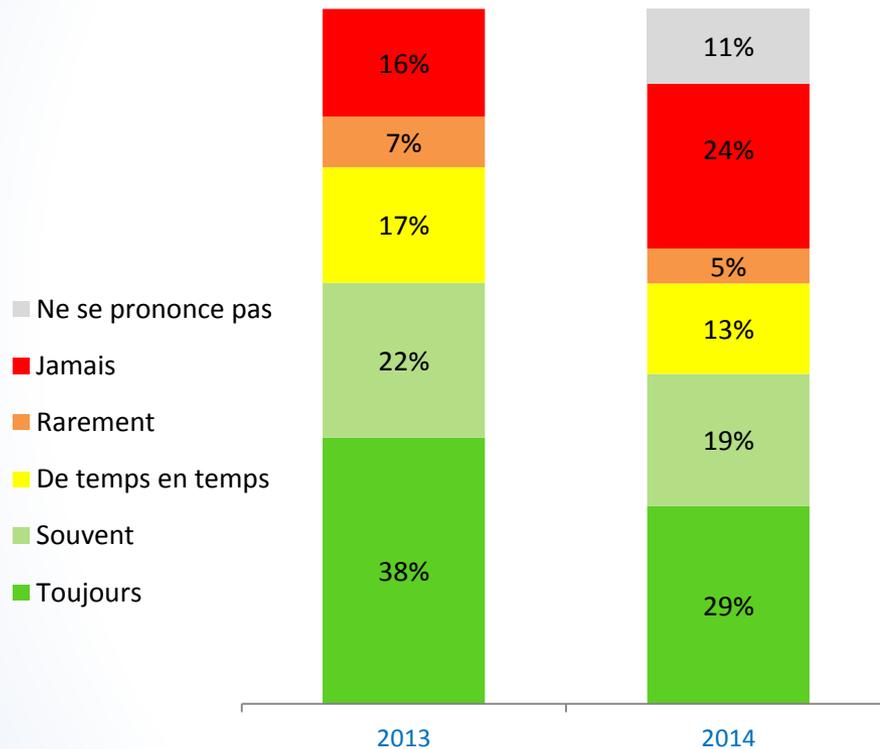


Au cours des 12 derniers mois avez-vous acheté du papier de toilette recyclé ou écologique ?

- L'achat de papier de toilette recyclé ou écologique, en 2013, concernait 44% des ménages wallons (compilation des réponses « toujours » et « souvent »). En 2014, cela ne concerne plus que 26%.
- En 2013, 3 Wallons sur 10 n'achetaient « jamais » de papier toilette recyclé. En 2014 ils sont 4 sur 10.
- En grisé, la proportion de personnes qui ne se sont pas prononcé. En 2013, cette proportion était de 10,4%.
- Les répondants ne se prononçant pas sur ce type de produits sont plus nombreux chez les plus de 50 ans.

Base : répondants 2013 (papier toilette, n=582) et 2014 (papier toilette, n=710).

Achat : lessive concentrée

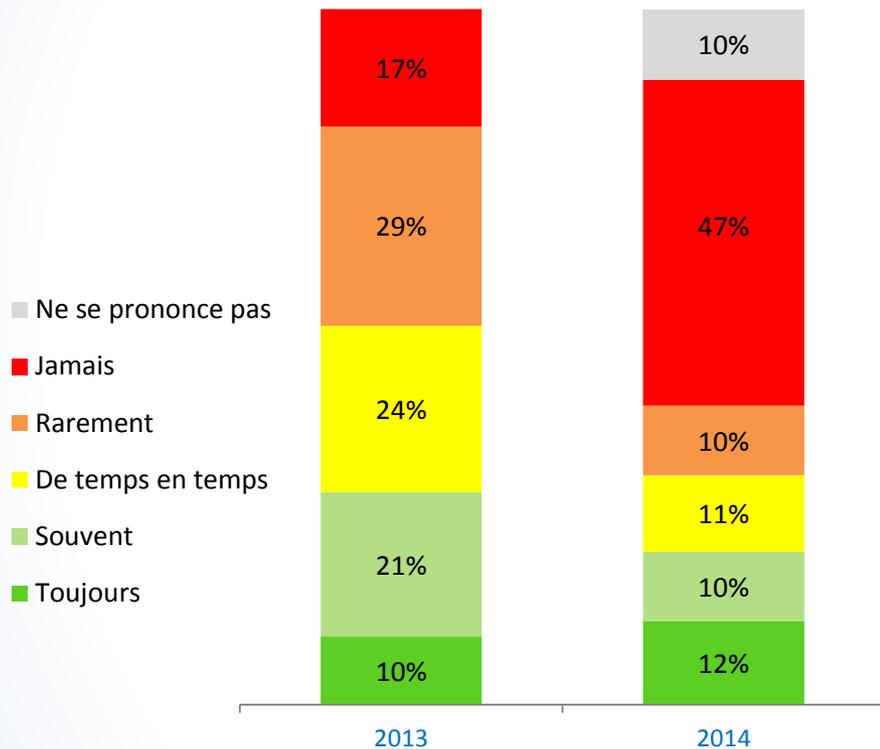


Au cours des 12 derniers mois avez-vous acheté de la lessive concentrée ?

- L'achat de lessive concentrée, en 2013, concerne 6 ménages wallons sur dix. En 2014, un peu moins de 5 ménages wallons sur 10 achètent ce type de lessive.
- Le nombre de ménages wallons qui n'achètent jamais de lessive concentrée est passé en 2013 de 1 ménage sur 6 à de 1 ménages sur 4 en 2014. Ce sont davantage les 65 ans et plus (34,2%), les ménages isolés (28,6%) et les ménages de deux personnes (30,7%) qui n'achètent jamais de lessives concentrés.
- En grisé, la proportion de personnes qui ne se sont pas prononcé. En 2013, cette proportion était de 8,4%. Les répondants ont peut-être eu plus de difficultés à apprécier ce type de produit.

Base : répondants 2013 (lessive concentrée, n=704) et 2014 (n=680).

Achat : lessive écologique

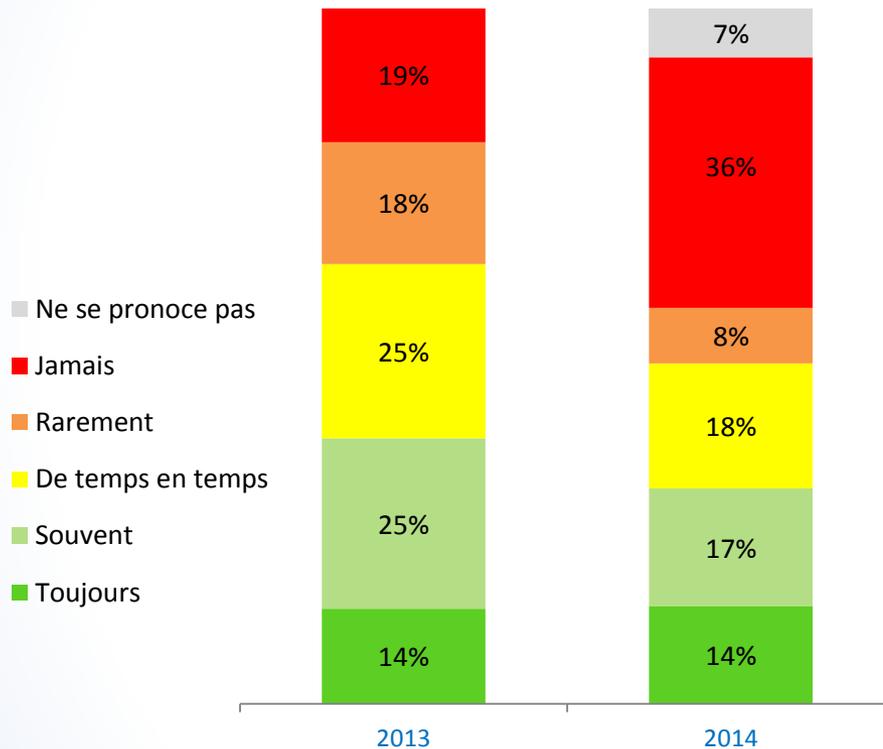


Au cours des 12 derniers mois avez-vous acheté de la lessive écologique ?

- L'achat de lessive écologique, en 2013, concerne 3 ménages wallons sur dix (« souvent » ou « toujours »). En 2014, cela ne concerne qu'un peu plus de 2 ménages wallons sur 10.
- En 2014, il y a eu une forte augmentation de ménages wallons qui n'achètent jamais de lessive écologique (presque 5 ménages wallons sur 10 contre moins de 2 sur 10 en 2013).
- En grisé, la proportion de personnes qui ne se sont pas prononcées. En 2013, cette proportion était de 3,4%. Les répondants ont peut-être eu plus de difficultés à apprécier cette caractéristique du produit.

Base : répondants 2013 (lessive écologique, n=741) et 2014 (n=680).

Achat : produits nettoyants écologiques

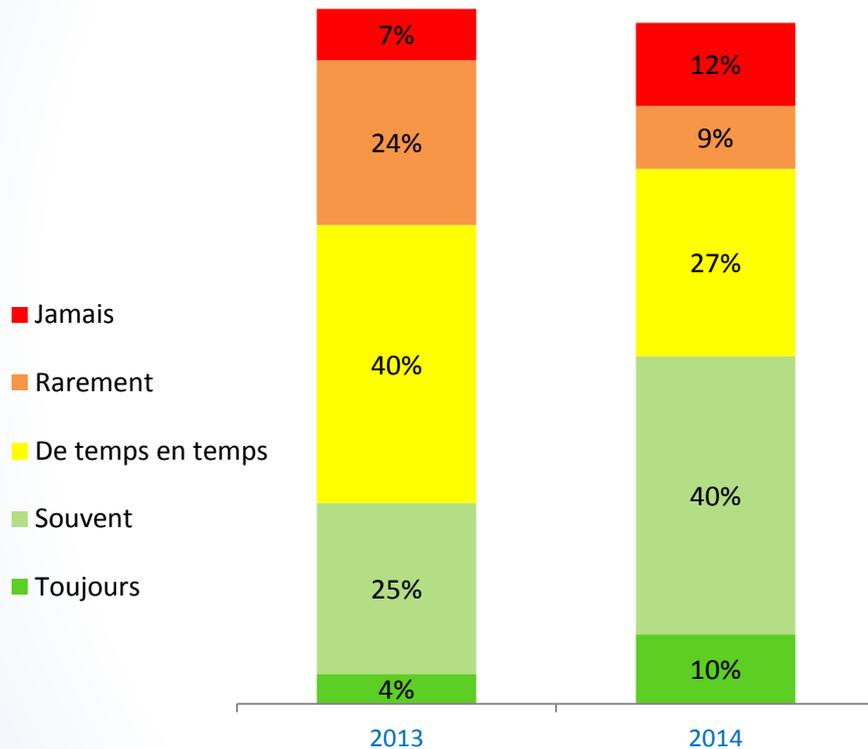


Au cours des 12 derniers mois avez-vous acheté des produits nettoyants écologiques ?

- L'achat de produits nettoyants écologiques, en 2013, concerne plus de 3 ménages wallons sur dix (« souvent » ou « toujours »). En 2014, il concerne 3 ménages sur 10. Ce chiffre est en légère diminution par rapport à 2013.
- En 2013, moins de 2 ménages sur 10 n'achetaient jamais de produits nettoyants écologiques. En 2014 ce chiffre a presque doublé avec plus de 3 ménages sur 10.
- En grisé, la proportion de personnes qui ne se sont pas prononcées. En 2013, cette proportion était de 2,9%. Les répondants ont peut-être eu plus de difficultés à apprécier cette caractéristique du produit.

Base : répondants 2013 (produits nettoyants, n=742) et 2014 (n=685).

Achat : jeux et jouets sans piles

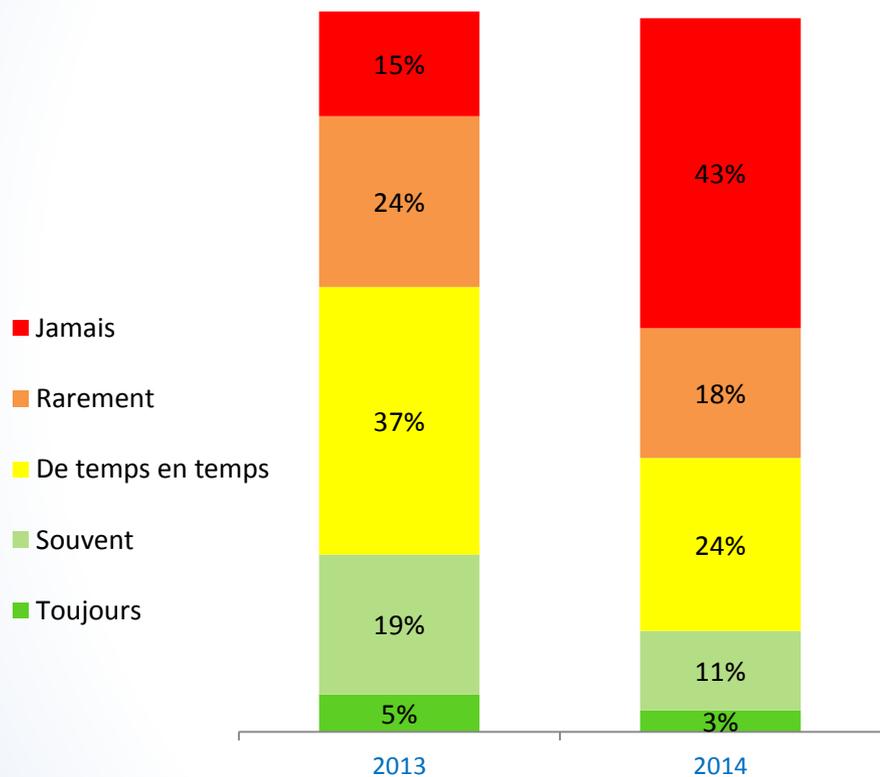


Au cours des 12 derniers mois avez-vous acheté des jeux et jouets sans piles ?

- L'achat de jeux et jouets sans piles, en 2013, concerne près de 3 ménages wallons sur dix (« souvent » ou « toujours »). En 2014 ils sont 5 sur 10.
- En 2013, ce sont les ménages de 3 personnes (36,5%) et de 4 personnes et plus (37,7%) qui sont plus enclins à acheter « souvent » ou « toujours » ce type de jouets. En 2014, ce sont davantage les 30-39 ans (57% « souvent ») et les groupes sociaux moyens (52,1% « souvent »).

Base : répondants 2013 jeux et jouets (n=379) et 2014 (n=387).

Achat : meubles ou objets de seconde main

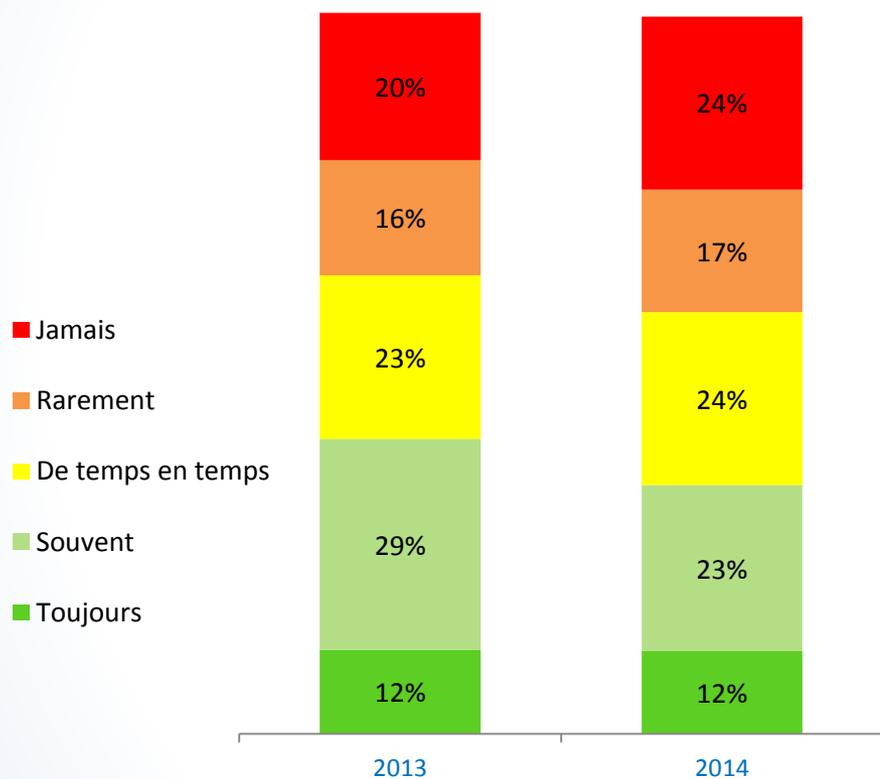


Au cours des 12 derniers mois avez-vous acheté des meubles, des objets de seconde main ou d'occasion plutôt que neufs ?

- L'achat de meubles ou objets de seconde main ou d'occasion, en 2013, concerne plus de 2 Wallons sur dix (« souvent » ou « toujours »). En 2014, il y a une légère baisse avec un peu plus d'1 Wallon sur 10.
- Par contre il y a une forte augmentation des ménages wallons qui n'achètent jamais de meubles ou objets de seconde main en 2014, avec plus de 4 ménages sur 10 contre à peine plus de 1 sur 10 en 2013.

Base : répondants 2013 (meubles ou objets de seconde main ou d'occasion, n=501) et 2014 (n=355)

Achat : boissons dans des bouteilles consignées

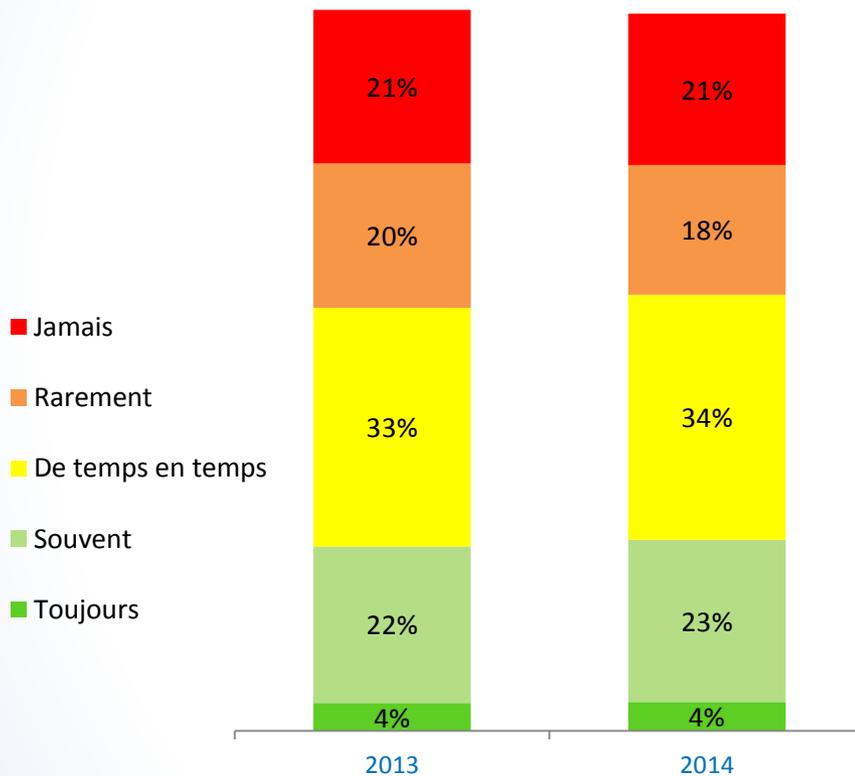


Au cours des 12 derniers mois avez-vous acheté des boissons dans des bouteilles consignées ?

- L'achat de boissons dans des bouteilles consignées, en 2013, concerne plus de 4 ménages wallons sur dix (« souvent » ou « toujours »). En 2014 ce chiffre se tasse à un peu plus de 3 sur 10.
- En 2013, ce sont les consommateurs wallons des zones périurbaines qui sont davantage enclins à acheter des boissons dans des bouteilles consignées (48,6% « souvent » ou « toujours »). En 2014, il n'y a pas de différence significative entre les zones urbaines, par contre ce sont les 18-29 ans qui sont plus nombreux à faire ce choix (16,7% « toujours »).

Base : répondants 2013 (n=782) et 2014 (n=715)

Achat : produits alimentaires en vente rapide



Au cours des 12 derniers mois avez-vous acheté des produits alimentaires dont le prix est diminué pour vente rapide ?

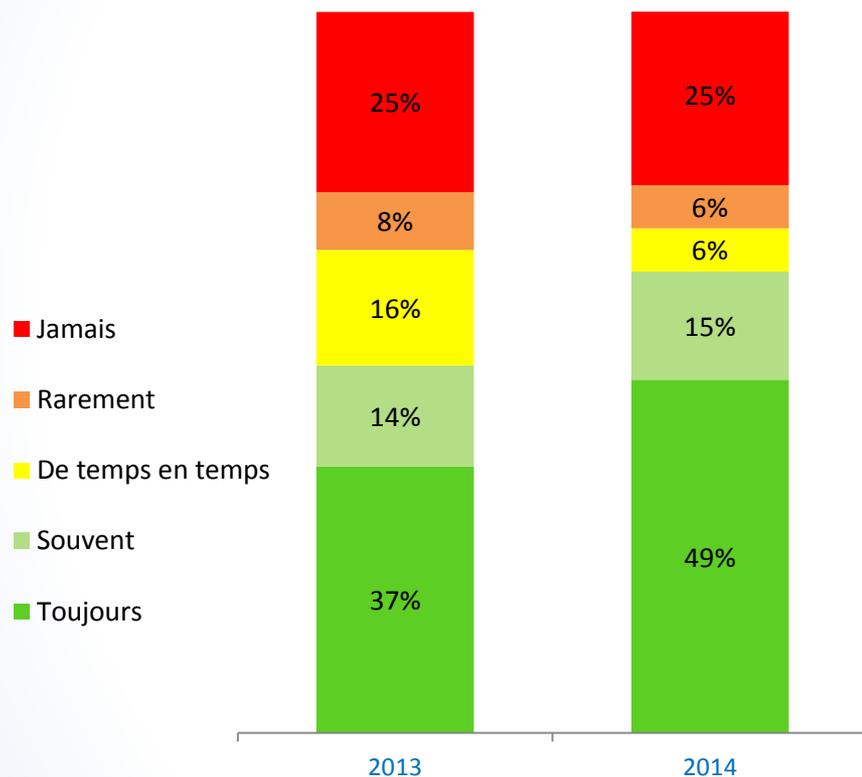
- L'achat de produits alimentaires dont le prix est diminué pour vente rapide, en 2013, concerne un peu plus de 2 ménages wallons sur 10 (« souvent » ou « toujours »). En 2014, ce chiffre est identique.
- En 2014, l'achat en vente rapide concerne plus souvent les groupes sociaux aisés (39% « souvent » ou « toujours »). En 2014, il n'y a pas de différence significative entre les groupes sociaux. Mais il existe des différences pour les personnes de 18-29 (31,5% « souvent ») et 40-49 ans (24,5% « souvent »).

Base : répondants 2013 (vente rapide, n=784) et 2014 (n=715)

Partie 3 : Compostage

- Bien qu'il ne s'agisse pas d'un acte de prévention, le compostage des déchets organiques ménagers à domicile contribue à réduire les flux de déchets qui doivent être collectés et traités par la collectivité.
- De plus, le compostage permet de valoriser utilement les déchets organiques (cf. l'échelle de Moerman).
- Nous nous sommes concentré sur les déchets de jardin. La question du compostage n'a été donc été posée qu'aux propriétaires de jardin.

Déchets de jardin

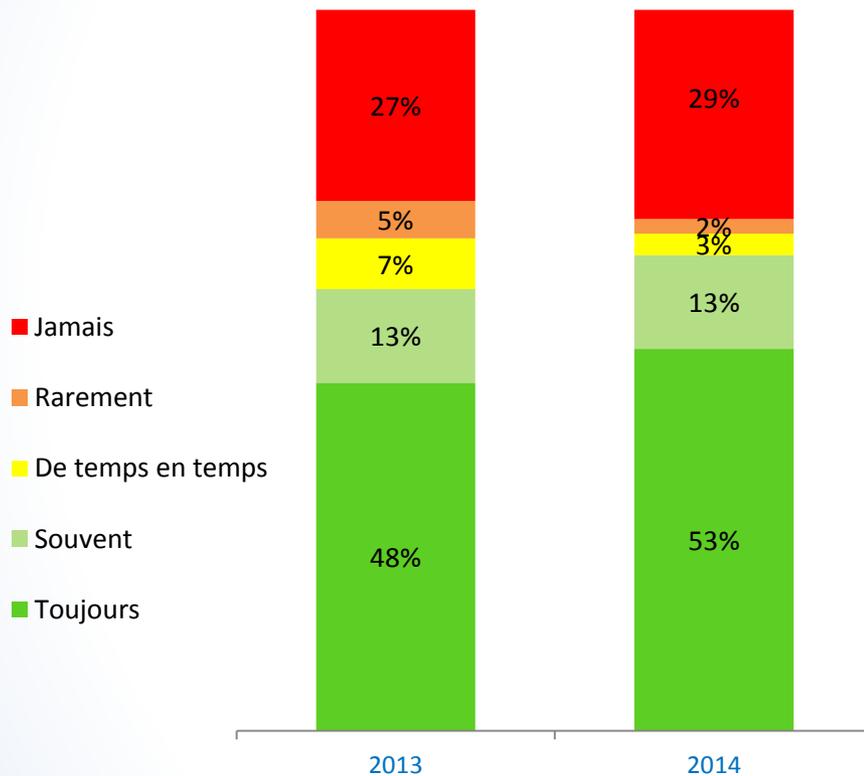


Au cours des 12 derniers mois avez-vous porté des déchets de jardin au parc à conteneurs ?

- En 2013, 1 propriétaires de jardin sur 2 a porté ses déchets de jardin au parc à conteneurs. En 2014 ils sont plus nombreux, avec plus de 6 répondants sur 10.
- Ce comportement se rencontre davantage chez les répondants des zones urbaines (54,9% « toujours » ou « souvent »). En 2014, la situation géographique n'a pas d'influence. Par contre, ce sont les moins de 30 ans et les 50-64 ans qui sont plus nombreux à porter leurs déchets de jardin dans les conteneurs (respectivement 72,7% et 66,7%).

Base : répondants 2013 (jardin, n=440) et 2014 (n=587).

Compost



Au cours des 12 derniers mois avez-vous composté les déchets de jardin ?

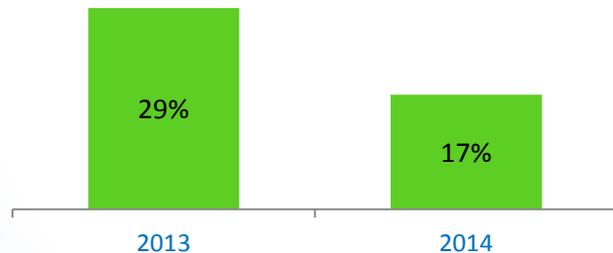
- En 2013, 6 propriétaires de jardin sur dix ont composté leurs déchets de jardin. En 2014, la tendance a légèrement augmenté.
- En 2013, les 60 et + sont plus nombreux à composter (75% répondent « souvent » ou « toujours »). En 2014, ce sont les 30-39 ans (72,6%) qui pratiquent davantage le compost.

Base : répondants 2013 (jardin, n=440) et 2014 (n=584).

Partie 4 : Information et publicité

- Cette partie est consacrée aux attitudes et perceptions du consommateur par rapport à la publicité. Elle porte notamment sur la connaissance de l'autocollant « stop pub » et de la liste Robinson.
- Les publicités toutes boîtes engendrent énormément de déchets qui peuvent être facilement évités par le consommateur grâce à l'apposition de l'autocollant « stop pub ».
- De même, l'inscription sur la liste Robinson permet de ne plus recevoir de sollicitations commerciales.

Apposition de l'autocollant anti-pub

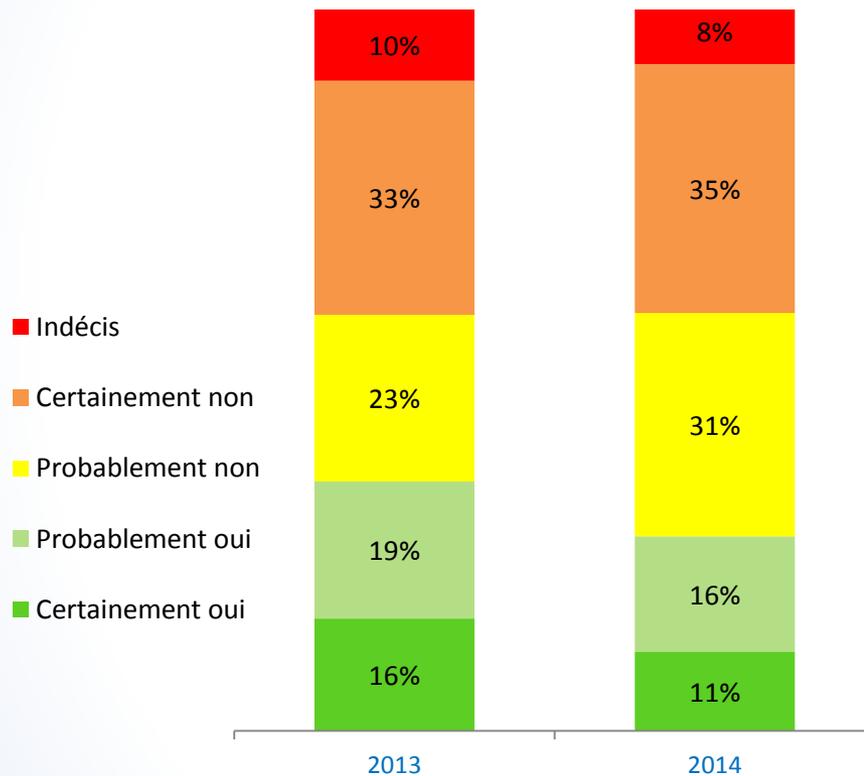


Apposition de l'autocollant anti-pub chez les Wallons qui le connaissent

- En 2013, 29% des Wallons ont apposé cet autocollant. En 2014, ils sont moins nombreux à avoir apposé un tel autocollant avec 17% des Wallons.
- Les groupes sociaux aisés et les urbains (resp. 30,5% et 20,4%) sont plus nombreux que la moyenne à avoir apposé cet autocollant.

Base : répondants 2013 (n=790) et 2014(n=626)

Autocollant pour refuser la publicité toute boîte

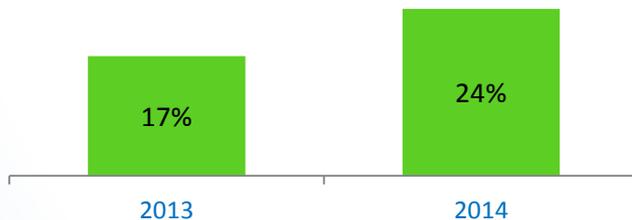


Dans l'avenir avez-vous l'intention d'apposer un tel autocollant sur votre boîte aux lettres ?

- En 2013, plus de 3 Wallons sur 10 ont l'intention dans l'avenir d'apposer l'autocollant pour refuser la publicité toute boîte sur leur boîte aux lettres. En 2014, une légère diminution est apparue avec à peine plus d'1 Wallon sur 4 qui a l'intention d'apposer un tel autocollant.
- Ce sont les 50-64 ans et les plus de 65 ans qui sont les plus nombreux à refuser de faire le pas (resp. 39% et 41% à déclarer « certainement non »).

Base : répondants 2013 (qui connaissent l'autocollant, n=400) et 2014 (n=523)

Liste Robinson

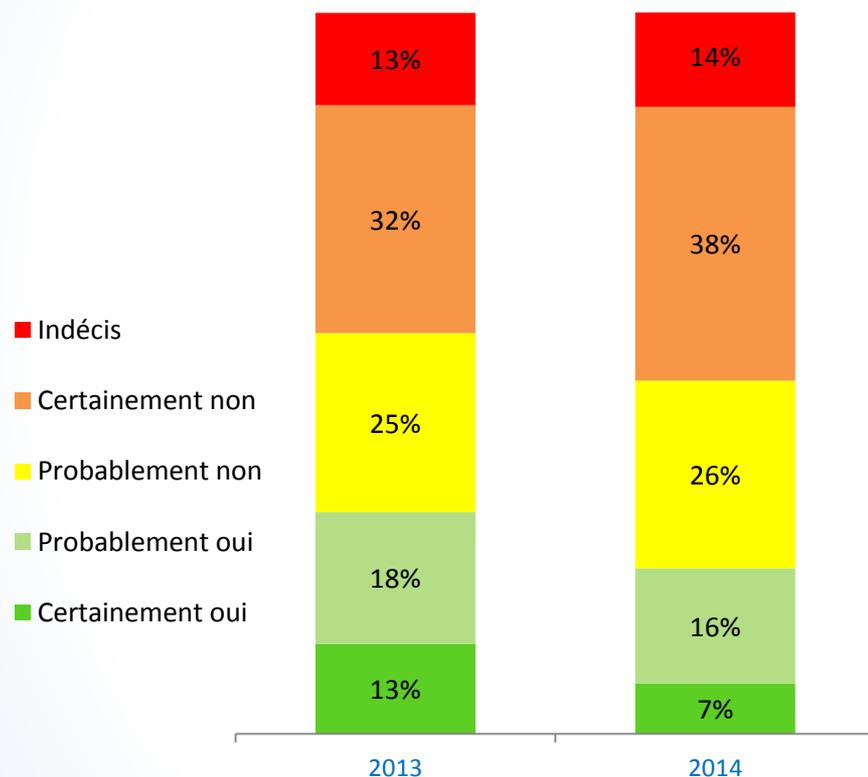


Connaissance de la liste Robinson

- En 2013, près de 2 Wallons sur 10 connaissent la liste Robinson. En 2014, le rapport est passé à 1 sur 4.

Base : répondants 2013 (n=790) et 2014 (n=715)

Liste Robinson



Dans l'avenir avez-vous l'intention de vous inscrire sur une telle liste ?

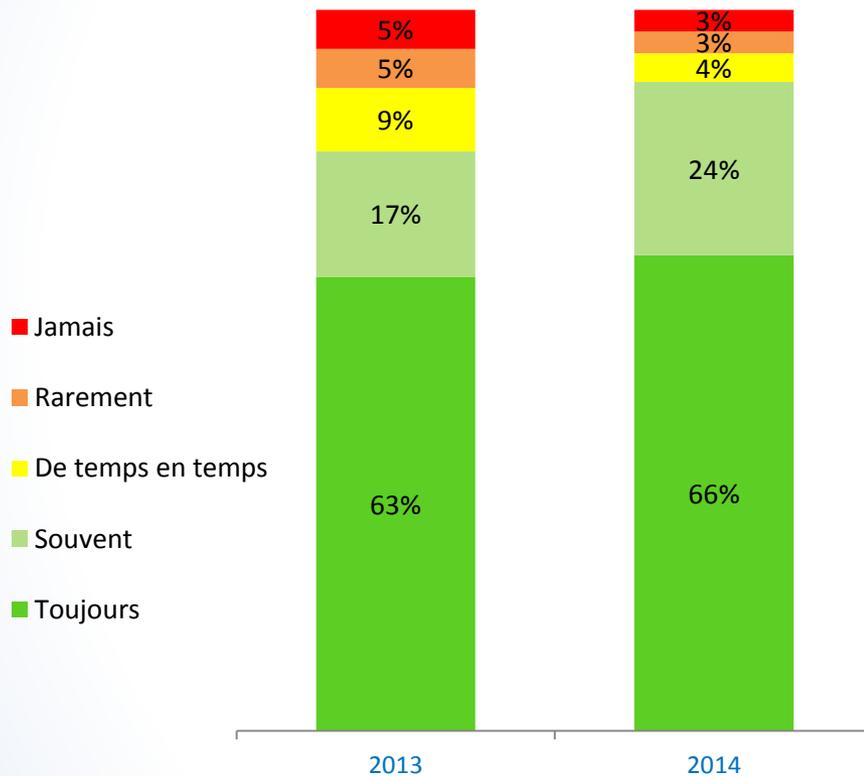
- En 2013, parmi ceux qui connaissent la liste Robinson, ils sont plus de 3 sur 10 à avoir l'intention dans l'avenir de s'y inscrire. En 2014, ils ne sont plus que 2 sur 10.
- En 2013, ce sont les trentenaires qui sont les plus intéressés (35,3% répondent « certainement oui »). En 2014, il n'y a aucune différence significative, que ce soit pour la zone géographique, la taille du ménage ou le groupe socioéconomique. Seuls les 18-29 sont largement plus nombreux (40,4%) à déclarer que, « probablement », ils s'inscriront sur la liste.

Base : répondants 2013 qui connaissent la liste Robinson mais n'y sont pas encore inscrits (n=106) et 2014 (n=156)

Partie 5 : Gaspillage alimentaire

- Cette partie s'intéresse aux comportements des consommateurs engendrant du gaspillage alimentaire : gestion des restes de repas, dates limites de consommation...
- Une question a été adaptée en 2014 et apparaît donc pour la première fois ici. Il s'agit de la fréquence de mise en déchets, d'une part des aliments dont l'emballage *est resté fermé*, et d'autre part les aliments dont l'emballage *a été ouvert*.
- En fin de chapitre, nous nous intéressons à la manière dont les déchets alimentaires sont jetés (compost, animaux...).

Utilisation de l'information date de consommation

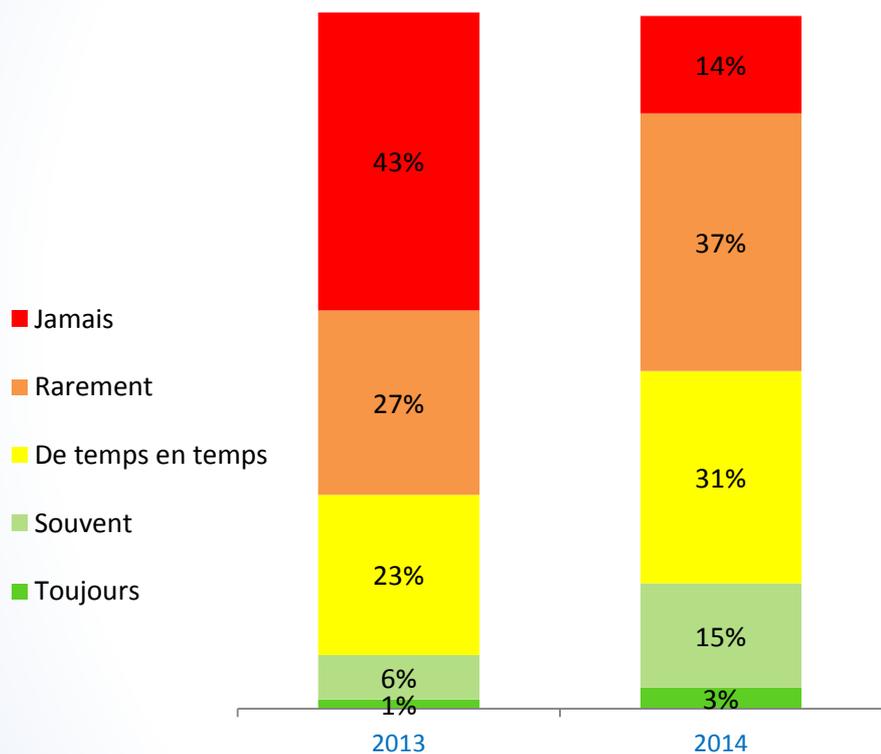


Quand j'achète des denrées alimentaires, je fais attention à la date de consommation

- En 2013, 8 ménages wallons sur 10 déclarent faire « souvent » ou « toujours » à la date de consommation. En 2014, on passe à 9 ménages sur 10.
- En 2013, cela concerne plus souvent les groupes sociaux modestes (83% « souvent » ou « toujours »), les femmes (83%), les habitants des zones urbaines (83,6%) et périurbaine (79,1%). En 2014, ce sont les trentenaires (97%) et les urbains (93,2%) qui sont les plus attentifs. Par contre, les moins de trente ans sont 14,9% à déclarer ne « jamais » ou « rarement » faire attention à cette date.

Base : répondants 2013 (n=789) et 2014 (n=713).

Les restes de nourriture

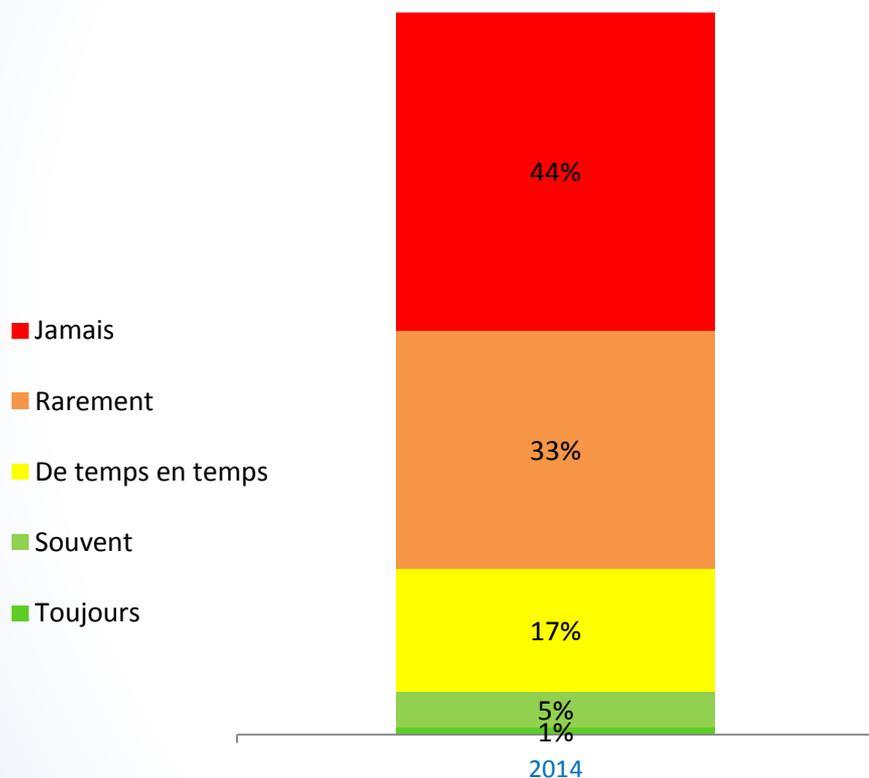


Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé de jeter des restes de repas ?

- En 2013, 7% des Wallons ont jeté des restes de repas (« souvent » ou « toujours »). En 2014, ils sont plus nombreux, avec 18% des ménages qui ont jetés leur restes de repas (« souvent » et « toujours »)
- En 2013, ce sont les plus de 60 ans à être plus nombreux que la moyenne à jeter « rarement » ou « jamais » (81,7%) les restes de repas. En 2014, la même tendance se vérifie (73,6% « jamais » ou « rarement »). Les habitants des zones périurbaines, quant à eux, sont 4,9% à déclarer jeter « toujours » des restes de repas.

Base : répondants 2013 (n=789) et 2014 (n=715).

Les restes de nourriture

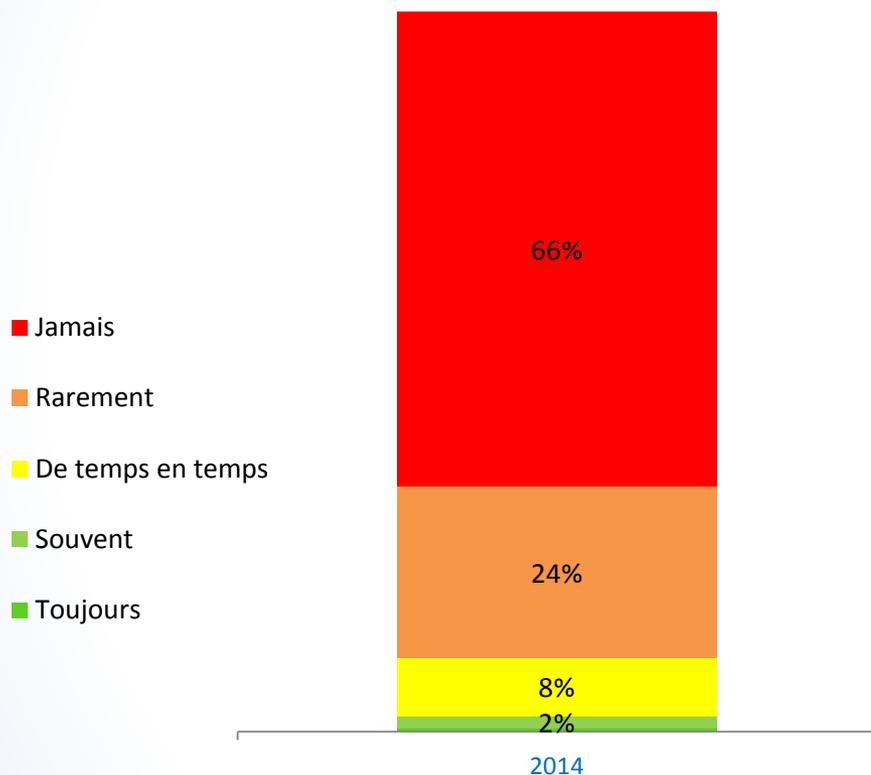


Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé de jeter des aliments dont l'emballage est ouvert ?

- En 2014, 6% des Wallons ont jeté des aliments encore emballés (« souvent » ou « toujours »).
- Les consommateurs wallons âgés de 65 ans et plus (71%), ainsi que les ménages wallons isolés (58%) et les groupes sociaux modestes (49,2%), sont plus nombreux que la moyenne à ne « jamais » jeter des aliments dont l'emballage est ouvert.

Base : répondants 2014 (n=715).

Les restes de nourriture

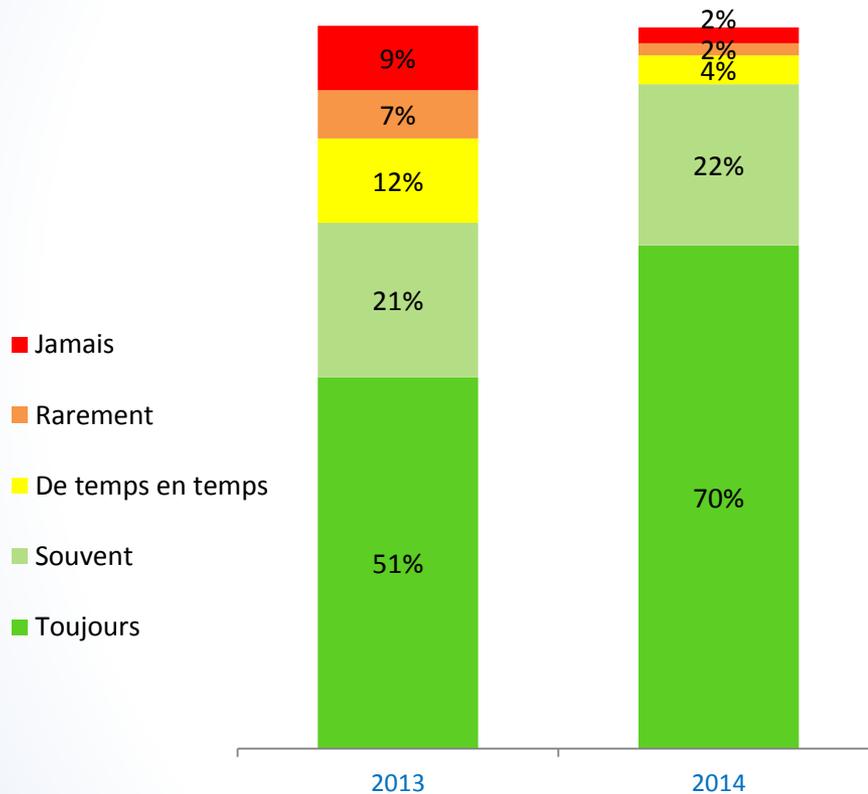


Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé de jeter des aliments dont l'emballage est resté fermé ?

- En 2014, 2,3% des Wallons ont jeté des aliments encore emballés (« souvent » ou « toujours »).
- Les consommateurs wallons âgés de 65 ans et plus (82,7%), ainsi que les ménages wallons isolés (87,4%) ou de deux personnes (82%) et les groupes sociaux modestes (68,4%), sont plus nombreux que la moyenne à ne « jamais » jeter des aliments dont l'emballage est ouvert.

Base : répondants 2014 (n=715).

Aliments les plus vite périmés

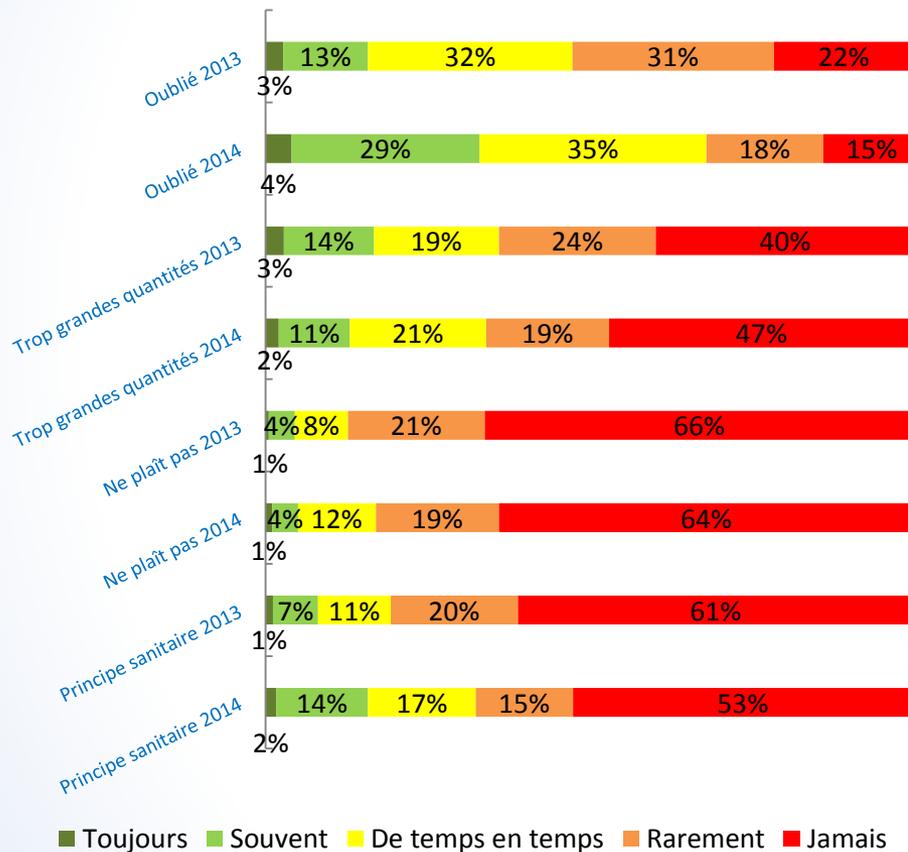


Au cours des 12 derniers mois, avez-vous consommé d'abord les aliments qui seront le plus vite périmés ?

- En 2013, plus de 7 consommateurs wallons sur dix ont consommé d'abord les aliments qui seront le plus vite périmés (« souvent » ou « toujours »). En 2014, ils sont plus de 9 consommateurs wallons sur 10 à avoir ce comportement.
- En 2013, 76% des ménages de 2 personnes répondent « souvent » ou « toujours », tandis que 16% des urbains répondent « jamais ».
- En 2014, ce sont les femmes (94,5% « souvent » et « toujours ») et les 50-64 ans (95,4% « souvent » et « toujours ») qui sont plus nombreux que la moyenne à déclarer consommer en priorité les aliments proches de leur péremption.

Base : répondants 2013 (n=777) et 2014 (n=709).

Les restes de nourriture

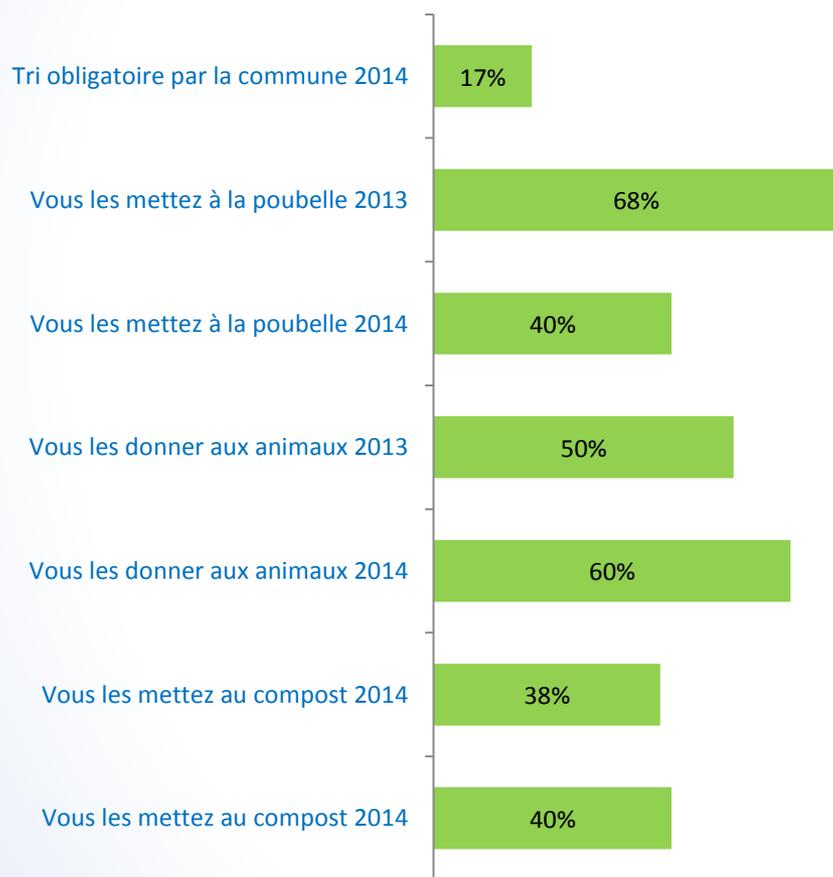


Pourquoi vous arrive-t-il de jeter des restes de nourriture ?

- En 2013, 17% des Wallons ont jeté des restes de nourriture (« souvent » ou « toujours ») car ils ont « acheté en trop grandes quantités », et 16% car ils ont « oublié de consommer l'aliment ». En 2014, la principale raison est l'oubli (33% « souvent » et « toujours »)
- En 2013, 8% des Wallons ont jeté des restes « par principe ou crainte sanitaire », et 5 % car l'aliment ne plaisait pas à un membre du ménage. En 2014, ils sont 16% à avoir jeté des aliments par crainte sanitaire mais ils sont toujours 5% à avoir jeté l'aliment car il ne plaisait pas à un membre de la famille.
- Les 18-29 ans sont plus nombreux (22%) à déclarer jeter « souvent ou toujours » des aliments car ils en ont acheté de trop grandes quantités, à l'inverse des plus de 65 ans qui sont 68,5% à déclarer ne « jamais » le faire.
- **NOTA : durant une partie de l'enquête, l'option « oublié de consommer » n'était pas visible dans l'écran d'encodage. L'erreur a été corrigée mais l'avis de 124 répondants seulement a pu être recueilli.**

Base : répondants 2013 (n=455 à 458) et 2014 (n=624 à 626, « oublié » : n=124).

Les restes de nourriture

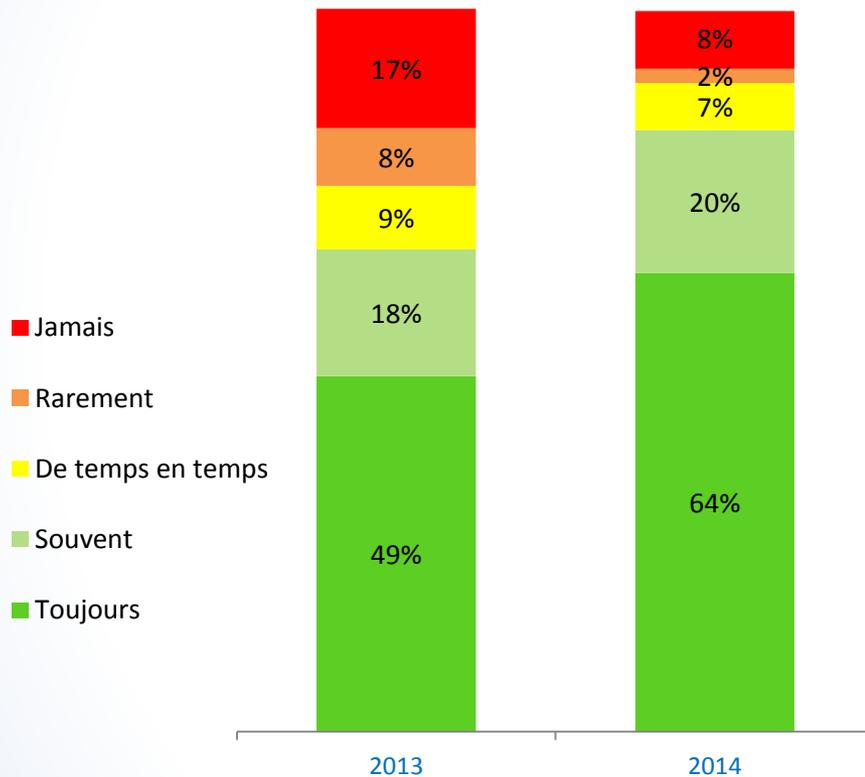


Que faites vous des aliments dont vous voulez vous débarrasser ?

- En 2013, près de 7 Wallons sur 10 ont jeté des restes de nourriture (« souvent » ou « toujours ») à la poubelle. En 2014, il ne sont plus que 4 sur 10.
- En 2013, 1 Wallon sur 2 a donné des restes aux animaux (plus souvent les hommes (56%) et les habitants des communes rurales (77,1%)). En 2014, ils sont 6 sur 10. Les groupes sociaux modestes (63,1%), les habitants des communes rurales (72,6%) et les ménages de 3 personnes (68,7%) ou plus (62,3%) sont plus nombreux à déclarer agir ainsi.
- En 2013, près de 4 Wallons sur 10 mettent leur reste de repas au compost. Ce sont plus souvent les hommes (44%) ainsi que les habitants des communes rurales (62,5%) qui ont ce comportement. En 2014, il n'y a pas eu d'évolution notable.
- En 2014, l'option « tri obligatoire par la commune » a été ajoutée. Plus d'1 Wallon sur 10 a pratiqué ce tri obligatoire. Ils sont plus nombreux dans les groupes sociaux supérieurs (29,1%) et les moins de 50ans (18-29 : 25,1% ; 30-39 ans : 22,9% ; 40-49 : 21,6%).

Base : répondants 2013 (n=790) et 2014 (n=630).

Liste d'achat



Au cours des 12 derniers mois, avez-vous établi une liste de courses alimentaires à effectuer ?

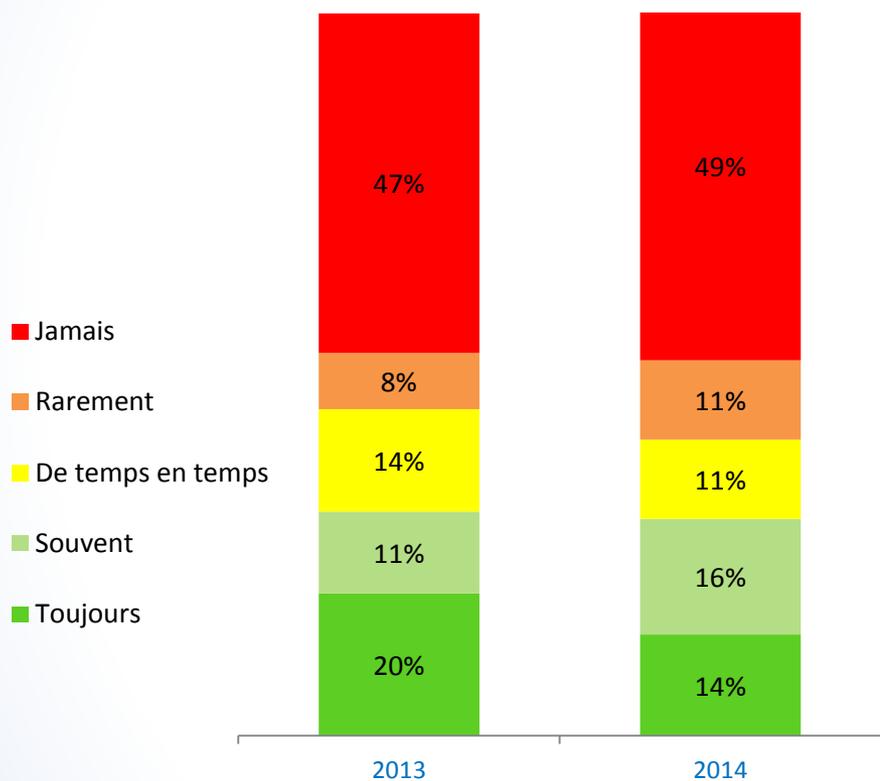
- En 2013, plus de 6 consommateurs wallons sur dix ont établi (« souvent » ou « toujours ») une liste de courses alimentaires à effectuer avant d'aller faire leurs achats. En 2014, ils étaient un peu plus de 8 sur 10.
- En 2013, ce sont davantage les femmes (71% « toujours » ou « souvent ») qui utilisent une liste de courses. En 2014, ce sont les plus de 65 ans qui dominent : ils 72,4% à déclarer « toujours » le faire.

Base : répondants 2013 (n=780) et 2014 (n=709).

Partie 6 : Consommation de papier

- Nous nous intéressons ici aux habitudes des consommateurs qui engendrent du gaspillage de papier, ou au contraire le diminuent.
- Cela passe tant par la dématérialisation (documents électroniques) que par l'utilisation de feuilles de brouillon ou l'impression en recto-verso.

Facture électronique

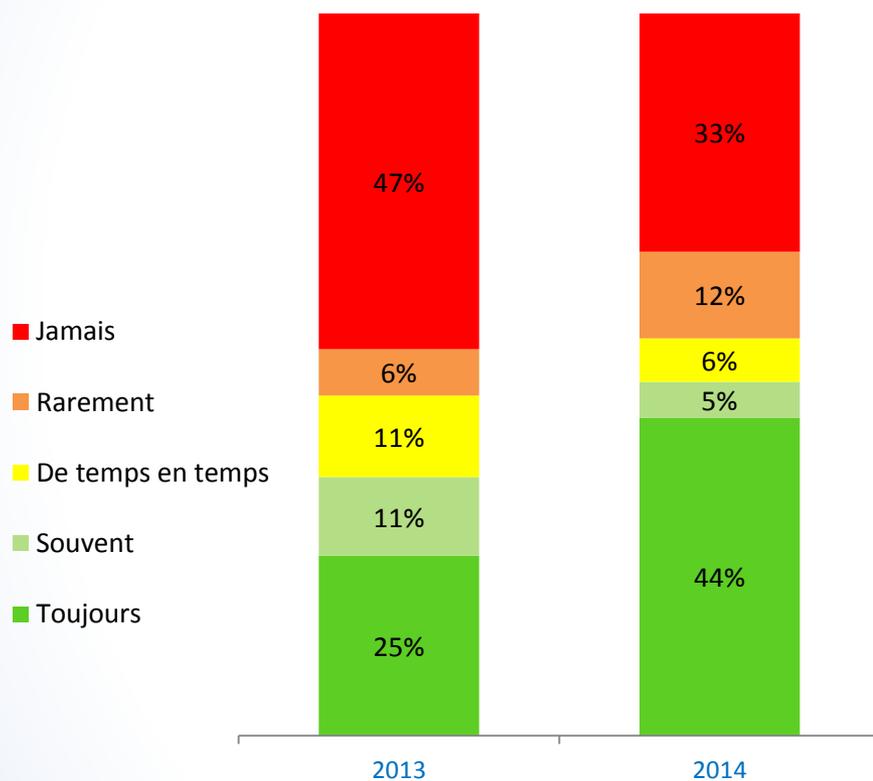


Au cours des 12 derniers mois, avez-vous demandé une facture électronique plutôt qu'une facture en papier ?

- En 2013, 3 consommateurs wallons sur 10 ont demandé une facture électronique plutôt qu'une facture en papier (souvent ou toujours). En 2014, cette proportion est restée identique.
- En 2013, ce sont davantage les consommateurs âgés de 50-59 ans (41% « toujours » ou « souvent ») qui ont demandé une version électronique. En 2014, les hommes (36,9% « souvent » et « toujours ») sont plus nombreux à demander une version électronique. Par contre, les plus de 65 ans, les personnes isolées et les groupes sociaux modestes évitent largement cette pratique (resp. 83,7%, 73% et 62,7% ne demandent « jamais » ou « rarement » cette option).

Base : répondants 2013 (n=776) et 2014 (n=657).

Extraits de compte

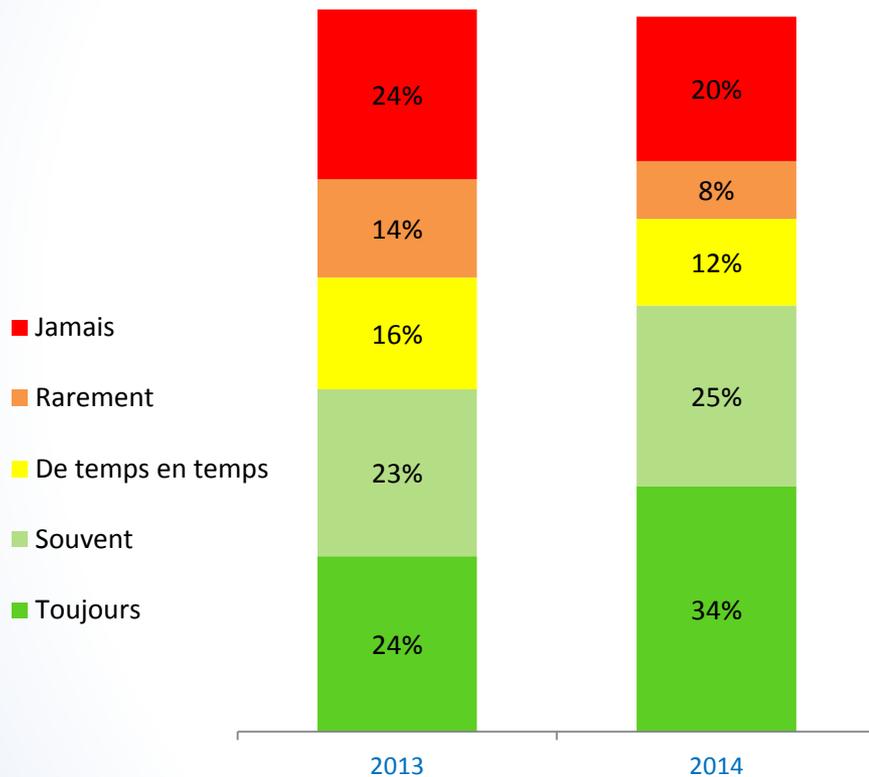


Au cours des 12 derniers mois, avez-vous demandé les extraits de compte sous format électronique ?

- En 2013, plus de 3 consommateurs wallons sur dix ont demandé les extraits de compte sous format électronique (souvent ou toujours). En 2014, ils sont près d'un consommateur wallon sur deux à adopter ce comportement.
- En 2013, ce sont davantage les ménages de trois personnes (49,3% toujours ou souvent) qui en font la demande.
- En 2013, les 60 ans et + sont moins nombreux (62% répondent « jamais »).
- En 2014, il s'agit essentiellement des hommes (55,2% « souvent » et « toujours »), 18-29 ans (60,2% « souvent » et « toujours »), des ménages de 3 personnes (53,4% souvent et toujours) et des ménages de 4 personnes et plus (50,3% souvent et toujours). Par contre, les plus de 65 ans, les personnes isolées et les groupes sociaux modestes évitent largement cette pratique (resp. 69,3%, 61,5% et 48,5% ne demandent « jamais » ou « rarement » cette option).

Base : répondants 2013 (n=782) et 2014 (n=667).

Impression recto-verso

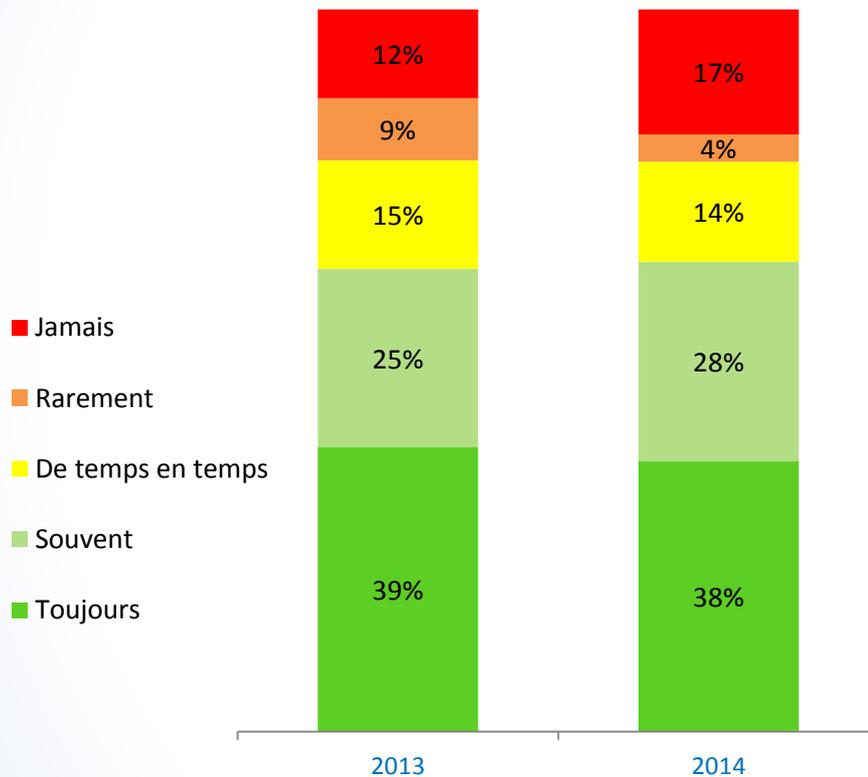


Au cours des 12 derniers mois, avez-vous imprimé les documents en recto-verso plutôt que sur une seule face ?

- En 2013, près d'un consommateur wallon sur deux a imprimé en recto-verso plutôt que sur une seule face (souvent ou toujours). En 2014, ils sont près de 6 consommateurs wallons sur 10 à avoir ce comportement.
- En 2013, les isolés sont moins nombreux à appliquer cette économie (49% répondent « jamais »). En 2014, ce sont les 65 ans et plus qui sont moins enclins à avoir ce comportement (45,9% « jamais »), contrairement aux trentenaires (69,7% « souvent » ou « toujours »).

Base : répondants 2013 (n=723) et 2014 (n=633).

Verso



Au cours des 12 derniers mois, avez-vous réutilisé le verso des papiers imprimés ?

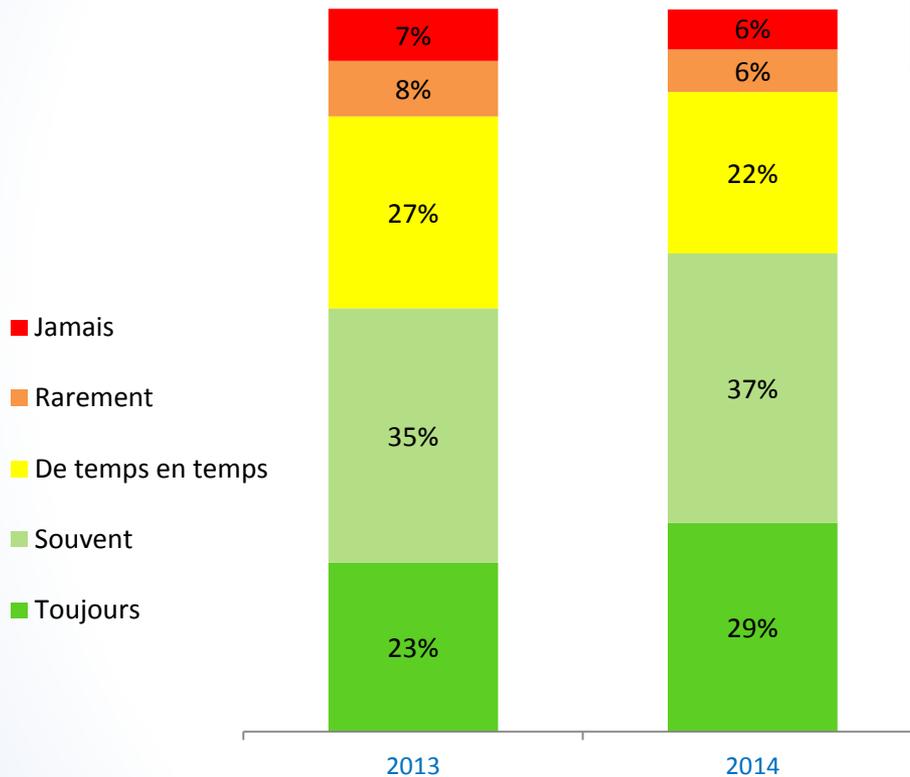
- En 2013 comme en 2014, environ 2 consommateurs wallons sur 3 ont réutilisé le verso des papiers imprimés (« souvent » ou « toujours »).
- En 2013, les ménages de 2 personnes étaient plus nombreuses à réutiliser le verso des feuilles (71% répondent « souvent » ou « toujours »). En 2014, ce sont les ménages de 4 personnes qui dominent (71,2% « souvent » ou « toujours »), ainsi que les trentenaires (77,7%) et les habitants des zones rurales (73,1%)

Base : répondants 2013 (n=758) et 2014 (n=699).

Partie 7 : Réutilisation des objets

- Ce chapitre s'intéresse à toutes les pratiques de réutilisation des objets : réparations, reventes, dons...
- Prolonger la vie des objets permet de retarder la mise en déchets. De plus, de nombreux circuits (économie sociale, etc.) sont basés sur la seconde main.

Dons

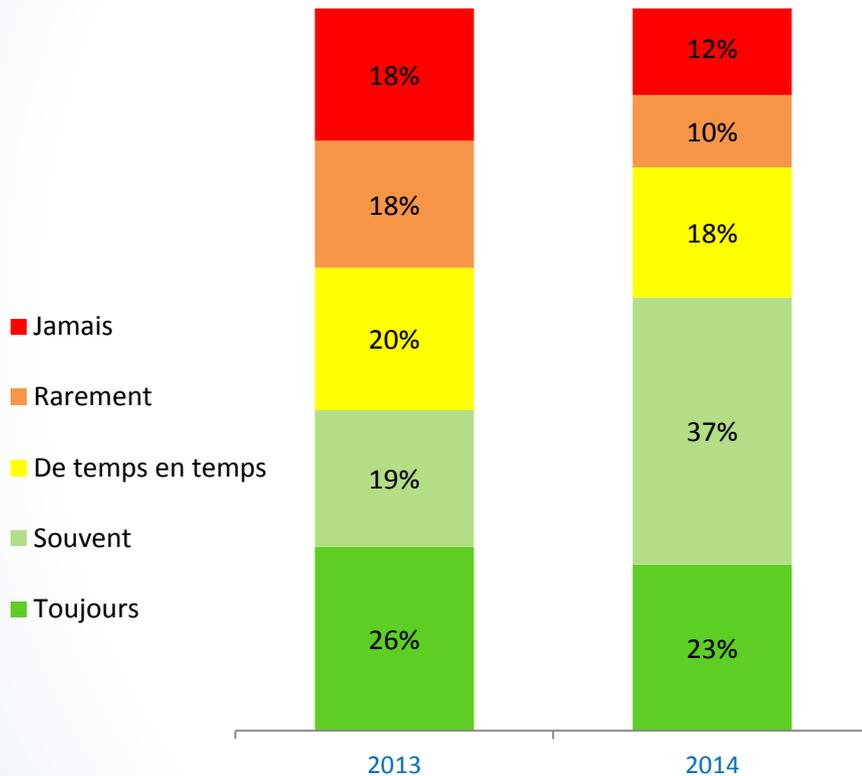


Au cours des 12 derniers mois, avez-vous donné des objets dont on ne se sert plus à des associations, à des proches ou à d'autres personnes ?

- En 2013, un peu plus de 1 consommateur wallon sur 2 a donné des objets dont ils ne se servaient plus (« souvent » ou « toujours »). En 2014, cette proportion a légèrement augmenté.
- En 2013, c'était davantage les consommateurs des zones urbaines (61% « toujours » ou « souvent ») et périurbaines (58% « toujours » ou « souvent ») qui avaient ce comportement. En 2014, ce sont les personnes de plus de 40 ans qui ont ce comportement (40-49 ans : 31,6% « toujours » ; 50-64 ans : 31% « toujours » et 65 ans et plus : 34,3% « toujours »).

Base : répondants 2013 (n=786) et 2014 (n=712).

Réparer

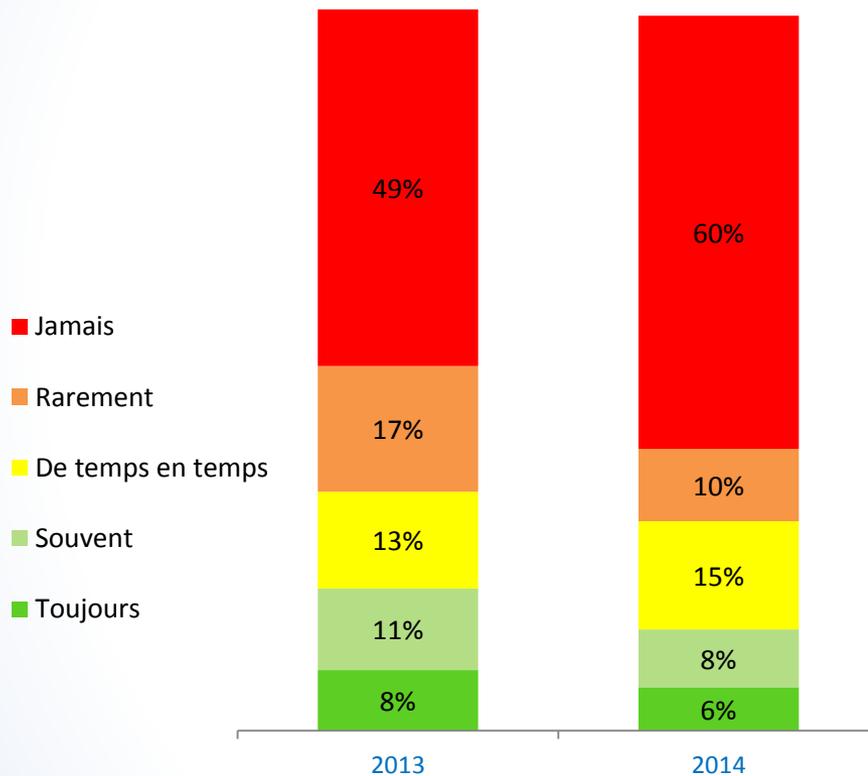


Au cours des 12 derniers mois, avez-vous fait réparer vos appareils électroménagers, hi-fi, et informatiques plutôt que d'en racheter des neufs ?

- En 2013, plus de 4 consommateurs wallons sur 10 ont fait réparer leurs appareils plutôt que d'en racheter des neufs (« souvent » ou « toujours »). En 2014, ils sont plus nombreux à faire réparer leurs électros avec 6 consommateurs wallons sur 10 qui le font « souvent » ou « toujours ».
- En 2013, les personnes de 60 et + sont moins nombreuses à choisir la réparation (42% répondent « jamais » ou « rarement »). En 2014, ce sont les habitants des zones rurales qui sont plus nombreux (69% « souvent » ou « toujours ») que la moyenne à faire réparer leurs appareils.

Base : répondants 2013 (n=777) et 2014 (n=703).

Louer

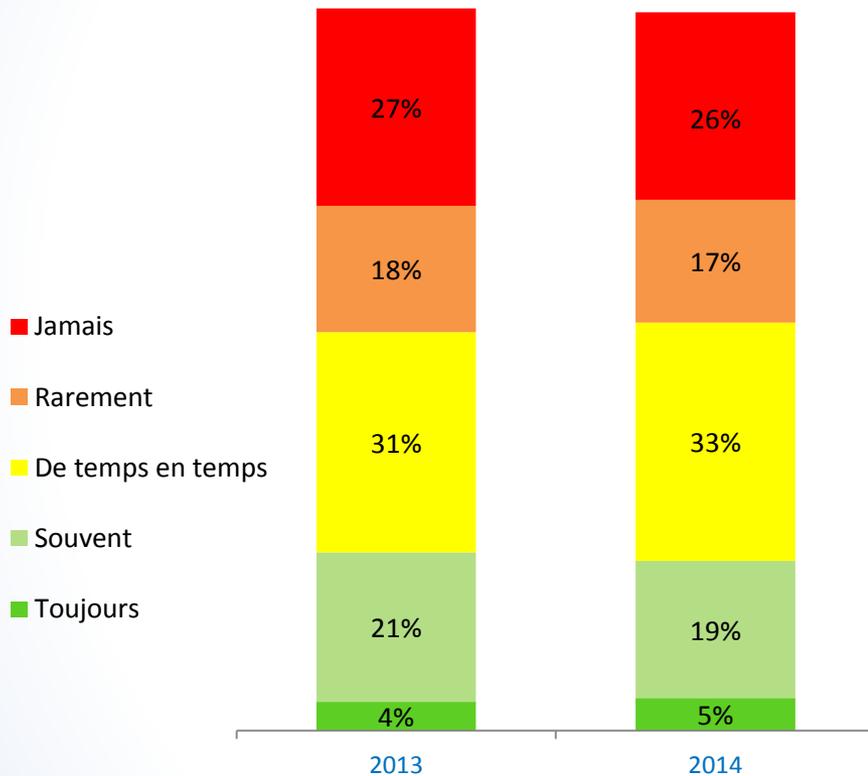


Au cours des 12 derniers mois, avez-vous loué de gros appareils de bricolage ou de jardinage plutôt que de les acheter ?

- En 2013, près de 2 consommateurs wallons sur 10 ont loué leurs gros appareils de bricolage (« souvent » ou « toujours »). En 2014, ils sont à peine plus de 1 sur 10 à avoir ce comportement (« souvent » ou « toujours »).
- En 2013, c'était les groupes sociaux aisés (34,2% « toujours » ou « souvent ») qui étaient plus enclins à louer de gros appareils de bricolage ou jardinage. En 2014, les plus de 65 ans, les ruraux et les personnes isolées sont plus nombreuses à ne « jamais » avoir recours à la location (resp. 68,7%, 70% et 63,4%). Quant aux groupes sociaux aisés, ils sont 29,4% à déclarer le faire « de temps en temps ».

Base : répondants 2013 (n=756) et 2014 (n=668).

Cadeaux immatériels

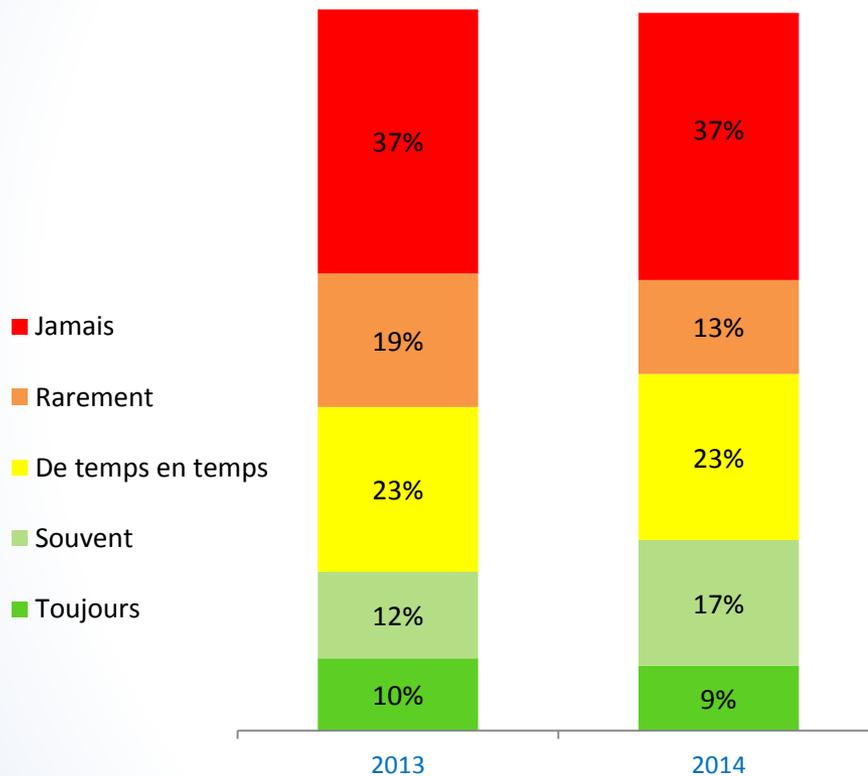


Au cours des 12 derniers mois, avez-vous offert des cadeaux sous forme d'expérience (spectacles, restaurants, soins) plutôt que des cadeaux matériels ?

- En 2013 comme en 2014, plus de 2 consommateurs wallons sur 10 ont offert des cadeaux sous forme d'expérience (spectacles, restaurants, soins) plutôt que des cadeaux matériels (« souvent » ou « toujours »).
- En 2013, c'était les consommateurs périurbains (31% « toujours » ou « souvent ») qui étaient plus enclins à adopter ce comportement. En 2014, les quinquagénaires et les plus de 65 ans sont plus nombreux que la moyenne à déclarer ne « jamais », ou « rarement », le faire (resp. 46% et 55,5%).

Base : répondants 2013 (n=788) et 2014 (n=705).

Revente



Au cours des 12 derniers mois, avez-vous vendu des objets dont vous ne vous serviez plus dans des magasins de troc, des brocantes, sur Internet, etc. ?

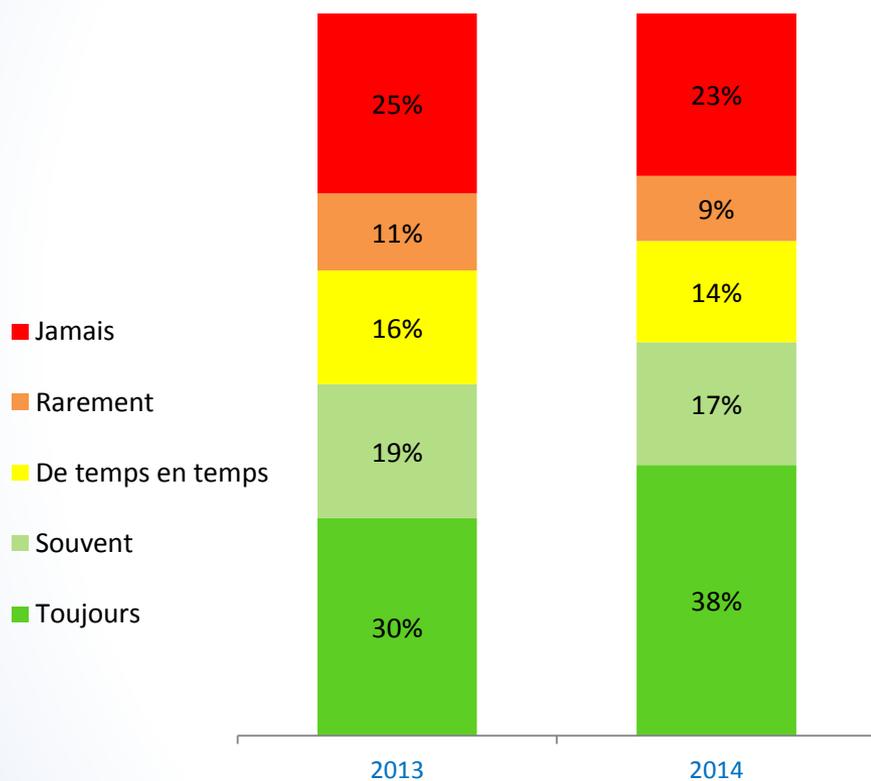
- En 2013, 2 consommateurs wallons sur 10 ont vendu des objets dont ils ne se servaient plus dans des magasins de troc, des brocantes, sur internet, etc. (« souvent » ou « toujours »). En 2014, la tendance s'est légèrement accentuée.
- En 2013, c'étaient les consommateurs des groupes sociaux moyens (30% « toujours » ou « souvent ») qui étaient plus enclins à pratiquer la revente. En 2014, ce sont surtout les 18-29 ans (42,2% « souvent » ou « toujours »), les 40-49 ans (36,8%) et les ménages de 3 personnes (35,7%) et 4 personnes ou plus (36,5%) qui recourent à la revente.

Base : répondants 2013 (n=785) et 2014 (n=711).

Partie 8 : les emballages

- Nous étudions ici le comportement des consommateurs vis-à-vis du suremballage et de ses alternatives : la consommation d'eau du robinet, les boîtes à tartines, les gourdes et les sacs réutilisables...

Eau du robinet

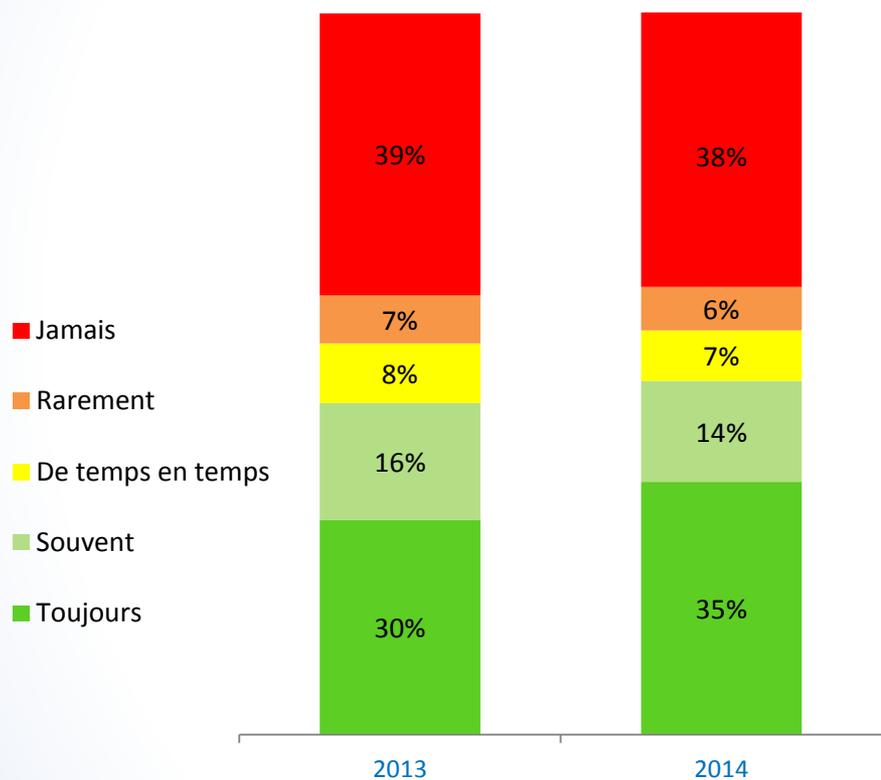


Au cours des 12 derniers mois, avez-vous bu de l'eau du robinet plutôt qu'en bouteille ?

- En 2013, près de 5 consommateurs wallons sur 10 ont bu de l'eau du robinet plutôt qu'en bouteille (« souvent » ou « toujours »). En 2014, ils sont un peu plus d'un sur deux à avoir ce comportement.
- En 2013, c'était les consommatrices (71% « toujours » ou « souvent ») qui étaient plus enclines à adopter ce comportement. En 2014, les groupes sociaux modestes ont moins tendance à boire de l'eau du robinet (25,4% « jamais »).

Base : répondants 2013 (n=785) et 2014 (n=711).

Boîte à tartines

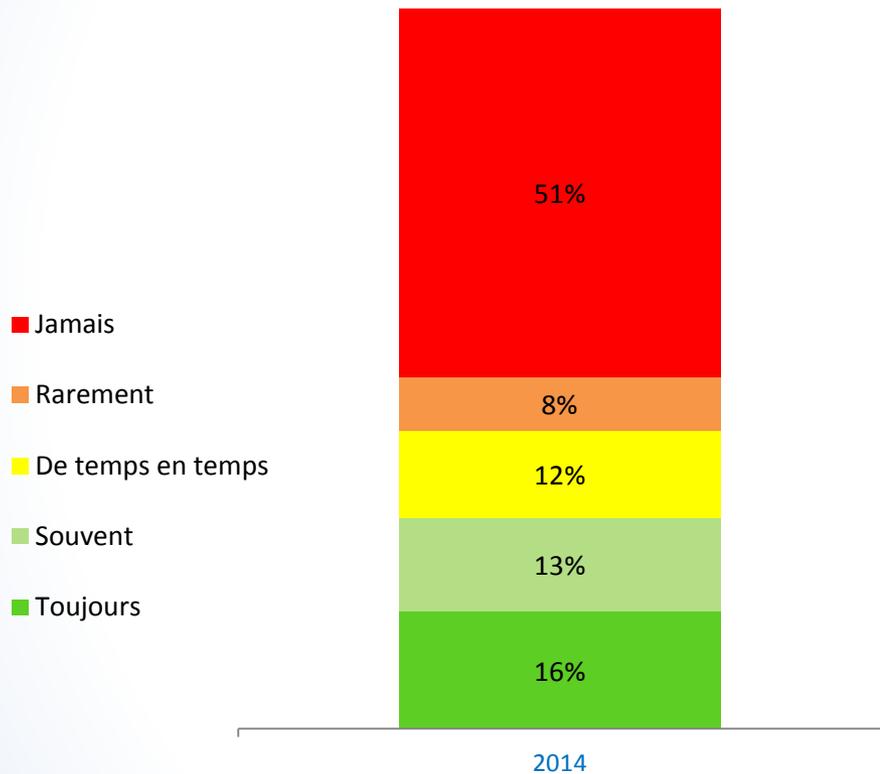


Au cours des 12 derniers mois, avez-vous utilisé une boîte à tartines ?

- En 2013, plus de 4 consommateurs wallons sur 10 ont utilisé une boîte à tartine (« souvent » ou « toujours »). En 2014, ce comportement est toujours présent chez près d'1 consommateur wallon sur 2.
- En 2013, c'était les consommateurs de 30 à 39 ans (57% « toujours » ou « souvent ») et les ménages de 4 personnes et plus (52% « toujours » ou « souvent ») qui étaient plus enclins à adopter ce comportement. En 2014, ce sont surtout les 30-39 ans qui utilisent la boîte à tartine avec 76,3% d'entre eux qui déclarent le faire « souvent » ou « toujours ». De même pour les ménages de 4 personnes et plus le faisant avec 66,8% « souvent » ou « toujours ».

Base : répondants 2013 (n=786) et 2014 (n=693).

Gourde

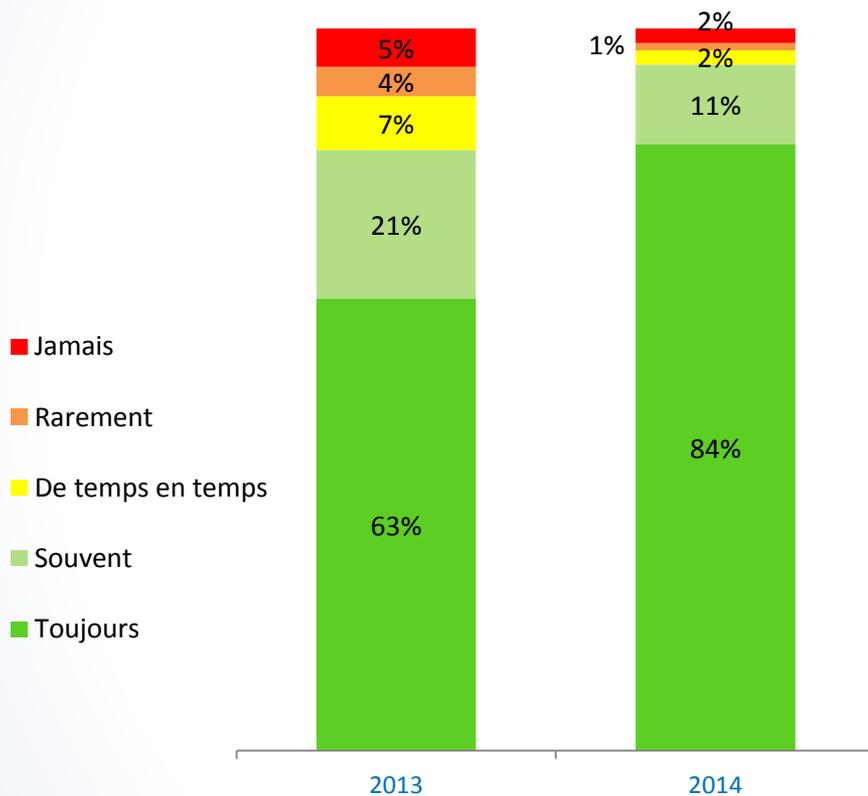


Au cours des 12 derniers mois, avez-vous utilisé une gourde ?

- En 2014, seulement près de 3 consommateurs wallons sur 10 ont utilisé une gourde.
- Ce sont essentiellement les 30-39 ans (51% « souvent » ou « toujours »), les ménages de 3 personnes (36,6%) et les ménages de 4 personnes ou plus (34,9%) qui utilisent une gourde.

Base : répondants 2014 (n=701).

Sacs



Au cours des 12 derniers mois, avez-vous utilisé des sacs de course réutilisables pour faire vos courses ?

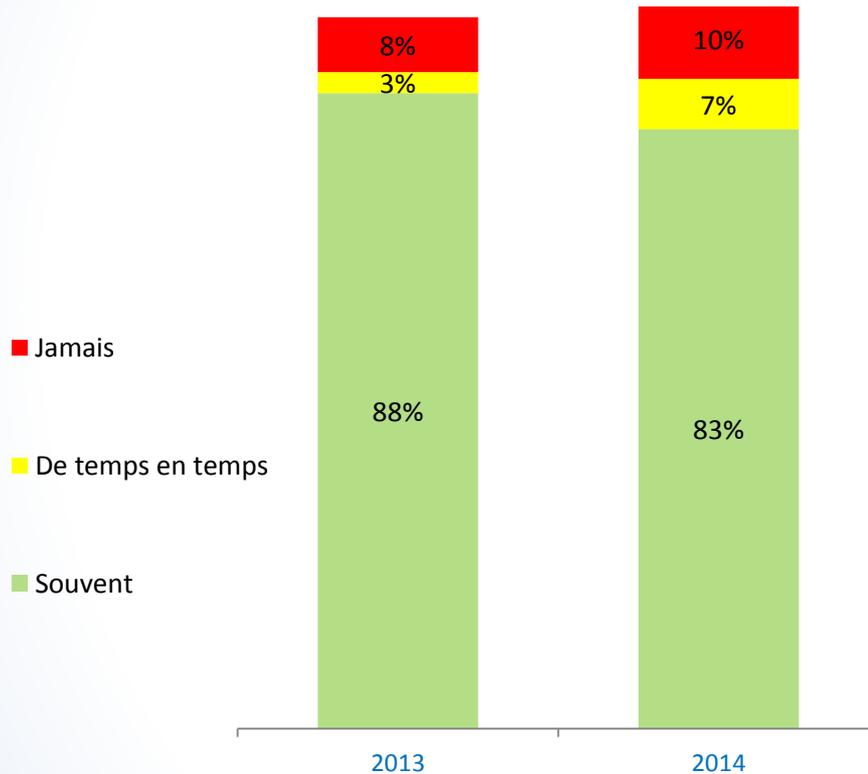
- En 2013, 8 consommateurs wallons sur 10 ont utilisé des sacs de course réutilisables (« souvent » ou « toujours »). En 2014, ils sont plus de 9 consommateurs wallons sur 10 à le faire.
- Cette évolution suggère que l'utilisation du sac réutilisable est à présent une habitude bien ancrée en Wallonie. Cependant, les 18-29 ans sont moins nombreux que la moyenne (76% « toujours ») à utiliser ce type de sac.

Base : répondants 2013 (n=783) et 2014 (n=712).

Partie 9 : les langes

- Un court chapitre sur les langes et leurs alternatives : compostables, lavables...
- Ces questions ne s'adressaient qu'aux parents d'enfants en âge de porter des langes. Ce sous-groupe était trop petit pour pouvoir observer des différences significatives valides sur le plan statistique.

Langes jetables

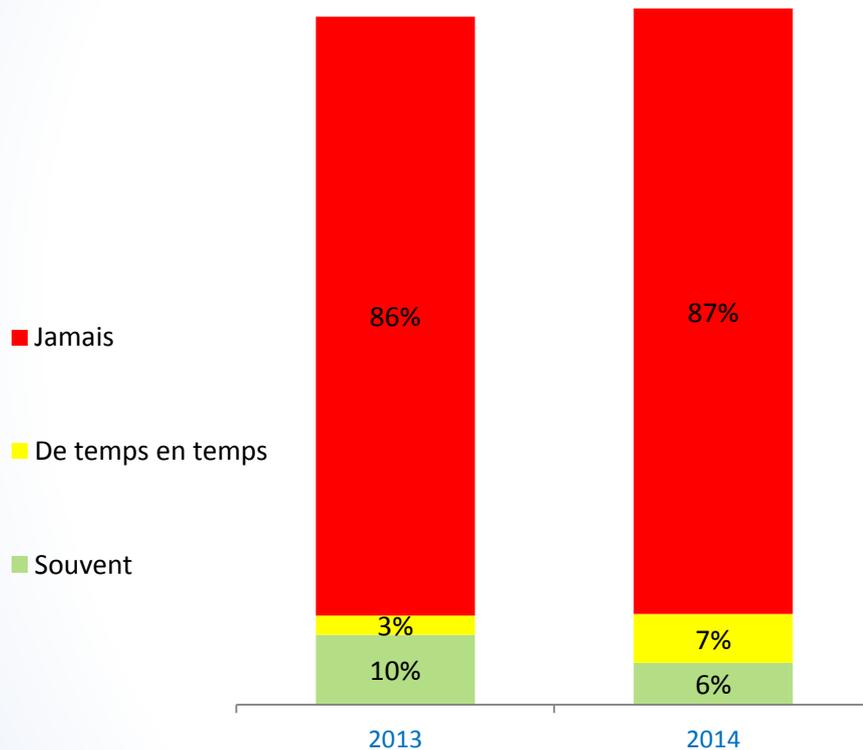


Pour langer votre bébé , utilisez-vous des langes jetables ?

- En 2013, près de 9 consommateurs wallons sur 10 ont utilisé des langes jetables (« souvent » ou « toujours »). En 2014, ils sont un peu plus de 8 consommateurs sur 10 à avoir utilisé « souvent » des langes jetables.

Base : répondants 2013 qui ont des enfants portant des langes (n=69) et 2014 (n=52).

Langes compostables

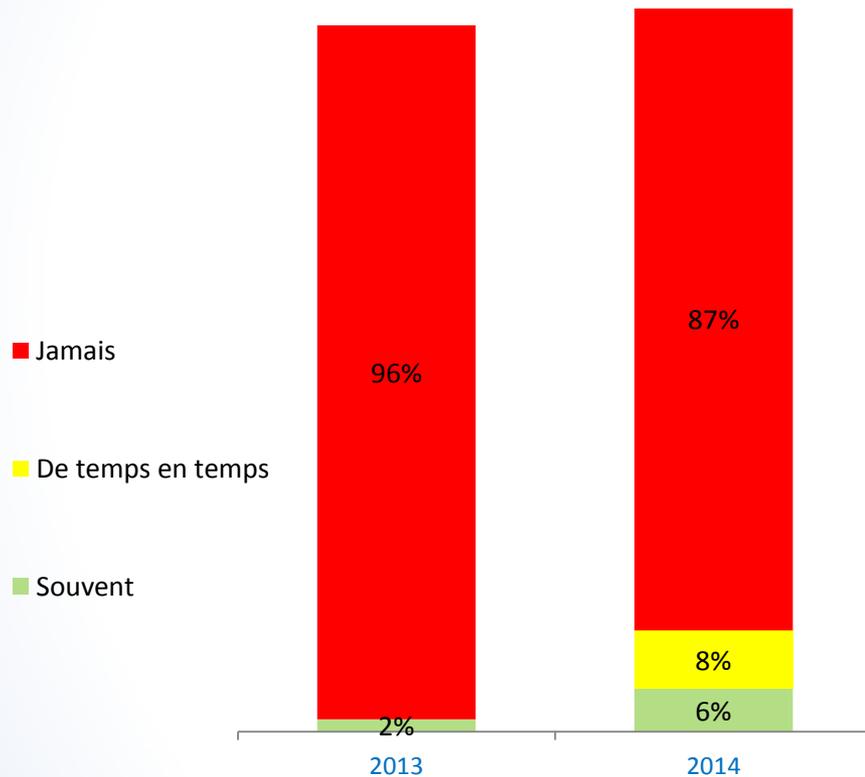


Pour langer votre bébé , utilisez-vous des langes compostables ?

- En 2013, seul 1 consommateur wallon sur 10a utilisé des langes compostables (souvent ou toujours). En 2014, ils ne sont que 6% à avoir utilisé des langes compostables.

Base : répondants 2013 qui ont des enfants portant des langes (n=69) et 2014 (n=52).

Langes lavables



Pour langer votre bébé , utilisez-vous des langes lavables ?

- En 2013, la majorité, plus de 9 consommateurs wallons sur 10 n'ont jamais utilisé de langes lavables. En 2014, ils sont un peu plus de 8 consommateurs wallons sur 10 à ne jamais utiliser de langes lavables.

Base : répondants 2013 qui ont des enfants portant des langes (n=69) et 2014 (n=52).

Synthèse

- La population wallonne se montre peu sensible aux problèmes environnementaux face aux actualités politiques et socio-économiques comme le chômage, la pauvreté et la crise.
- Le pourcentage de consommateurs qui font un effort est faible mais ceux qui accepteraient de faire un effort supplémentaire est cependant important. Ces consommateurs constituent un public-cible privilégié pour les actions publiques.
- Au niveau du compostage, la moitié des consommateurs wallons le pratique, que ce soit par du compostage à domicile ou en amenant leurs déchets dans des lieux appropriés. La pratique du compost semble donc se confirmer.
- Afin de diminuer les emballages, la moitié des Wallons utilisent des gourdes et des boîtes à tartines et la quasi-totalité des Wallons utilisent des sacs de course réutilisables. Rappelons cependant que la question de la fréquence d'utilisation des sacs en plastique à usage unique n'a pas été posée. Il est donc impossible de confirmer une baisse de la consommation des sacs jetables.
- Les consommateurs wallons sont plus nombreux en 2014 qu'en 2013 à limiter le gaspillage de papier. Pourtant, en ce qui concerne la publicité toutes-boîtes, malgré que près de 9 Wallons sur 10 connaissent l'existence de l'autocollant « stop pub », ils ne sont que 17% à l'avoir apposé en 2014.

Synthèse

- En matière de gaspillage alimentaire, les Wallons sont toujours très attentifs aux dates limites de consommation. Ils sont un plus nombreux (6/10 en 2013 contre 8/10 en 2014) à faire des listes de courses..
- Réparer ou donner des objets est une pratique habituelle chez les consommateurs wallons (resp. 4 Wallons sur 10 et 5 Wallons sur 10 en 2014). Par contre, louer du matériel de bricolage ou revendre des objets n'est pas une habitude très répandue (resp. 1 Wallon sur 10 et 2 Wallons sur 10 en 2014).
- Au niveau des langes, les parents wallons sont toujours attachés aux langes jetables et très peu utilisent des langes lavables ou compostables, que ce soit en 2013 ou 2014.
- Certaines habitudes positives, comme l'achat en vrac ou la liste de courses, semblent moins répandues chez les jeunes alors qu'elles sont ancrées chez les personnes plus âgées. Inversement, d'autres habitudes, comme l'utilisation du verso des feuilles imprimées, sont davantage pratiquées par les moins de 40 ans. Des campagnes de communication adaptées pourraient sensibiliser ces différents publics sur ces thématiques.
- Les options électroniques (factures, extraits de compte...) sont souvent moins utilisées par les plus de 65 ans, les personnes isolées et les groupes sociaux modestes. Cela suggère une difficulté d'accès et/ou d'usage des outils informatiques par ces personnes. Les pouvoirs publics doivent être conscients de cette fracture numérique pour adapter leurs actions.

Editeur responsable : Christel Tecchiato

CRIOC
North Gate II, 16 bld Albert II, 1000 Bruxelles
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be

Édition 2014

D 2014-2492-12
©CRIOC

Prix : 63 €

Reproduction autorisée à des fins non-commerciales moyennant mention des sources