

L'ÉCO-CONSOMMATION EN WALLONIE



Attitudes et comportements Wallonie 2005



Étude réalisée avec le soutien de la Région wallonne

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Objectifs

- Chaque année, le CRIOC réalise une enquête quantitative dans le cadre de la convention Réseau Eco- consommation signée avec le Ministre Wallon de l'Environnement. Cette enquête mesure les préoccupations des Wallons pour l'environnement.
- Ce baromètre de la perception de l'environnement permet de quantifier différents éléments :
 - Perceptions et attitudes du consommateur wallon en matière de protection de l'environnement, de lutte contre la pollution ou des déchets
 - Perception des produits mis sur le marché
 - Comportements d'achat, produits achetés et emballages
 - Comportements en matière d'économie de ressources
 - En fonction de variables socio-démographiques

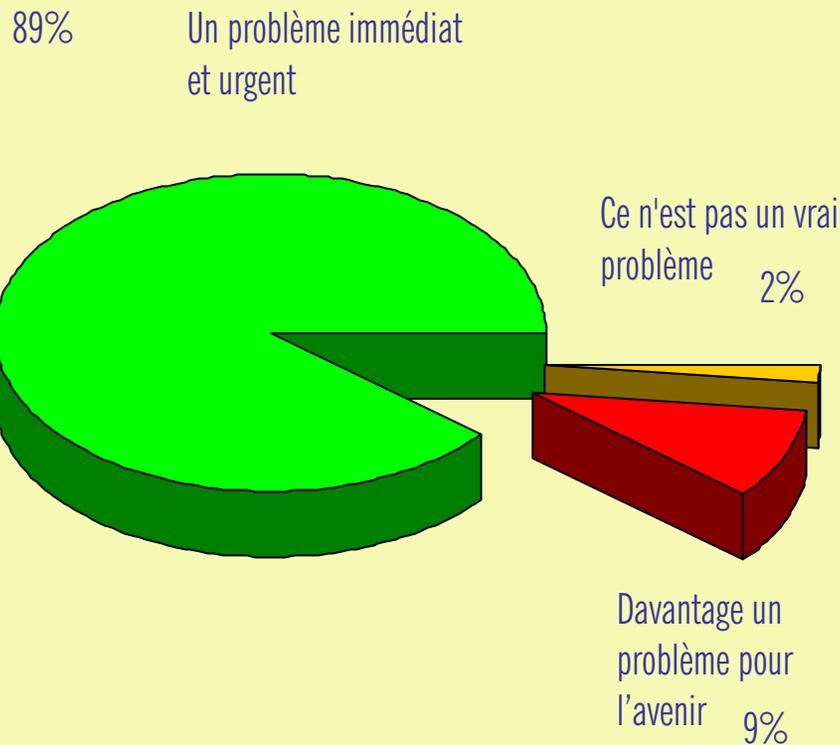
Méthodologie

- 750 Interviews réalisées par téléphone auprès des habitants de la Wallonie âgés de 18 ans et +.
- Field : 15 mai – 15 juin 2005.
- Échantillon aléatoire stratifié redressé.
- Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats (χ^2 , marge d'erreur)
- La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 3,6%.
- Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction de la localisation (province), du sexe, de l'âge, de la taille du ménage, du type d'habitat (CIM), des groupes sociaux (inférieurs, moyens, supérieurs), PRA ou non (principal responsable d'achat).

Partie 1 : L'environnement

- Perception de l'environnement et de la lutte contre la pollution
- Les déchets
- Les implications personnelles
- Les comportements en faveur de l'environnement

1.1. Environnement, sujet d'inquiétude 1



➤ Beaucoup de personnes se préoccupent de l'environnement et de la lutte contre la pollution. A votre avis, est-ce ...

- Presque 9 Wallons sur 10 déclarent que la lutte contre la pollution est un problème immédiat et urgent.
- 9% jugent qu'il s'agit davantage d'un problème pour l'avenir.
- 2% considèrent que la protection de l'environnement ne constitue pas un réel problème.

Différence par profil

- Les habitants de Liège (95%), Charleroi (74%) les familles nombreuses (91%) ainsi que les groupes sociaux supérieurs (95%) sont parmi ceux qui se préoccupent le plus de l'environnement et de la lutte contre la pollution.
- La classe d'âge la plus concernée par les problèmes liés à l'environnement et à la pollution sont les 36/45 ans (94%).

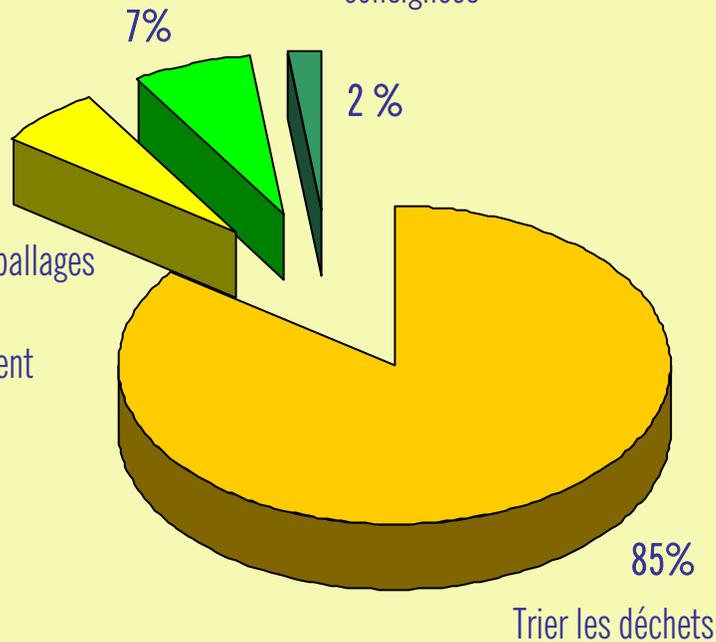
1.2. Les déchets

Réduction des déchets, 1

Moins gaspiller (faire attention au dosage ou ne pas acheter plus de produits que ce qu'on en consomme)

Privilégier les bouteilles consignées

Éviter les emballages qui polluent l'environnement



➤ Selon vous, pour produire moins de déchets, il faut d'abord

- Plus de huit personnes sur dix déclarent que pour produire moins de déchets, il faut d'abord les trier (!)
- 6% estiment qu'il faut éviter les emballages qui polluent l'environnement.
- 7% considèrent qu'il faut moins gaspiller. Ils sont la moitié moins qu'en 2004 à adhérer à cette proposition.
- 2% proposent de privilégier les bouteilles consignées.

Réduction des déchets, 2

Le tri des déchets . . . une solution ?

- Parmi tous les éléments cités, le tri des déchets est la première solution proposée par les consommateurs pour produire moins de déchets. Une confusion apparaît donc chez le consommateur entre limiter la production et gérer la surproduction. Le tri des déchets, certes indispensable, n'entraîne pas une moindre production globale de déchets.
- La plupart des campagnes de sensibilisation insistent sur le tri, c'est-à-dire leur gestion et non la prévention. Ce qui explique probablement la confusion...

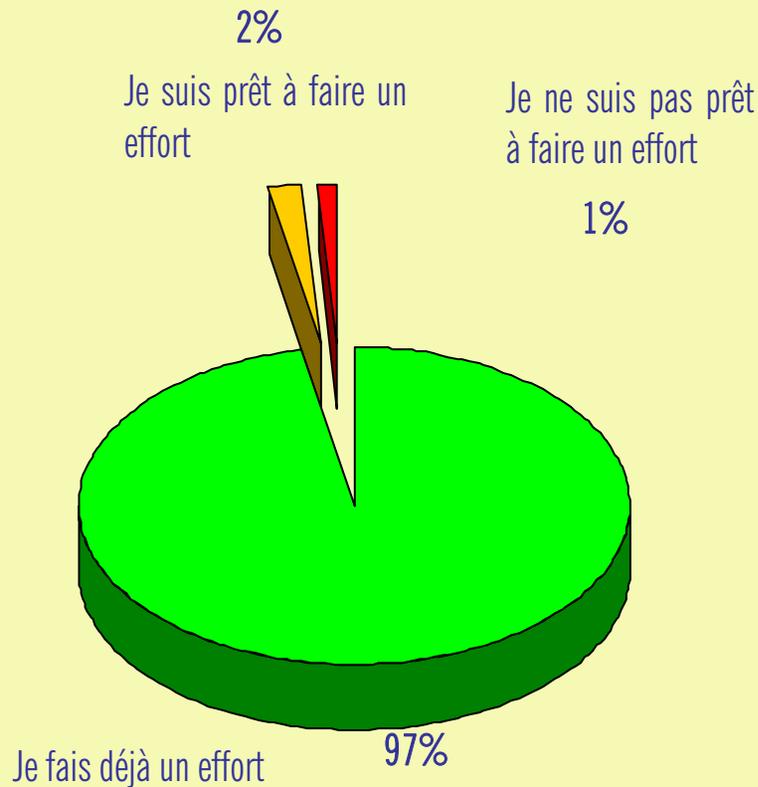
Différence par profil

- **Tri des déchets**
 - Les habitants de Liège (95%), Charleroi (74%) les familles nombreuses (91%) ainsi que les groupes sociaux supérieurs (95%) sont parmi ceux qui se préoccupent le plus de l'environnement et de la lutte contre la pollution.
 - La classe d'âge la plus concernée par les problèmes liés à l'environnement et à la pollution sont les 36/45 ans.
- **Éviter les emballages qui polluent l'environnement**
 - Les habitants des communes rurales présentent le plus souvent (14%) l'évitement des emballages comme une solution à la réduction des déchets.
- **Moins gaspiller (faire attention au dosage ou ne pas acheter plus de produits que ce qu'on en consomme)**
 - Les ménages de plus de 3 personnes (13%) ainsi que les personnes habitant les banlieues (20%) sont les plus nombreux à considérer qu'il faut moins gaspiller.
- **Privilégier les bouteilles consignées**
 - Cette proposition n'est jamais citée par les groupes sociaux inférieurs.
 - Les ménages composés de deux personnes, les 26-35 ans ainsi que les habitants de Liège sont les plus nombreux à privilégier les bouteilles consignées.

1.3. Actions personnelles

- Perception générale
- Perception de l'implication personnelle
- Efforts réalisés

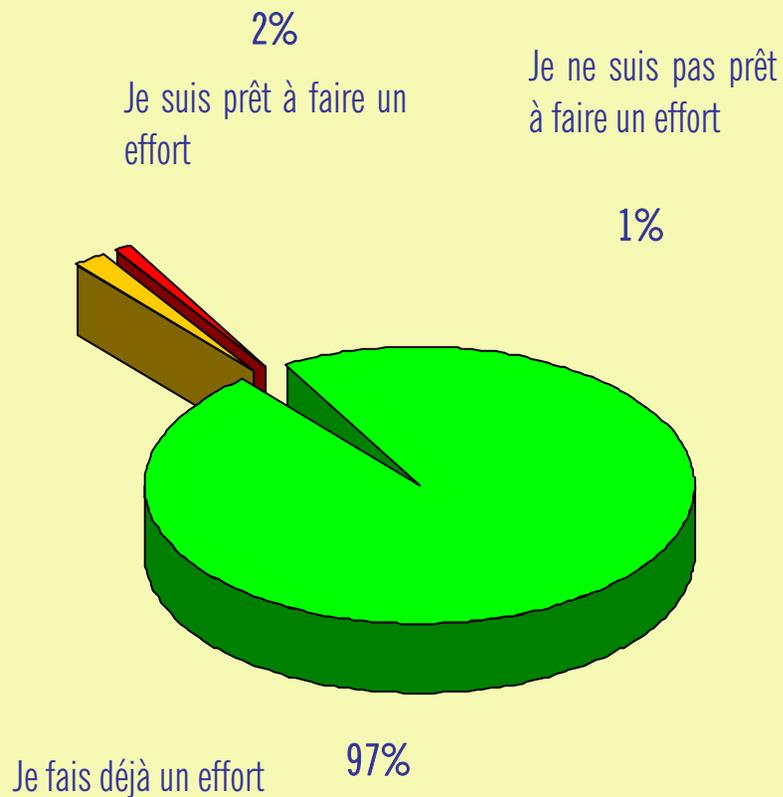
Perception générale de l'implication individuelle, 1



➤ Êtes-vous prêt(e) à faire un effort en tant que consommateur pour protéger l'environnement?

- 97% des Wallons déclarent faire un effort pour protéger l'environnement.
- A peine 1% déclare ne pas être prêt à faire un effort.
- Les consommateurs se déclarent donc prêts à s'investir ou s'investissent déjà dans la protection de l'environnement.

Perception générale de l'action personnelle, 2



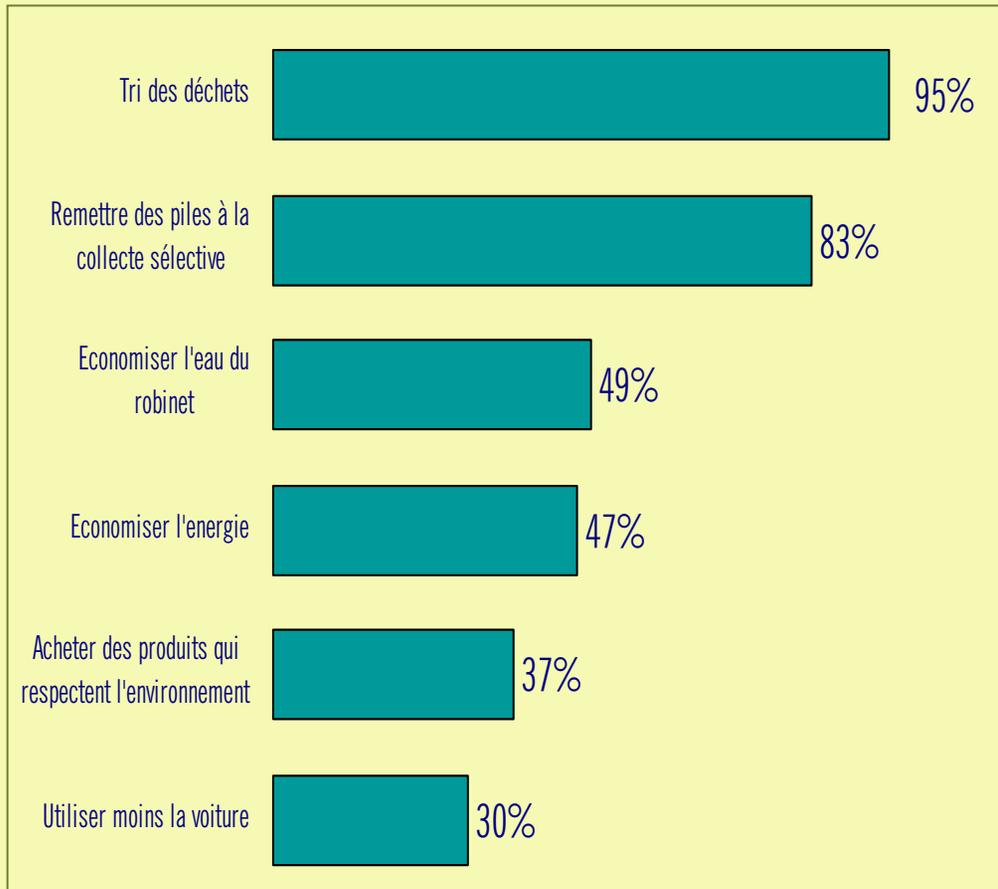
➤ Êtes-vous prêt(e) à faire un effort en tant que consommateur pour protéger l'environnement ?

- Les ménages de 5 personnes déclarent qu'ils sont prêts à faire un effort.
- Les habitants de Liège ne déclarent jamais être prêts à faire un effort. Les habitants des communes rurales sont les plus nombreux à prétendre vouloir faire un effort.

Différence par profil

- Les ménages de 5 personnes (4%) déclarent qu'ils sont prêts à faire un effort.
- Les habitants de Liège ne déclare jamais être prêts à faire un effort. Les habitants des communes rurales (4%) sont les plus nombreux à prétendre vouloir faire un effort.

Efforts réalisés pour l'environnement, 1



➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

- Majoritairement les consommateurs déclarent qu'ils doivent trier les déchets.
- De plus, ils remettent les piles à la collecte sélective.
- L'économie d'eau du robinet et d'énergie font partie de leur domaine d'action.

Efforts réalisés pour l'environnement, 2

- Des conduites écologiques curatives ?
 - Les deux conduites écologiques les plus pratiquées concernent essentiellement la gestion des déchets : le tri des déchets ménagers et la remise de piles à la collecte sélective.
 - Ces deux pratiques sont par ailleurs largement encouragées par des campagnes publicitaires spécifiques. Malheureusement, elles ne présentent pas d'impact préventif.
- Écologie et économie ?
 - Les deux pratiques - économie d'énergie et économie d'eau - développées par plus de la moitié des Wallons consistent non seulement à protéger l'environnement mais à réaliser simultanément des économies.
 - Les critères écologiques se manifestent en bout de course et ne sont pas primordiaux sauf si le produit présente un avantage financier tel qu'une réduction des coûts. L'aspect financier demeure le moteur de changement des choix.

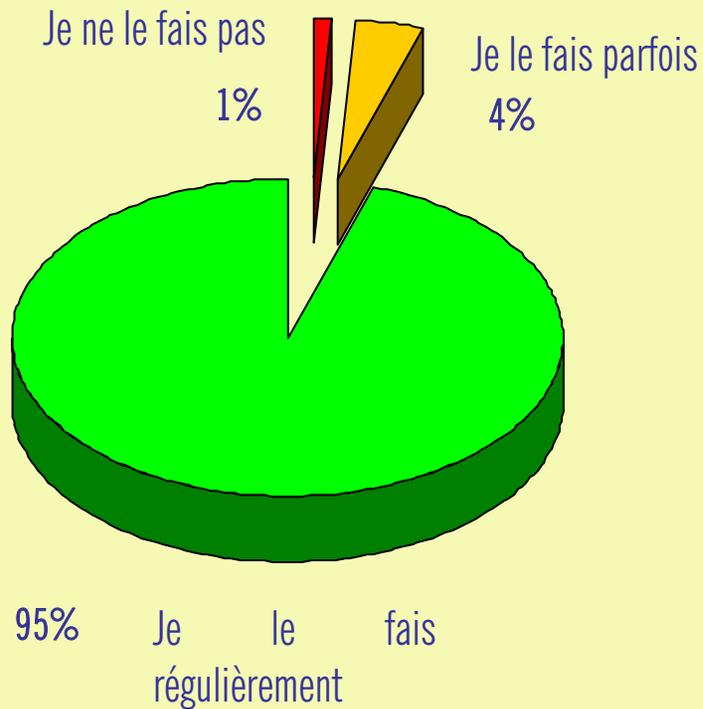
Efforts réalisés pour l'environnement, 3

- Des incitants écologiques ?
 - Le tri des déchets ménagers apparaît comme une pratique largement développée par la population wallonne. Les incitants financiers dans certaines communes constituent un levier efficace en ce domaine.
- Écologie et mode de vie ?
 - Les deux derniers comportements (les moins adoptés par les consommateurs) concernent des modifications d'habitudes d'achat ou d'utilisation (achat de produits respectueux de l'environnement, limitation de l'utilisation de la voiture). Deux comportements qui modifient le mode de vie et pourraient être perçus comme une perte de confort ou plus difficiles à adopter.
 - Même si le consommateur souhaite participer à la protection de l'environnement ou réduire la pollution, sa volonté sera d'autant plus difficile à mettre en œuvre qu'elle modifie son mode de vie.

1.4. Comportements en faveur de l'environnement

- Tri des déchets
- Remettre les piles à la collecte sélective
- Économiser l'énergie
- Économiser l'eau du robinet
- Utiliser moins la voiture
- Acheter des produits respectueux de l'environnement

Trier les déchets ménagers



➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

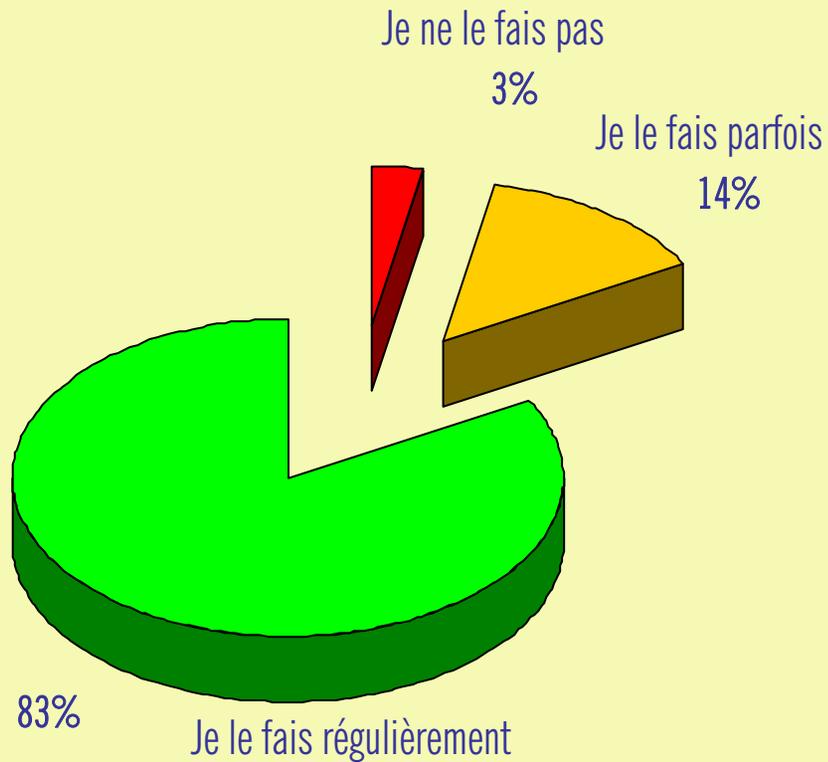
- 95% des consommateurs estiment faire des efforts régulièrement concernant le tri des déchets ménagers.

Répondants: ceux qui trient les déchets

Différence par profil

- Les familles nombreuses (100%) , les 26-35 ans (99%) et les habitants des villes (100%) considèrent que leurs efforts portent surtout sur le tri des déchets ménagers.
- C'est parmi les foyers de 5 personnes (100%) que l'on rencontre le plus de personnes ayant fait des efforts sur le tri des déchets ménagers.

Remettre les piles à la collecte sélective



➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

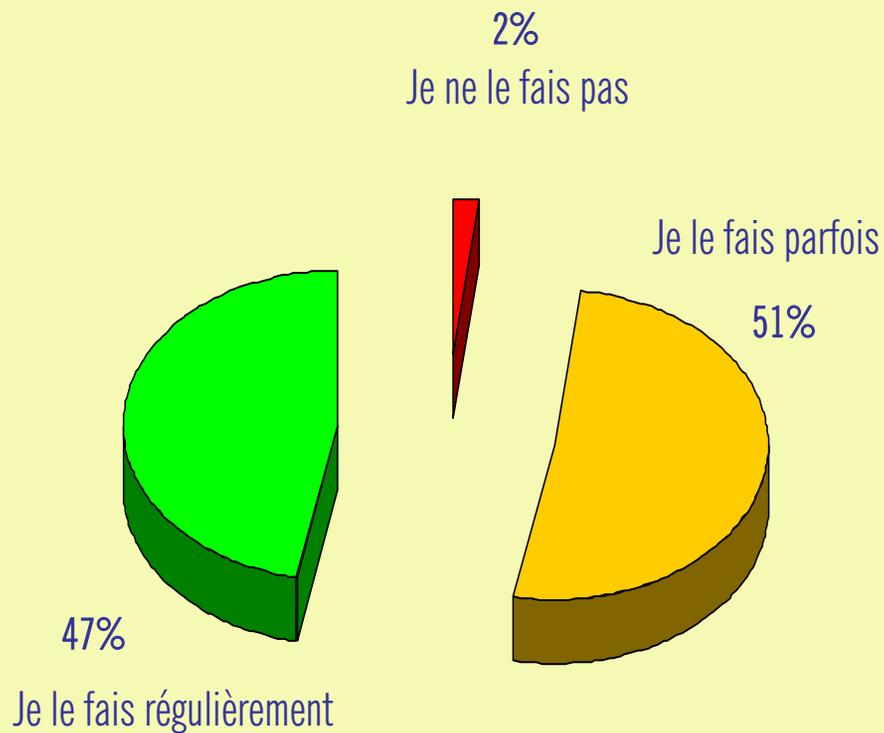
- 83% des consommateurs estiment faire des efforts concernant la remise des piles à la collecte sélective.

Répondants: ceux qui remettent les piles à la collecte sélective

Différence par profil

- La remise des piles à la collecte sélective est très présente chez les familles nombreuses (96%) ainsi que chez les habitants de Charleroi (97%).

Économiser l'énergie



➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

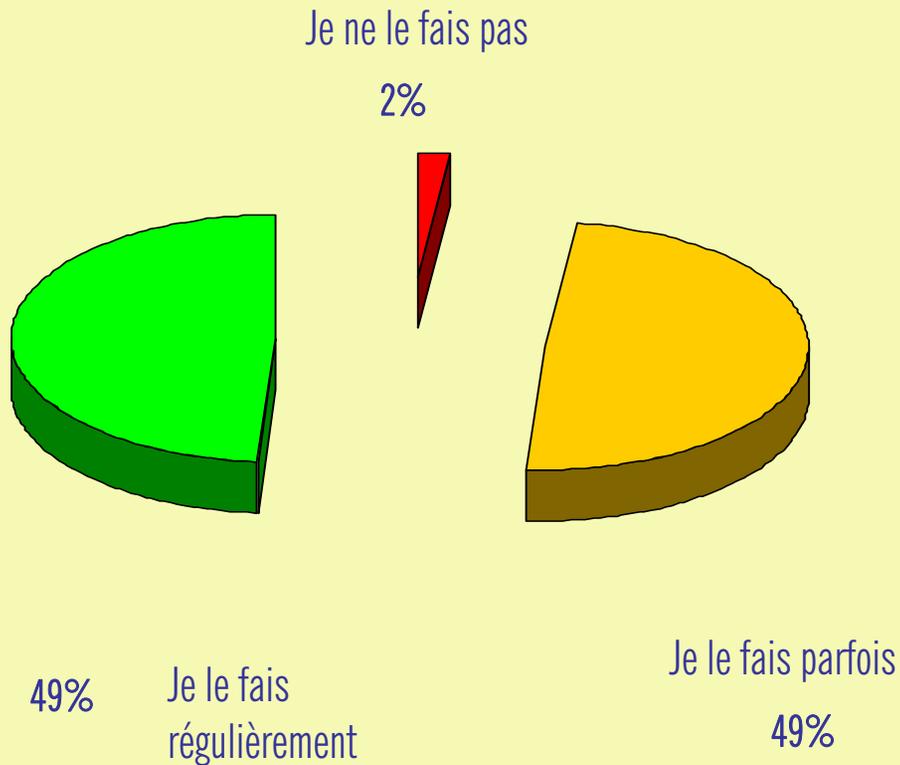
- 47% déclarent économiser l'énergie , un peu plus d'une personne sur deux (51%) déclare le faire parfois. Ils sont 2% à ne le faire jamais.

Répondants: ceux qui économisent l'énergie

Différence par profil

- Les familles composées de 3 personnes (63%) déclarent qu'ils économisent régulièrement l'énergie. Par contre les non responsables d'achat déclarent le moins souvent qu'ils le font (36%).
- Les habitants des petites localités wallonnes (61%) et des villes d'ortoirs (60%) déclarent économiser l'énergie plus régulièrement.

Économiser l'eau du robinet



➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

- Un consommateur sur deux déclare économiser l'eau du robinet soit de façon régulière ou non.

Répondants: ceux qui économisent l'eau du robinet

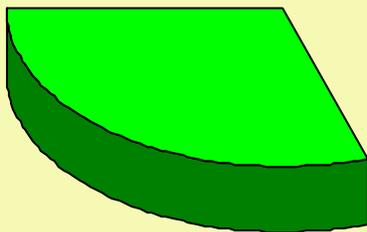
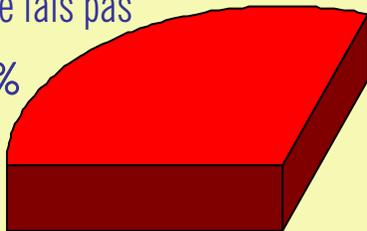
Différence par profil

- Les groupes sociaux inférieurs (35%) sont les moins nombreux à économiser l'eau du robinet.
- Les ménages composés de 3 personnes (73%) et les habitants d'une petite localité (61%) économisent davantage l'eau du robinet.

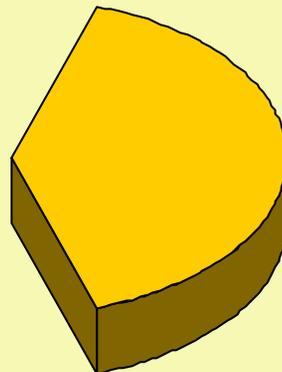
Utiliser moins la voiture

Je ne le fais pas

30%



30% Je le fais
régulièrement



Je le fais parfois

40%

➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

- La diminution régulière de l'utilisation de la voiture est déclarée par un consommateur sur trois.

Répondants: ceux qui utilisent moins la voiture

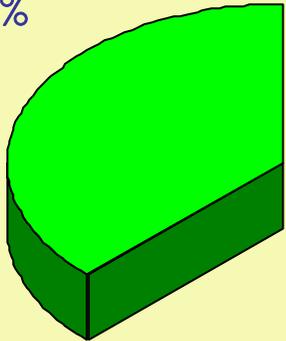
Différence par profil

- Les habitants des petites localités (36%) sont un peu moins nombreux à déclarer qu'ils utilisent moins la voiture.
- Chez les jeunes de moins de 25 ans (21%) et les non responsables d'achat (20%), ils sont moins nombreux. Sans doute, la voiture constitue-t-elle le mode de déplacement facile et nécessaire aux personnes en activité professionnelle et vivant en périphérie des villes en absence d'une offre et d'un maillage de transports publics suffisants.

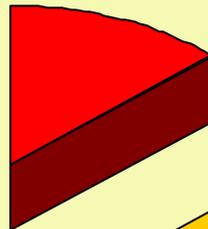
Acheter des produits respectueux de l'environnement

Je le fais
régulièrement

37%

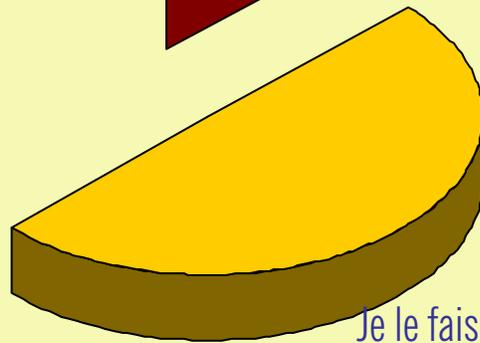


Je ne le fais pas 13%



49%

Je le fais parfois



➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

- Presque une personne sur quatre (37%) déclare acheter des produits respectueux de l'environnement.
- Ils sont un sur deux (49%) à le faire parfois
- 13% déclarent ne le faire jamais.

Répondants: ceux qui achètent des produits respectueux de l'environnement

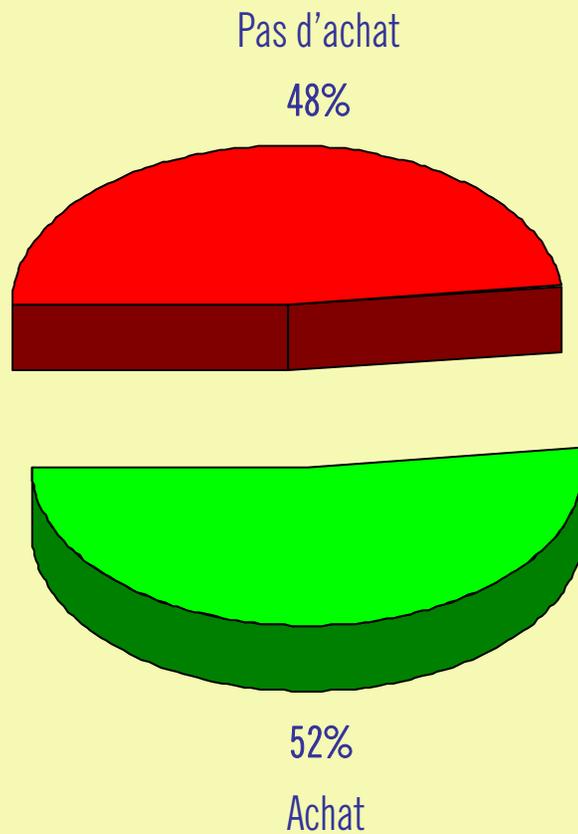
Différence par profil

- Les 60 ans et plus (47%), les habitants des villes d'ortoirs (49%) et les ménages composés de 6 personnes (48%) déclarent le plus souvent qu'ils achètent régulièrement des produits respectueux de l'environnement.

Partie 2 : Achats de produits

- Boissons en emballage consigné
- Lingettes jetables
- Piles rechargeables et piles jetables
- Ampoules économies d'énergie
- Insecticides ménagers
- Peintures et vernis naturels
- Essuie-tout éco-label
- Essuie-tout papier recyclé
- Papier toilette éco-label
- Papier toilette recyclé
- Cahier, bloc de feuilles en papier recyclé
- Papier à copier en papier recyclé
- Enveloppes en papier recyclé
- Savon liquide main
- Recharge savon liquide
- Assouplissant
- Assouplissant concentré
- Lingettes d'assouplissant
- Pastilles d'assouplissant
- Recharge d'assouplissant
- Coton tiges sachet
- Coton tiges boîtes rigides
- Sacs de caisse
- Recharges nettoyant vitres
- Recharges nettoyant pistolet
- Recharges nettoyant à diluer

Boissons en emballage consigné



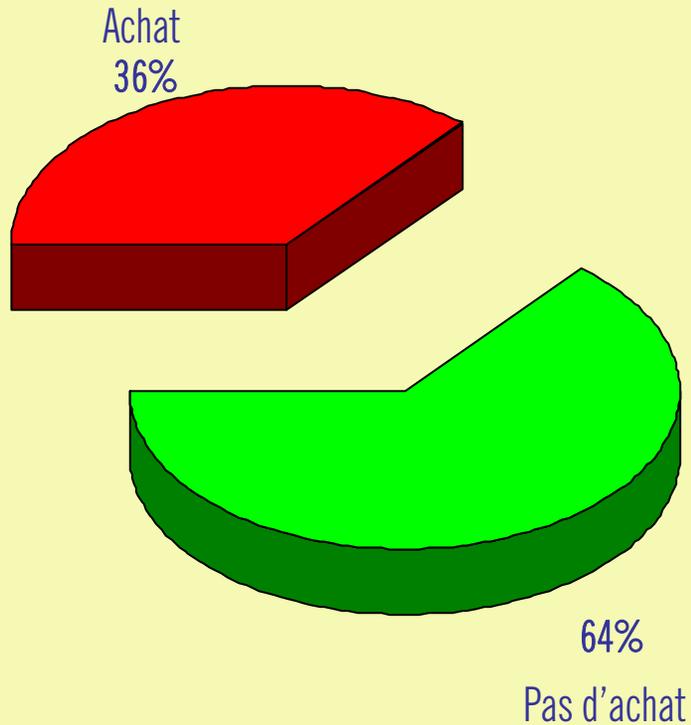
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des boissons en emballage consigné ?

■ 1 Wallon sur 2 achète des boissons en emballage consigné.

Différence par profil

- Les habitants des villes (71%), les moins de 25 ans (63%), les ménages composés de 5 personnes (77%) sont plus enclins à acheter des boissons en emballage consigné.
- Les groupes sociaux inférieurs sont les moins nombreux (32%) à acheter des boissons en emballage consigné.

Lingettes jetables



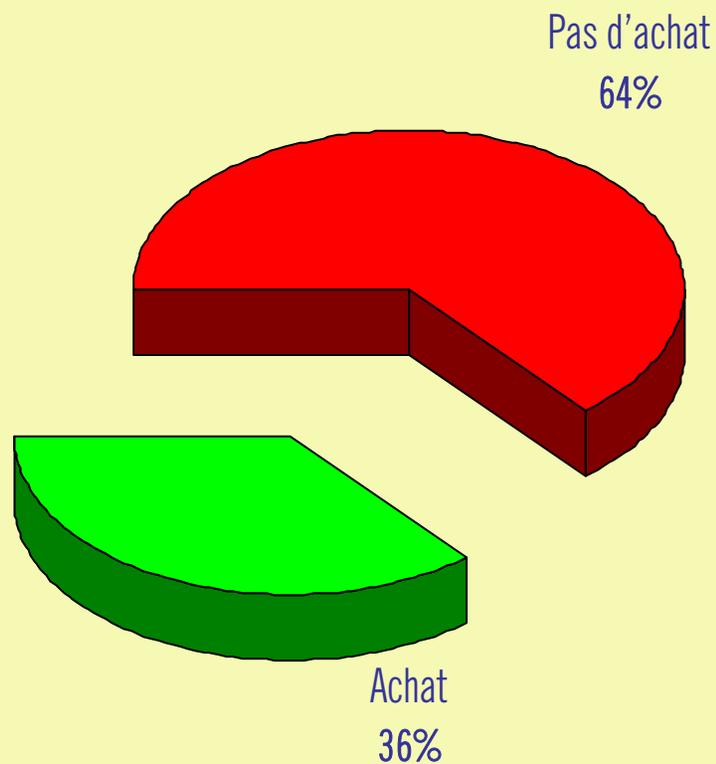
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des lingettes jetables ?

- Plus de 6 Wallons sur 10 n'achètent pas de lingettes jetables.

Différence par profil

- Les moins de 25 ans (54%) et les familles nombreuses (47%) sont plus enclins à utiliser des lingettes jetables.
- Les études du CRIOC montrent aussi que les moins de 25 ans sont moins sensibilisés aux problèmes environnementaux. Quant aux familles nombreuses, elles apprécient l'aspect pratique des lingettes.
- Rappelons que l'utilisation des lingettes jetables génère de nombreux déchets et que le fait que la majorité des consommateurs s'en détourne est une bonne nouvelle.
- La tranche d'âge des 60 ans (75%) et plus et les ménages composés de 2 personnes (70%) sont sensibilisés aux lingettes jetables.

Piles rechargeables



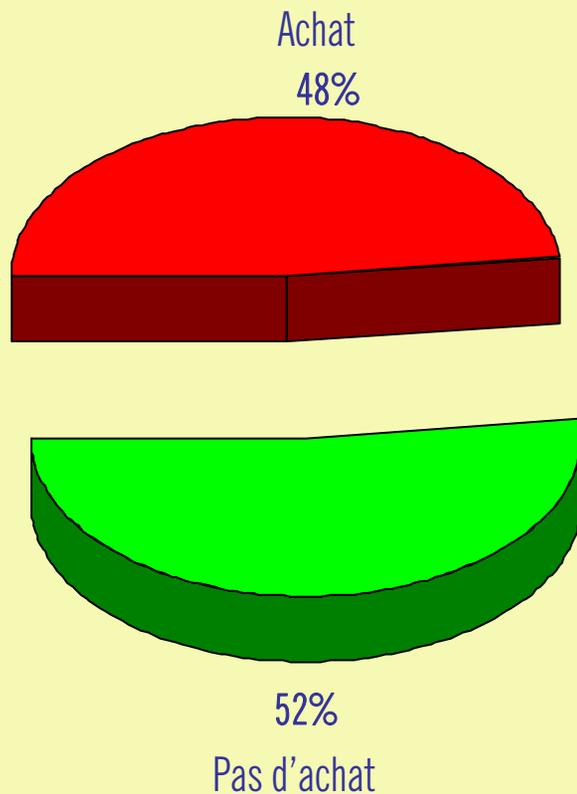
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des piles rechargeables ?

- 2 Wallons sur 3 n'achètent pas de piles rechargeables.

Différence par profil

- Ils sont plus nombreux à acheter ce type de pile parmi les familles nombreuses (48%) , les groupes sociaux supérieurs (44%) et les personnes âgées de 36 à 45 ans (46%).

Piles jetables



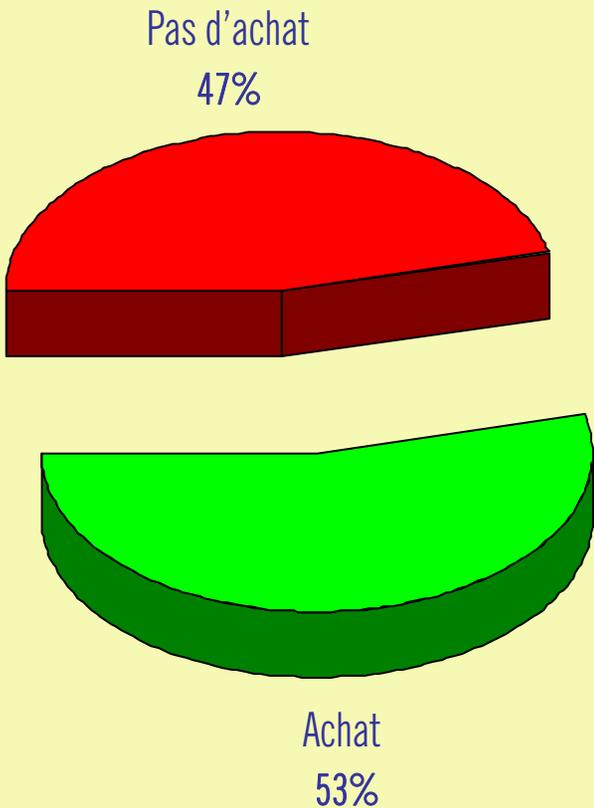
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des piles jetables ?

- 1 Wallon sur 2 a acheté de piles jetables. C'est plutôt une mauvaise nouvelle pour l'environnement.

Différence par profil

- Ils sont plus nombreux à en acheter parmi les moins de 25 ans (58%), les familles nombreuses (79%) et les groupes sociaux supérieurs (57%).
- Par contre, les aînés achètent plus rarement des piles jetables (59%). Ils ont sans doute moins d'appareils fonctionnant avec des piles.

Ampoules à économie d'énergie



➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des ampoules à économie d'énergie ?

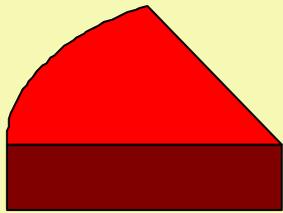
- 1 Wallon sur 2 a acheté au cours des quatre dernières semaines des ampoules à économie d'énergie.

Différence par profil

- Ils sont plus nombreux parmi les moins de 25 ans (62%), les familles nombreuses (79%) et les groupes sociaux supérieurs (61%) à utiliser des ampoules à économie d'énergie.

Insecticides ménagers

17%
Achat



Pas d'achat
83%

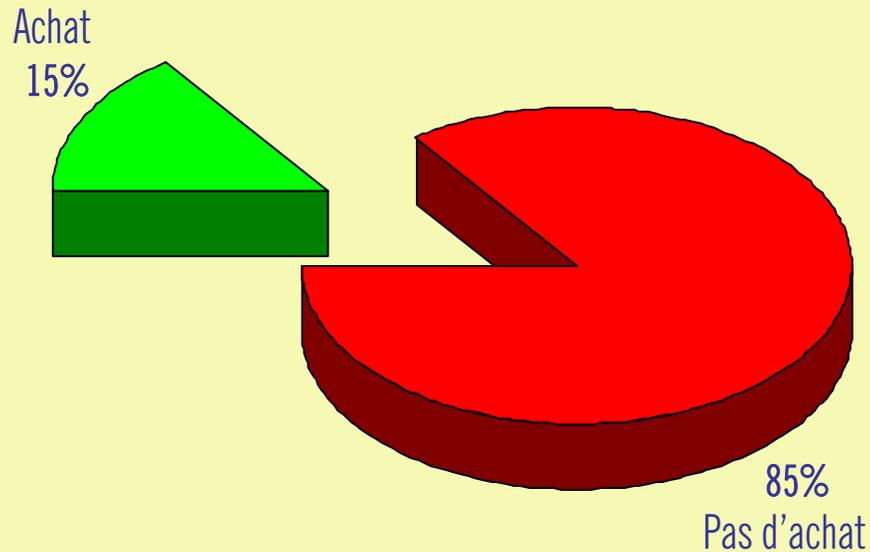
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des insecticides ménagers ?

- 1 Wallon sur 6 a acheté au cours des quatre dernières semaines des insecticides ménagers.

Différence par profil

- Les familles nombreuses (21%) et les habitants de Charleroi (26%) sont les plus nombreux à pratiquer ce genre d'achat où le taux d'achat atteint le double des répondants. Les non responsables d'achat sont presque un sur trois à acheter des insecticides ménagers.

Peintures et vernis naturels



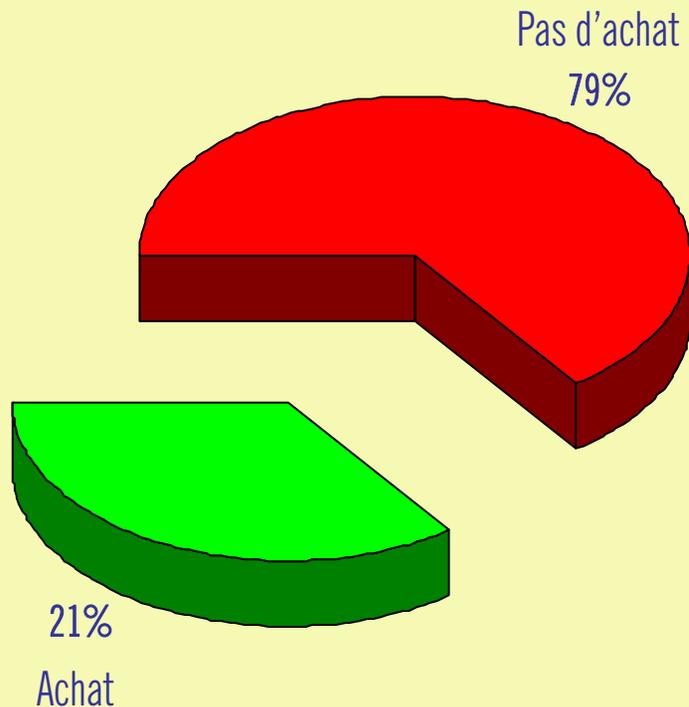
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des peintures et vernis naturels ?

- 1 Wallon sur 7 a acheté au cours des quatre dernières semaines des peintures et des vernis naturels.

Différence par profil

- Ils sont plus nombreux parmi les familles nombreuses (26%) à acheter des peintures et vernis naturels.

Essuie-tout éco-labellisé



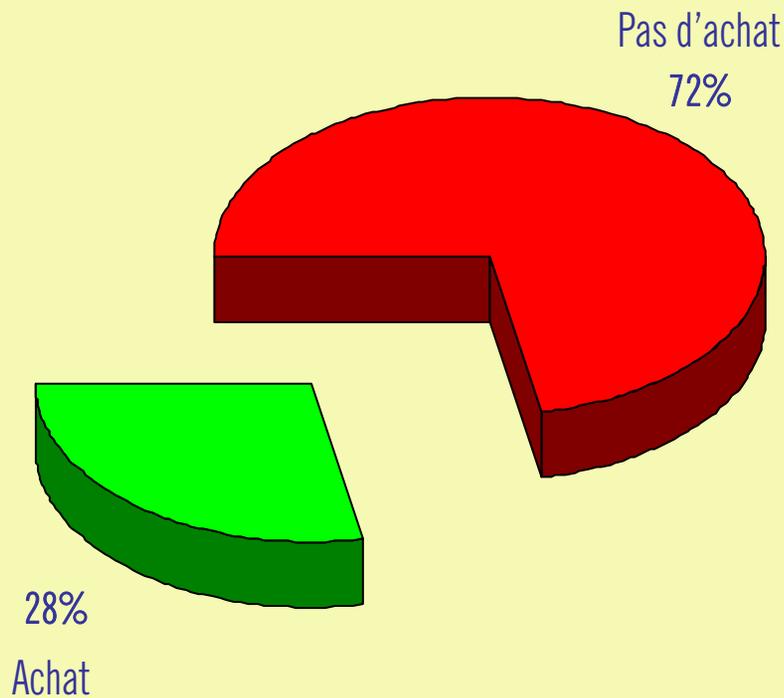
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des essuies-tout portant l'écolabel européen ?

- 1 Wallon sur 5 a acheté au cours des quatre dernières semaines de l'essuie-tout éco-labellisé. Ce résultat, très élevé est probablement surestimé par méconnaissance du produit.

Différence par profil

- Ils sont plus nombreux (30%) parmi les familles nombreuses (6 personnes et plus) et les groupes sociaux supérieurs (32%).
- Les plus de 60 ans sont les plus nombreux à ne pas acheter de l'essuie-tout éco labellisé (84%).

Essuie-tout en papier recyclé



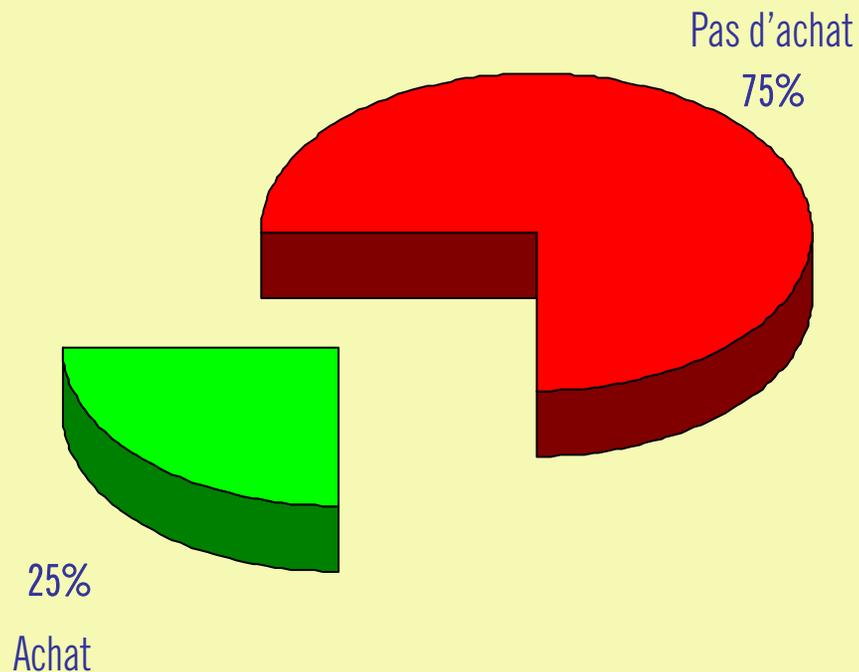
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des essuies-tout en papier recyclé ?

- Un Wallon sur trois a acheté au cours des quatre dernières semaines de l'essuie-tout en papier recyclé. Ce résultat, très élevé est probablement surestimé par méconnaissance du produit.

Différence par profil

- Ils sont plus nombreux parmi les habitants des banlieues (58%) ou de Charleroi (55%) et chez les 36-45 ans (38%).

Papier toilette éco-labellisé



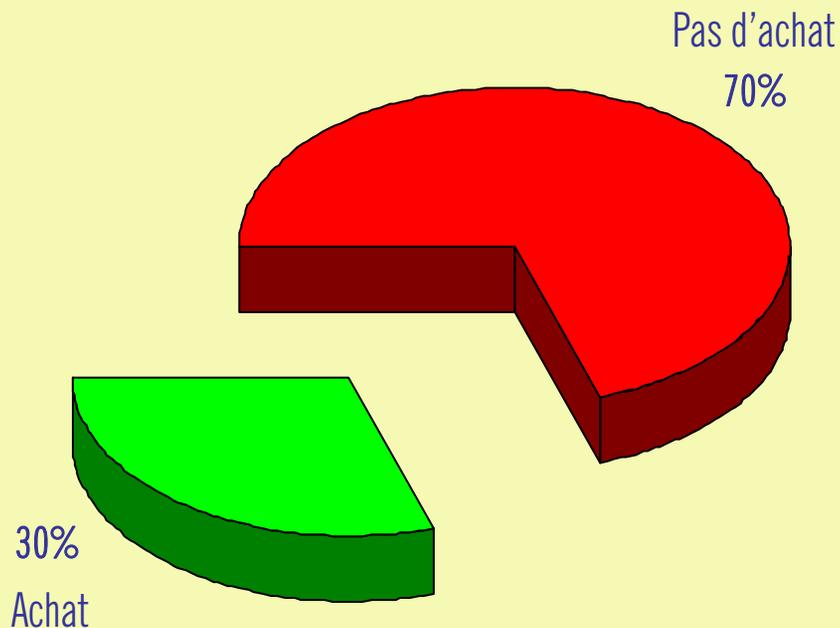
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté du papier toilette portant l'écolabel européen ?

- 1 Wallon sur 4 a acheté au cours des quatre dernières semaines du papier de toilette éco-labellisé. Ce résultat, très élevé est probablement surestimé par méconnaissance du produit.

Différence par profil

- Ils sont plus nombreux parmi les groupes sociaux supérieurs (34%) et chez les moins de 25 ans (35%).

Papier toilette en papier recyclé



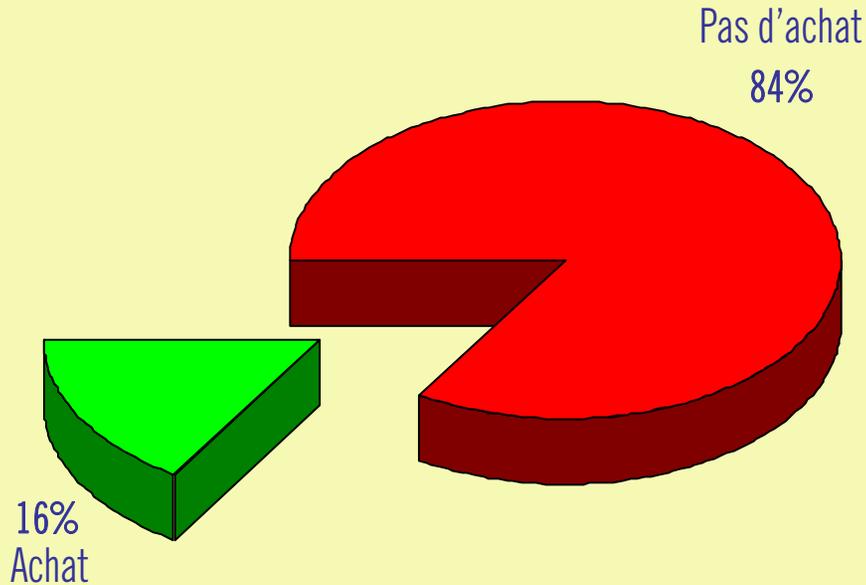
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté du papier de toilette en papier recyclé ?

- Un Wallon sur trois a acheté au cours des quatre dernières semaines du papier de toilette en papier recyclé. Ce résultat, très élevé est probablement surestimé par méconnaissance du produit.

Différence par profil

- Ils sont plus nombreux parmi les habitants des banlieues (58%) et de Charleroi (50%), chez les familles nombreuses (39%) et dans la classe des 36-45 ans (39%).

Cahier bloc de feuilles en papier recyclé



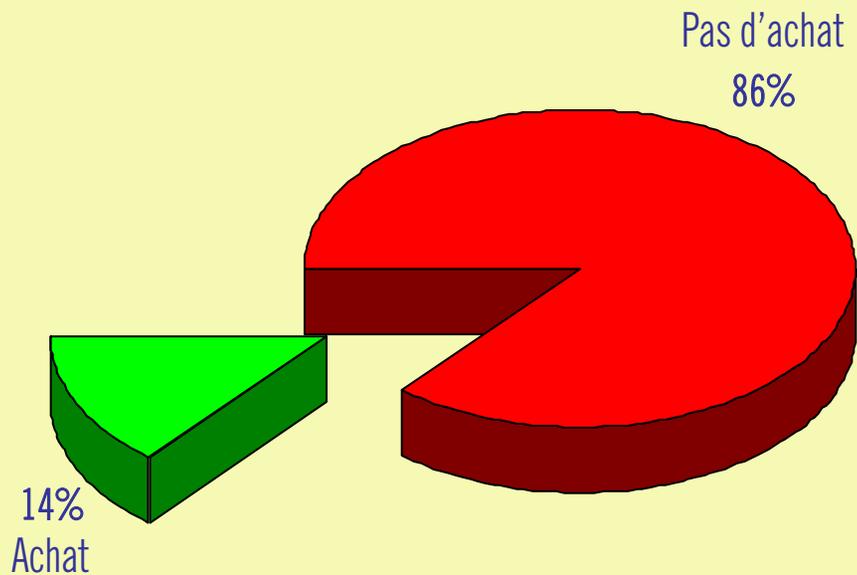
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des cahiers, des blocs de feuilles en papier recyclé ?

- Un wallon sur six a acheté au cours des quatre dernières semaines des cahiers, des blocs de feuilles en papier recyclé.

Différence par profil

- Ils sont plus nombreux parmi les familles nombreuses (32%) et les groupes sociaux supérieurs (21%).
- Par contre, les plus de 60 ans achètent moins facilement des cahiers , des blocs de feuilles en papier recyclé (7%). Peut être leurs besoins dans ces articles sont-ils moins importants.

Papier à copier en papier recyclé



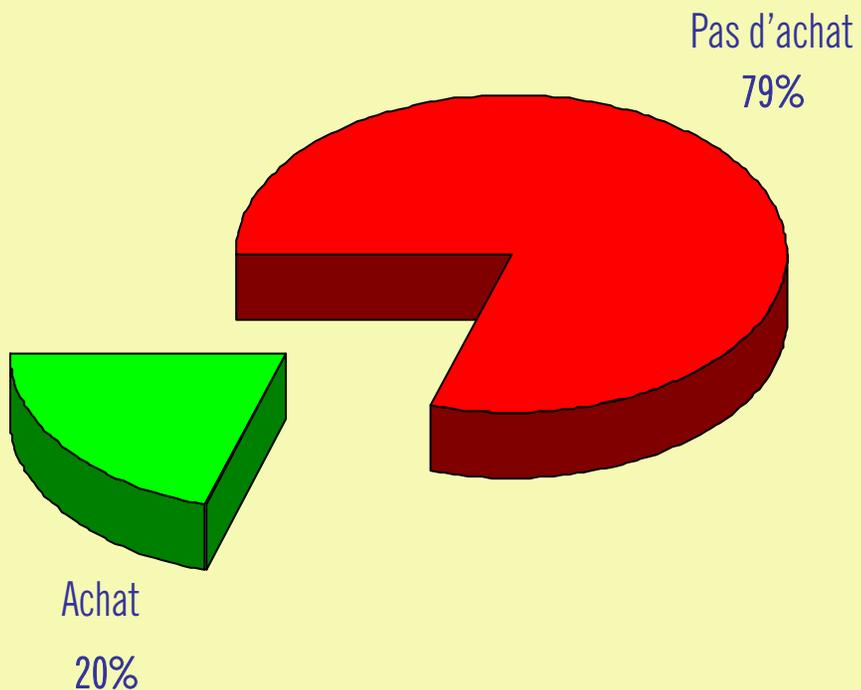
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté du papier à copier recyclé ?

■ Un Wallon sur sept a acheté au cours des quatre dernières semaines du papier à copier recyclé.

Différence par profil

- Ils sont plus nombreux parmi les familles nombreuses (28%) et les classes d'âge comprise entre 25 et 45 ans (18%).

Enveloppes en papier recyclé



➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des enveloppes en papier recyclé ?

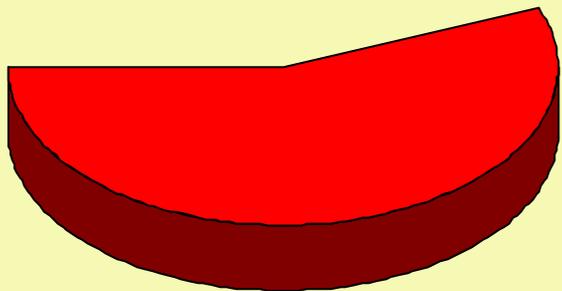
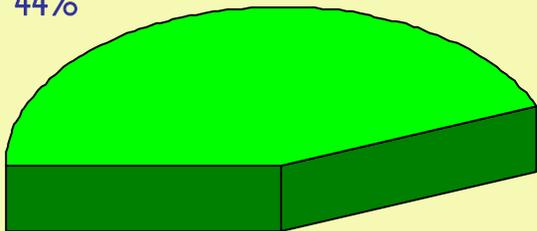
- Un Wallon sur cinq a acheté au cours des quatre dernières semaines des enveloppes en papier recyclé.

Différence par profil

- Ils sont plus nombreux parmi les familles nombreuses (39%) et les 36-45 ans (28%).
- Par contre, les habitants des villes achètent moins facilement des enveloppes en papier recyclé (88%).

Savon liquide main

Pas d'achat
44%



56%
Achat

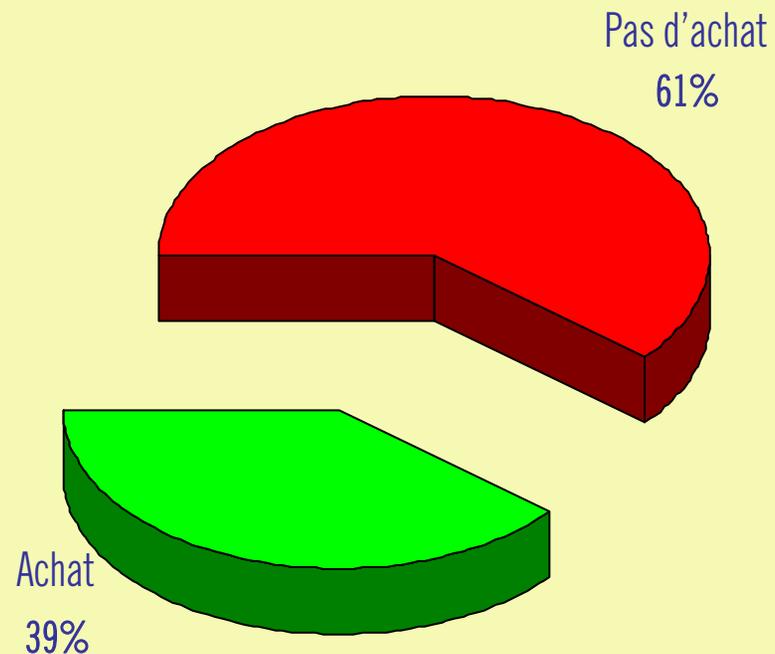
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté du savon liquide main?

- Plus d'1 Wallon sur deux a acheté au cours des quatre dernières semaines du savon liquide pour les mains.

Différence par profil

- Ils sont plus nombreux parmi les familles nombreuses (72%) ,les 26-35 ans (72%) les groupes sociaux supérieurs (69%) et les habitants d'une petite localité (64%) à acheter du savon liquide main.

Recharge savon liquide



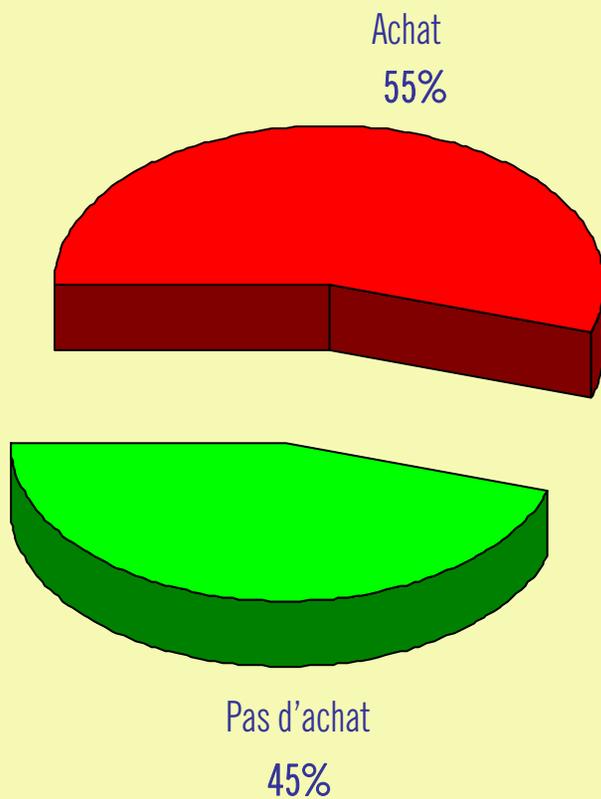
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté une recharge savon liquide ?

- Près d'un Wallon sur trois a acheté au cours des quatre dernières semaines une recharge savon liquide.

Différence par profil

- Ils sont plus nombreux parmi les moins de 25 ans (50%), les groupes sociaux supérieurs (59%) et les habitants d'une commune rurale (49%).
- Par contre, les foyers d'une personne sont peu enclins (28%) à acheter des recharges savon liquide.

Assouplissant



➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté de l'assouplissant?

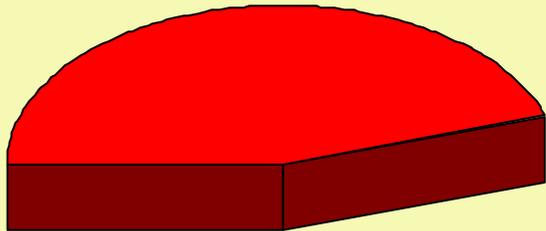
- Plus d'un Wallon sur deux a acheté au cours des quatre dernières semaines de l'assouplissant.

Différence par profil

- les 26-35 ans (65%) les principaux responsables d'achat (58%) et les familles nombreuses (79%) achètent de l'assouplissant plus souvent.
- Par contre, les Liégeois (39%) sont peu enclins à acheter de l'assouplissant.

Assouplissant concentré

Pas d'achat
41%



59%
Achat

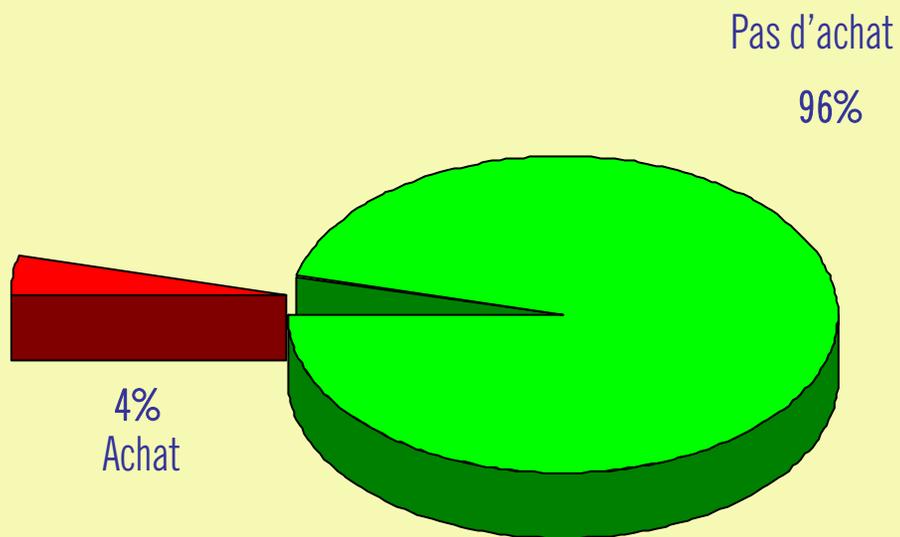
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté de l'assouplissant concentré?

- Plus d'un Wallon sur deux a acheté au cours des quatre dernières semaines de l'assouplissant concentré.

Différence par profil

- Les 36-45 ans (66%), les principaux responsables d'achat (62%), les familles de 3 personnes (75%) achètent de l'assouplissant concentré.
- Par contre, les Liégeois sont peu enclins (43%) à acheter de l'assouplissant.

Lingettes d'assouplissant



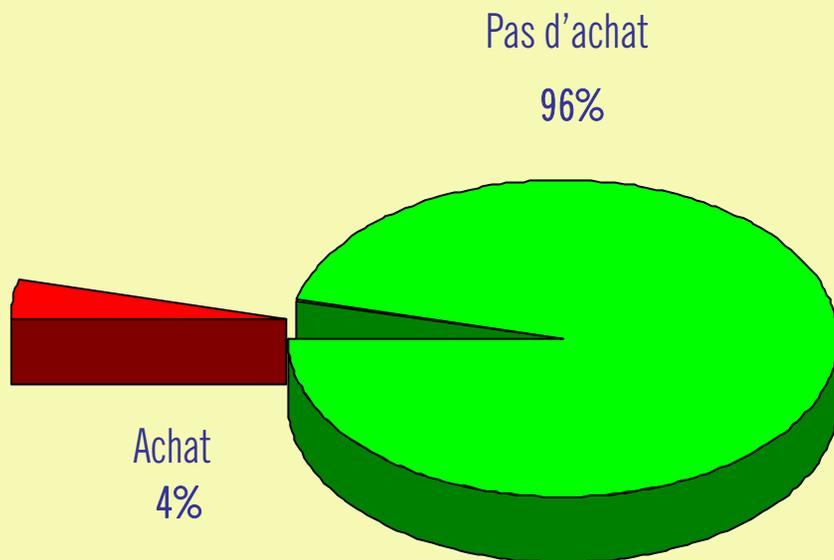
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des lingettes d'assouplissant?

- A peine 4 Wallons sur 100 ont acheté au cours des quatre dernières semaines des lingettes d'assouplissant.

Différence par profil

- Les habitants d'une commune rurale achètent plus facilement des lingettes d'assouplissant (11%).
- Par contre, les foyers d'une personne sont peu enclins (99%) à acheter de l'assouplissant en lingettes.

Pastilles d'assouplissant



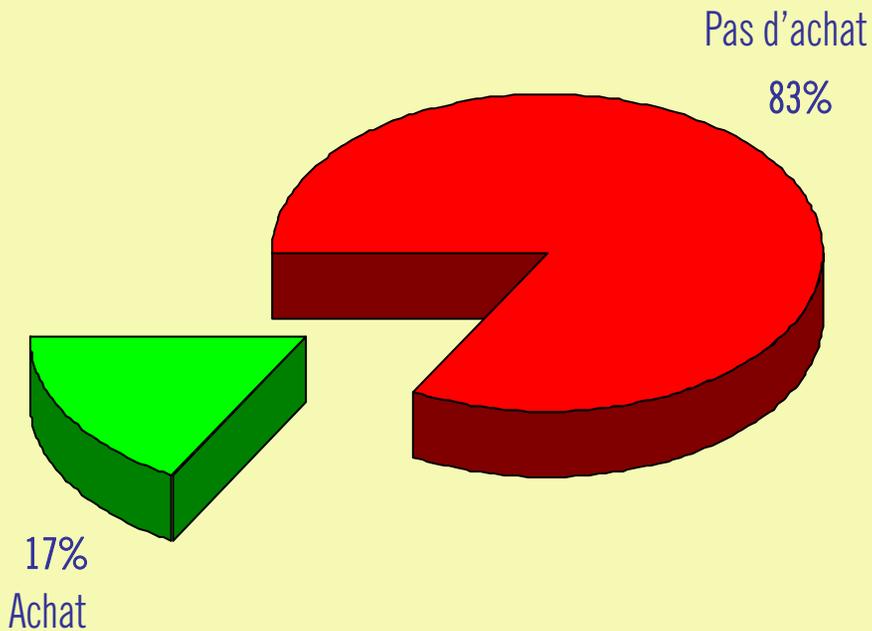
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des pastilles d'assouplissant?

- A peine 4 Wallons sur 100 ont acheté au cours des quatre dernières semaines des pastilles d'assouplissant.

Différence par profil

- Les habitants d'une banlieue (11%) achètent plus facilement des pastilles d'assouplissant.

Recharge d'assouplissant



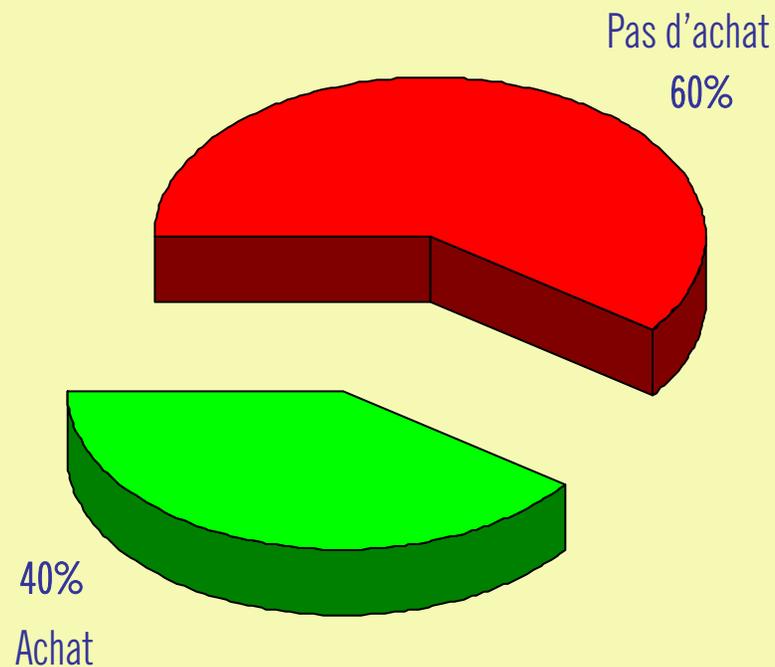
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des recharges d'assouplissant?

- A peine 1 Wallons sur 6 a acheté au cours des quatre dernières semaines des recharges d'assouplissant.

Différence par profil

- Les habitants des petites localités (27%), les ménages de 5 personnes (34%) et les groupes sociaux supérieurs (27%) achètent plus facilement des recharges d'assouplissant.
- Par contre, les plus de 60 ans (90%) sont moins enclins à ce type d'achat.

Coton tiges sachet



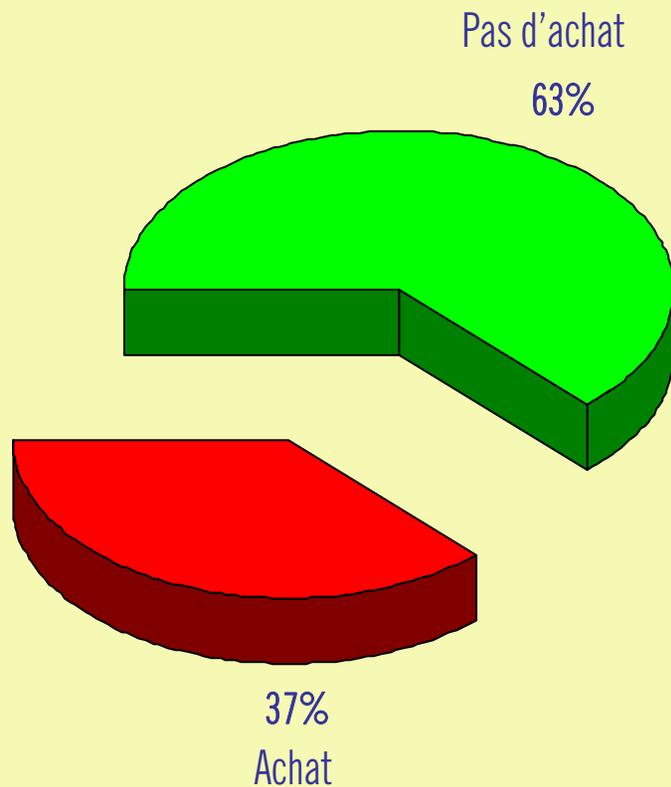
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des cotons tiges en sachet?

- 4 Wallons sur 10 ont acheté au cours des quatre dernières semaines des cotons tiges en sachet.

Différence par profil

- Les habitants d'une commune rurale, les ménages de 3 personnes et les groupes sociaux supérieurs achètent plus facilement des cotons tiges en sachet.
- Par contre, les plus de 60 ans sont moins enclins à ce type d'achat.

Coton tiges boîte rigide



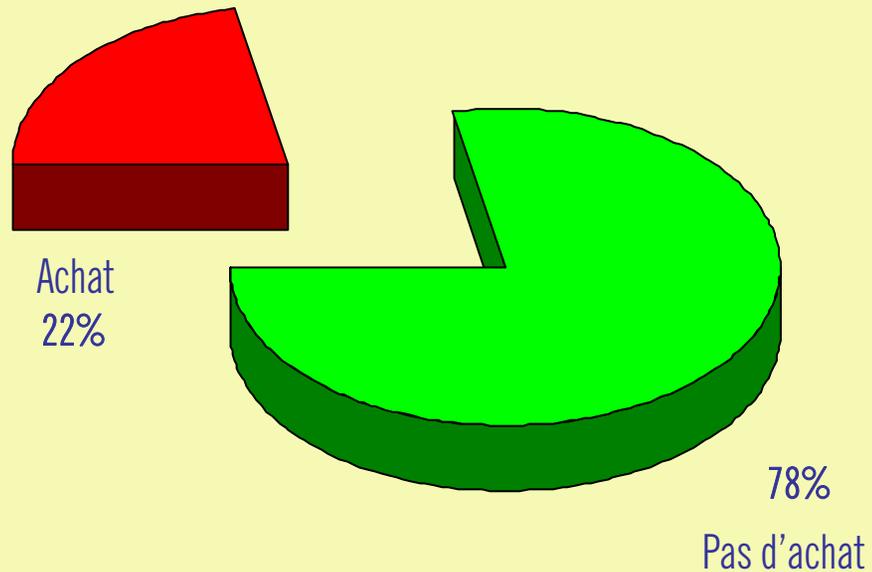
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des cotons tiges boîte rigide ?

- Un peu moins de 4 Wallons sur 10 ont acheté au cours des quatre dernières semaines des cotons tiges en boîte.

Différence par profil

- Les habitants de Charleroi (50%) et les principaux responsables d'achat (41%) achètent plus facilement des cotons tiges en boîte rigide.

Nettoyant vitres pistolet



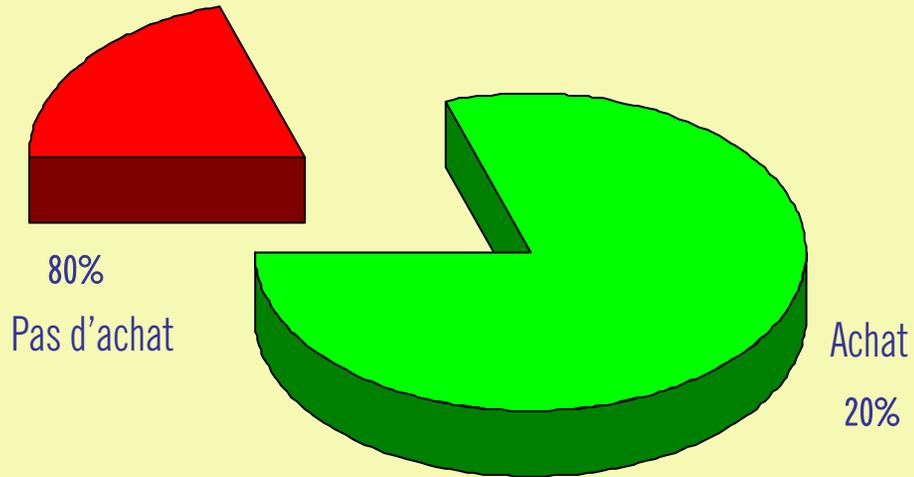
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté du nettoyant pour vitres en pistolet ?

- Un peu plus de 2 Wallons sur quatre a acheté au cours des quatre dernières semaines du nettoyant pour vitres en pistolet.

Différence par profil

- Les habitants des communes rurales (47%), les principaux responsables d'achat (25%), les groupes sociaux supérieurs (29%) et les moins de 25 ans (35%) achètent plus facilement du nettoyant pour vitres en pistolet.
- Par contre, les foyers d'une personne achète moins ce genre de produit.

Nettoyant vitres à diluer



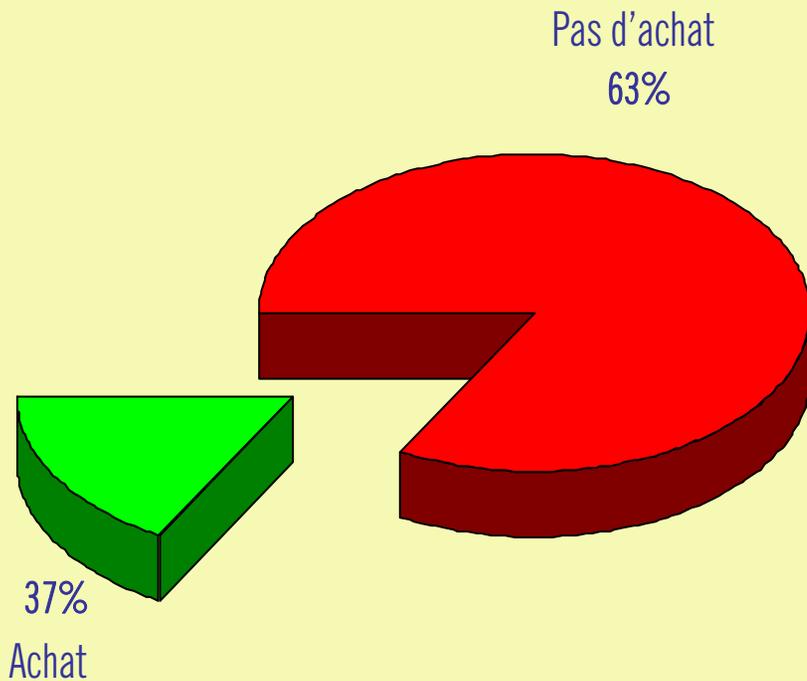
➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté du nettoyant pour vitres à diluer?

- Un Wallon sur cinq a acheté au cours des quatre dernières semaines du nettoyant pour vitres à diluer.

Différence par profil

- Les habitants de Charleroi (34%) et les principaux responsables d'achat (22%) achètent plus facilement du nettoyant vitre à diluer.

Recharge nettoyant vitres



➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des recharges de nettoyant pour vitres ?

- Un peu moins de 4 Wallons sur 10 ont acheté au cours des quatre dernières semaines des recharges de nettoyant pour vitres.

Différence par profil

- Les habitants de Charleroi (50%) et les principaux responsables d'achat (41%) achètent plus facilement des recharges de nettoyeur pour vitres.

Synthèse 1

- La perception de l'environnement
 - Majoritairement, les Wallons sont préoccupés par l'environnement (80%) et se déclarent prêts à s'investir concrètement dans la protection de l'environnement (99%). Si la volonté d'agir est quasi générale, les modes d'action sélectionnés ne sont pas toujours les plus efficaces.
 - Les efforts des consommateurs portent prioritairement sur des conduites curatives telles que le tri des déchets ménagers ou la remise des piles à la collecte sélective et sur des conduites qui permettent à la fois des gains financiers et écologiques comme les économies d'énergie.
 - Par contre, des comportements préventifs comme l'achat de produits respectueux de l'environnement ou la limitation de l'utilisation de la voiture sont moins pratiqués. Ces comportements nécessitent des changements d'habitudes, de mode de vie. Ils sont donc plus difficiles à adopter par des consommateurs qui n'en perçoivent pas toujours l'intérêt immédiat.

Synthèse 2

- Les achats

- Les bonnes nouvelles : Les lingettes jetables, souvent très polluantes, sont peu achetées, l'utilisation de produits éco labellisés ou en papier recyclé commence à se développer au sein de la population wallonne, les ampoules à économie d'énergie rencontrent un certain succès, les insecticides ménagers sont peu achetés.
- Les mauvaises nouvelles : les piles rechargeables (moins polluantes) connaissent un succès mitigé comparé aux ventes des piles jetables.
- Les produits concentrés et les recharges : Les boissons en emballage consigné connaissent un certain succès de même que les recharges de savons liquide pour les mains, les assouplissants concentrés, les cotons tiges en sachet et les nettoyeurs pour vitres à diluer. Nous nous réjouissons du peu de succès des lingettes d'assouplissant, des pastilles d'assouplissant et des nettoyeurs pour vitres en pistolet. Malheureusement les recharges d'assouplissant ne connaissent pas encore de succès. Par contre il est logique que les recharges pour pistolet de nettoyeur pour vitre ne soient pas beaucoup achetées puisque déjà les pistolets ne remportent pas un vif succès.

Recommandations

L'étude éco-consommation souligne la nécessité de développer une politique de prévention des déchets qui :

- Développe des campagnes de prévention avec des moyens suffisants et centrés sur la proximité.
- Insiste, lors de campagnes d'information, sur la prévention des déchets.
- Renforce la sensibilisation du consommateur en articulant les communications qui associent gains individuels (économie financière) et gains environnementaux.
- Encourage l'offre de produits écologiques crédibles et accessibles financièrement.
- Encourage l'offre et l'utilisation des recharges

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 — 314-05

D 2005-2492-40
©CRIOC

Prix : 87 €

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