



L'éco-consommation



Wallonie 2005

Enquête réalisée avec le soutien du Ministre Wallon de l'Environnement

CRIOC

Centre de Recherche en économie et
des Comportements des 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 individuels en matière d'économie de ressources
 - En fonction de variables socio-démographiques

Méthodologie

- 603 Interviews réalisées en face à face auprès des habitants de la Wallonie âgés de 18 ans et +.
- Field : 1er novembre – 15 décembre 2004.
- 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 3,1%.
- 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).

3

Partie 1 : L'environnement

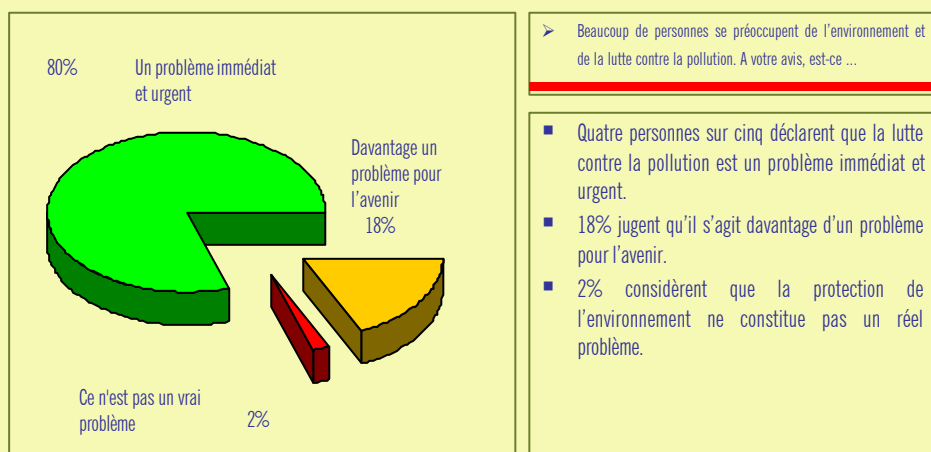
- L'environnement, sujet d'inquiétude
- Les déchets
- Les actions personnelles
- Les comportements environnementaux
- Politiques communales

4

1.1. L'environnement sujet d'inquiétude

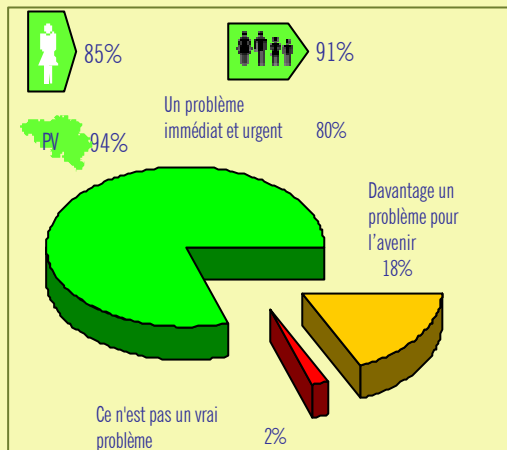
5

Environnement, sujet d'inquiétude 1



6

Environnement, sujet d'inquiétude 2

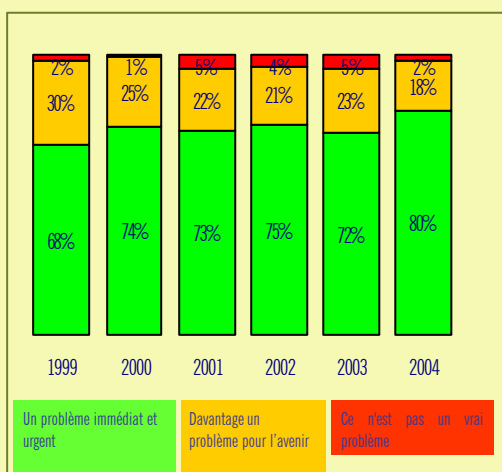


➤ Beaucoup de personnes se préoccupent de l'environnement et de la lutte contre la pollution. A votre avis, est-ce ...

- Les habitants de Liège, Charleroi ou de la périphérie des villes, les principaux responsables d'achat et les femmes, les familles nombreuses sont plus préoccupées par l'environnement.

7

Environnement, sujet d'inquiétude, 3



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

- Le caractère immédiat des problèmes liés à l'environnement connaît une croissance entre 1999 et 2004. Les Wallons seraient-ils plus conscients de l'urgence du problème ?
- En 1999, un sur trois estimait que ce problème constituait une préoccupation pour l'avenir et niait le caractère immédiat et urgent, aujourd'hui moins de un sur cinq nie encore le caractère immédiat.

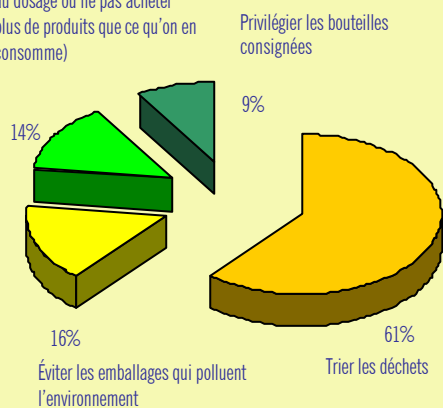
8

1.2. Les déchets

9

Réduction des déchets, 1

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



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

- Six personnes sur dix déclarent que pour produire moins de déchets, il faut d'abord les trier (!)
- 16% estiment qu'il faut éviter les emballages qui polluent l'environnement.
- 14% considèrent qu'il faut moins gaspiller.
- 9% proposent de privilégier les bouteilles consignées.

10

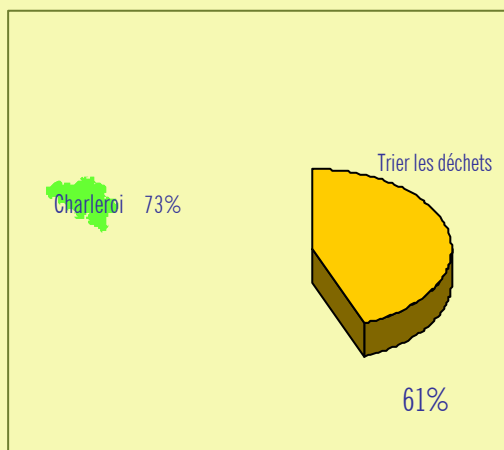
Réduction des déchets, 2

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...

11

Réduction des déchets, 3

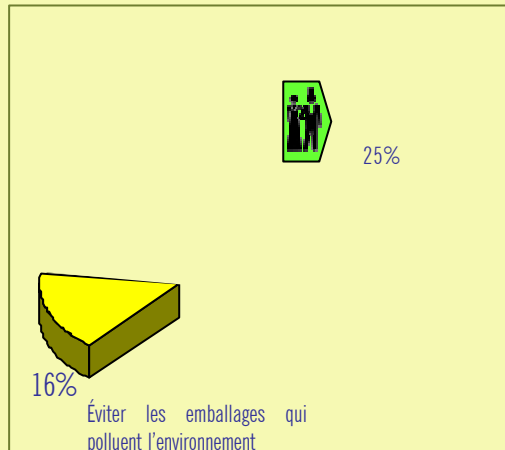


➤ Selon vous, pour produire moins de déchets, il faut d'abord ...

- Les habitants de Charleroi citent plus souvent le tri des déchets comme une solution à la réduction des déchets.

12

Réduction des déchets, 4

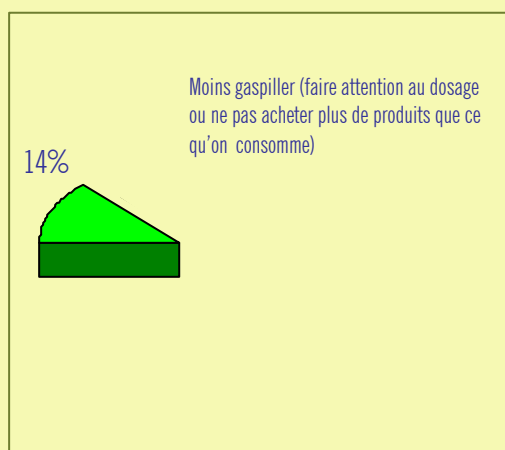


➤ Selon vous, pour produire moins de déchets, il faut d'abord...

- Les groupes sociaux supérieurs présentent l'évitement des emballages comme une solution à la réduction des déchets.

13

Réduction des déchets, 5

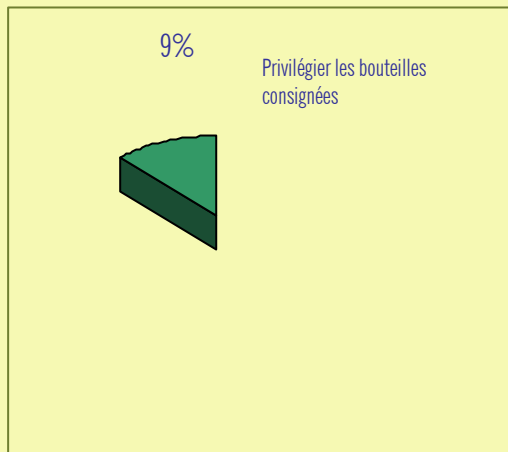


➤ Selon vous, pour produire moins de déchets, il faut d'abord...

- Pas de différences significatives selon les différentes catégories socio-démographiques.

14

Réduction des déchets, 6

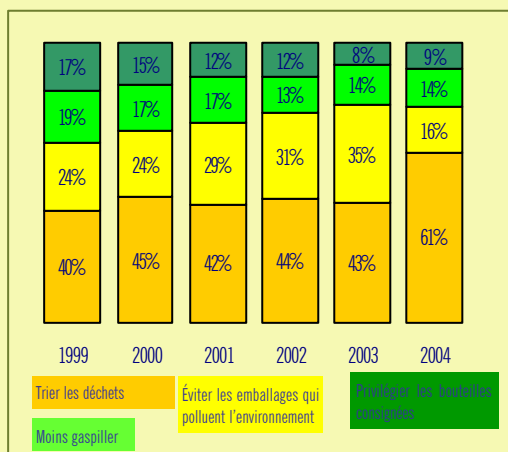


➤ Selon vous, pour produire moins de déchets, il faut d'abord...

- Pas de différences significatives selon les différentes catégories socio-démographiques.

15

Réduction des déchets, 7



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

- La hiérarchie des priorités selon les consommateurs connaît une tendance assez stable au cours des dernières années.
- En 2004, les Wallons privilégient le tri des déchets et disent éviter les emballages qui polluent l'environnement.
- Par contre, la lutte contre le gaspillage et l'utilisation des consignes sont en diminution constante; or ce sont des solutions plus efficaces.

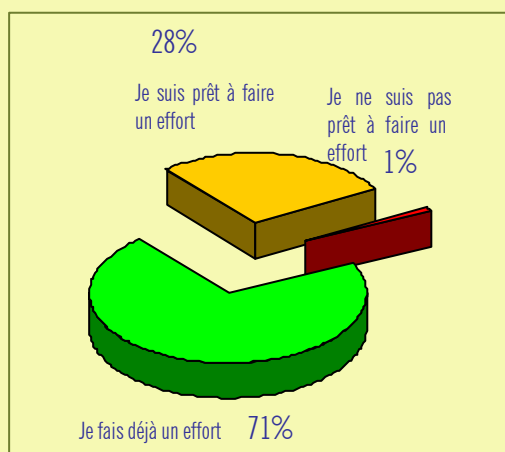
16

1.3. Actions personnelles

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

17

Perception générale de l'action personnelle, 1

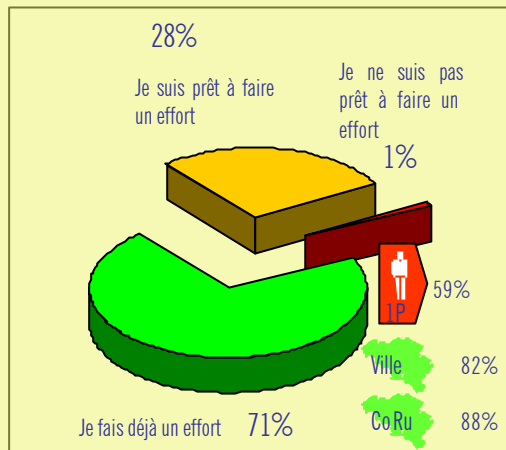


➤ Êtes-vous prêt(e) à faire un effort en tant que consommateur pour protéger l'environnement?

- 71% des Wallons déclarent faire un effort pour protéger l'environnement.
- A peine 1% déclarent ne pas être prêts à faire un effort.
- Les consommateurs se déclarent donc prêts à s'investir ou s'investissent déjà dans la protection de l'environnement.

18

Perception générale de l'action personnelle, 2

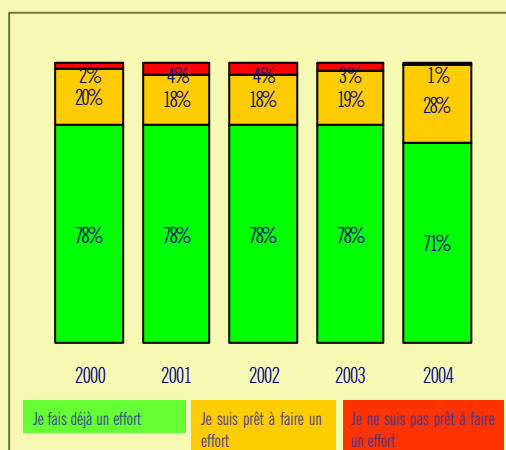


➤ Êtes-vous prêt(e) à faire un effort en tant que consommateur pour protéger l'environnement ?

- Les célibataires disent moins souvent qu'ils font déjà un effort.
- Les habitants des grandes villes wallonnes et des communes rurales estiment plus souvent qu'ils font déjà des efforts.

19

Perception générale de l'action individuelle,3

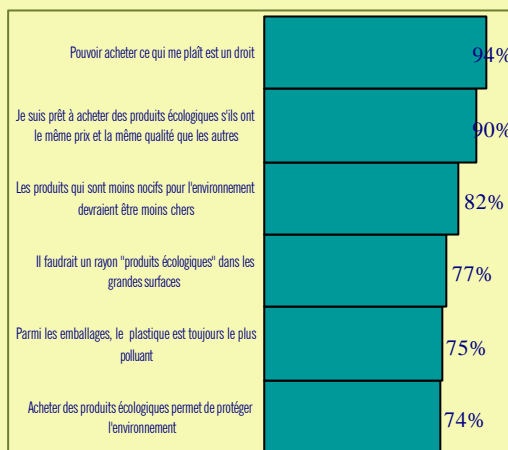


➤ Êtes-vous prêt(e) à faire un effort en tant que consommateur pour protéger l'environnement ?

- 7 Wallons sur 10 déclarent faire un effort en matière de protection de l'environnement.
- S'agit-il d'une prise de conscience et d'une volonté d'agir ?

20

Perception de l'implication personnelle, 1

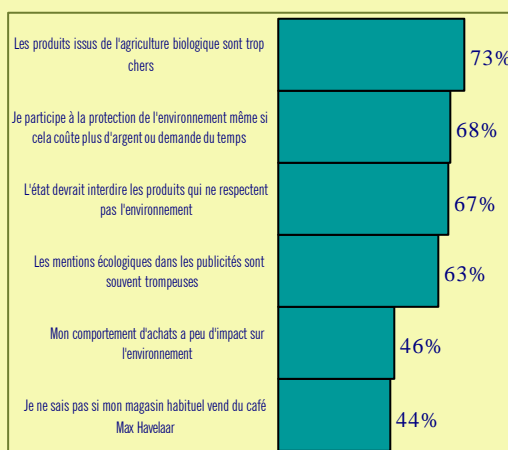


➤ Cote de perception.

- Majoritairement les consommateurs estiment qu'ils doivent pouvoir acheter ce qui leur plaît.
- De plus, ils ne sont prêts à acheter des produits écologiques, bio ou moins nocifs pour l'environnement que si leur prix est identique aux autres; selon eux, ces produits sont encore trop chers, même s'ils permettent de protéger l'environnement.
- Pour faciliter leurs achats, ils demandent la présence d'un rayon écologique dans les grandes surfaces.

21

Perception de l'implication personnelle, 2



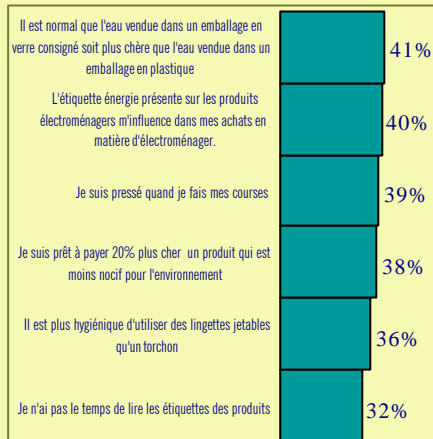
➤ Cote de perception.

- Ils sont 2 sur 3 à estimer participer à la protection de l'environnement et à demander que les pouvoirs publics interdisent les produits nocifs à l'environnement. Ils estiment aussi que les mentions écologiques sont souvent trompeuses.
- Ils sont plus de la moitié à estimer que leur comportement d'achat peut avoir un impact sur l'environnement et à savoir si leur magasin vend du café Max Havelaar.

% d'accord et de tout à fait d'accord.

22

Perception de l'implication personnelle, 3



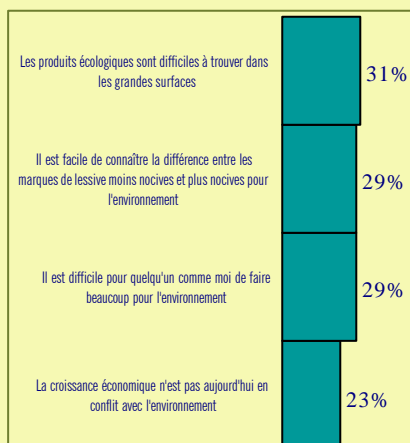
➤ Cote de perception.

- A nouveau, le différentiel de prix questionne le consommateur. Pour lui, l'eau en emballage de verre ne peut être plus chère (ce qui n'est pas le cas actuellement) et il n'est pas prêt à payer plus cher les produits moins nocifs pour l'environnement.
- A peine un consommateur sur trois se dit pressé au moment de faire ses courses, estime qu'il est plus hygiénique d'utiliser des lingettes jetables ou qu'il n'a pas le temps de lire les étiquettes des produits.

% d'accord et de tout à fait d'accord.

23

Perception de l'implication personnelle, 4



➤ Cote de perception.

- Si la plupart estiment qu'il est facile d'identifier les produits écologiques, il n'en reste pas moins vrai qu'à leurs yeux, la croissance économique et l'environnement peuvent souvent entrer en conflit.

% d'accord et de tout à fait d'accord.

24

Perception de l'implication personnelle

- Prix et produits écologiques
 - L'achat de produits écologiques ou favorables à l'environnement n'est possible chez les consommateurs que si les prix se situent à des niveaux équivalents ou inférieurs aux produits classiques. De plus, les consommateurs estiment qu'ils disposent du droit de pouvoir acheter ce qui leur plaît.
 - C'est pourquoi la variété des produits proposés et des différentiels de prix importants demeurent nécessaires à toute modification de comportement, surtout auprès des familles.
- Lien économie – environnement
 - Une majorité des consommateurs oppose croissance économique et protection de l'environnement, allant même jusqu'à s'interroger sur le rôle qu'ils peuvent jouer à titre personnel. En revanche, les consommateurs qui estiment qu'il n'y a pas de conflit entre protection de l'environnement et croissance économique, sont plus enclins à s'impliquer personnellement.
 - Ceux qui pensent que la croissance économique n'est pas en conflit avec l'environnement trouvent normal que l'eau en bouteille de verre soit plus coûteuse mais ne sont pas disposés à payer un produit écologique plus cher.

25

Perception de l'implication personnelle

- Rôle des pouvoirs publics
 - Les consommateurs estiment que les pouvoirs publics doivent opérer un arbitrage entre les produits respectueux de l'environnement et ceux qui le sont moins, notamment en interdisant ces derniers.

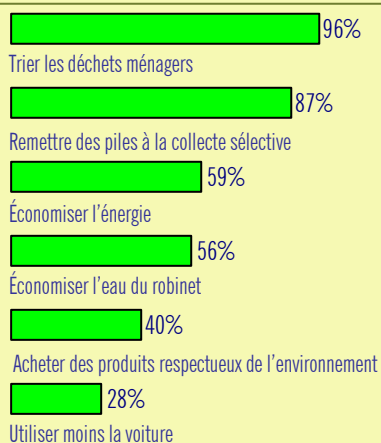
26

Perception de l'implication personnelle

- L'implication personnelle
 - L'implication personnelle dépend de la volonté de s'informer et de trouver des réponses. Ainsi, les consommateurs qui s'impliquent personnellement trouvent qu'il est facile de connaître la différence entre les marques de lessive moins nocives et plus nocives pour l'environnement. Plus le consommateur se sent impliqué, moins il trouve qu'il est plus hygiénique d'utiliser des lingettes jetables qu'un torchon, que les produits écologiques sont difficiles à trouver dans les grandes surfaces, ceci même s'il n'est pas toujours prêt à payer plus cher pour un produit moins nocif pour l'environnement.
 - A l'inverse, un consommateur qui estime qu'il est difficile pour quelqu'un comme lui de faire beaucoup pour l'environnement, trouve que son comportement d'achat a peu d'impact sur l'environnement, est pressé lorsqu'il fait ses courses, et pense que les produits issus de l'agriculture biologique sont trop chers.
 - Les 18-35 ans déclarent, en général, manquer d'information et en conséquence de ne pas pouvoir agir en faveur de l'environnement.

27

Efforts réalisés pour l'environnement, 1



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

- Les efforts réalisés portent prioritairement sur le tri des déchets ménagers, la remise des piles à la collecte sélective, l'économie d'énergie ou l'économie de l'eau du robinet.
- Par contre, la limitation de l'utilisation de la voiture ou l'achat de produits respectueux de l'environnement, sont pratiqués par moins d'un répondant sur deux.

28

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.
- Preuve que les critères écologiques se manifestent en bout de course et ne sont jamais 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.

29

Efforts réalisés pour l'environnement, 3

Des conduites écologiques coercitives ?

- 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 pour inciter aux comportements environnementaux.

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.
- 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.

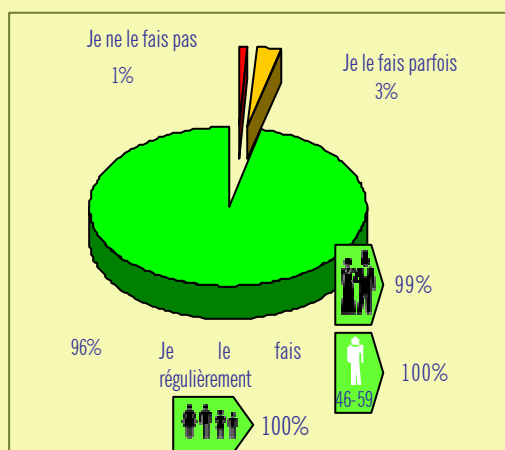
30

1.4. Comportements environnementaux

- Tri des déchets
- Autres comportements

31

Trier les déchets ménagers



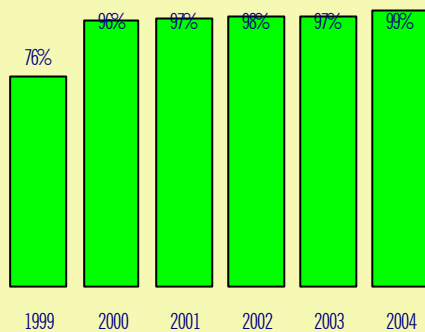
➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

- Les familles, les 46-59 ans et les groupes sociaux supérieurs considèrent que leurs efforts portent surtout sur le tri des déchets ménagers.

Répondants : ceux qui trient les déchets

32

Trier les déchets ménagers



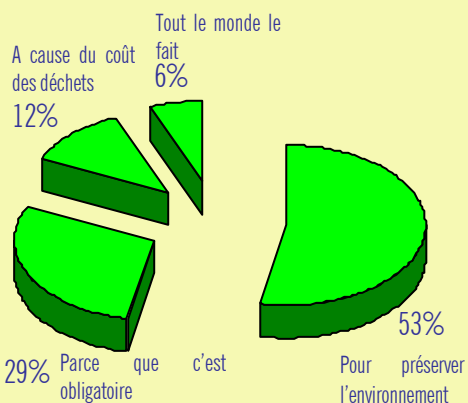
➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

- D'année en année, le tri des déchets s'impose auprès de la population. A peine 1% des Wallons déclarent ne pas trier leurs déchets.
- Toutes les communes wallonnes ont aujourd'hui une politique de tri des déchets.

Répondants : je le fais (régulièrement + parfois)

33

Trier les déchets ménagers



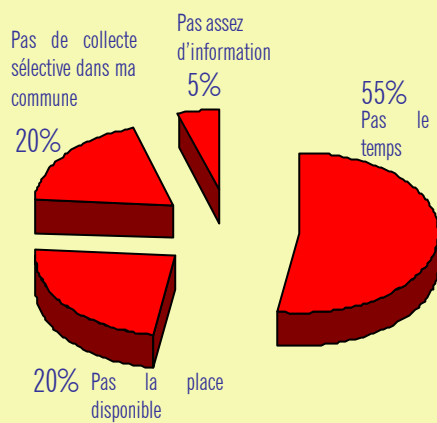
➤ Si vous triez vos déchets, pour quelle raison le faites-vous ?

- 5 Wallons sur 10 trient pour préserver l'environnement et à peine 3 sur 10 parce que c'est obligatoire.
- Pourtant l'environnement n'apparaît pas comme une motivation suffisante pour initier un changement de comportement.
- C'est pourquoi cet argument s'inscrit plus dans une justification a posteriori que comme un argument de choix.

Répondants : ceux qui trient les déchets

34

Trier les déchets ménagers



➤ Si vous ne triez pas les déchets, pour quelle raison (principale) ne le faites-vous pas ?

- Les raisons pour ne pas trier s'organisent autour du manque d'espace, de temps, de la difficulté ou de l'absence d'une collecte sélective (en porte à porte) dans la commune.

Répondants : ne trient pas les déchets

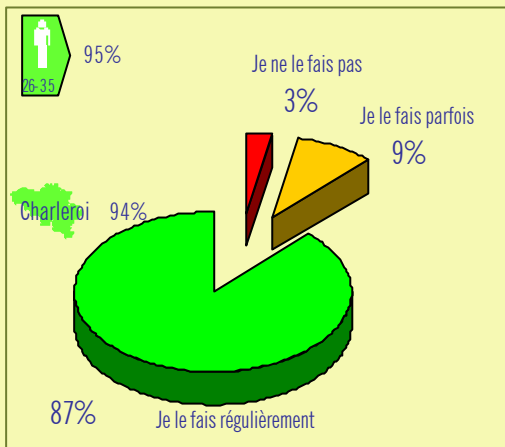
35

Autres comportements

- Piles et collecte sélective
- Économiser l'énergie
- Économiser l'eau du robinet
- Acheter des produits respectueux de l'environnement
- Utiliser moins la voiture
- Compostage

36

Remettre les piles à la collecte sélective

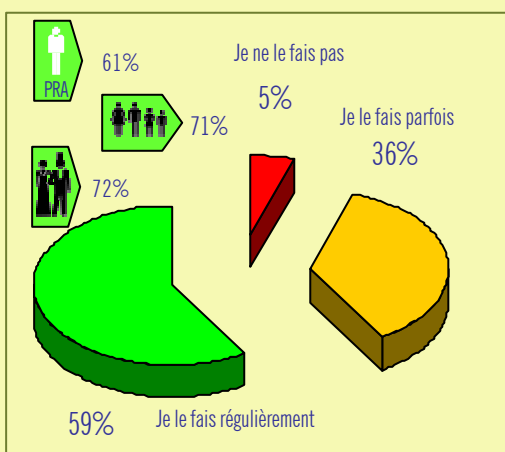


➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts?

- La remise des piles à la collecte sélective est fortement influencée par l'âge. Ainsi, les plus jeunes adoptent moins régulièrement ce comportement, tandis que les seniors ou les groupes sociaux inférieurs le pratiquent régulièrement, comme les habitants des communes rurales.

37

Économiser l'énergie

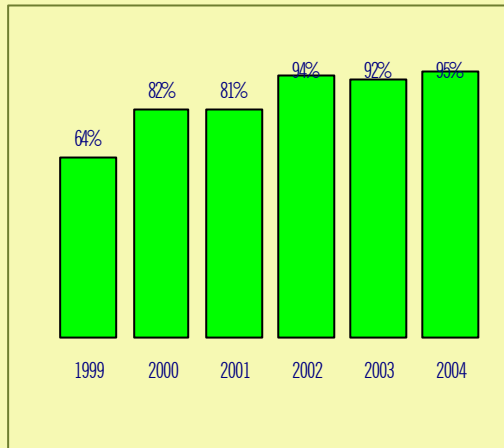


➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts?

- Les principaux responsables d'achat, les familles et les groupes sociaux supérieurs déclarent qu'ils économisent régulièrement l'énergie.

38

Économiser l'énergie



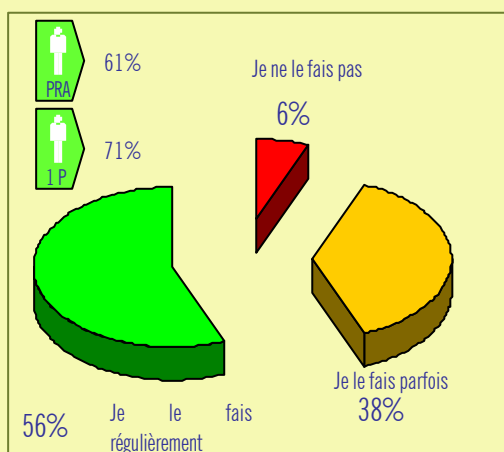
➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

- Les déclarations concernant les économies d'énergie ont connu entre 1999 et 2004 une croissance significative.
- Ces efforts ne se traduisent pas encore par une inflexion de la consommation résidentielle. Mais ces résultats sont encourageants et traduisent probablement un changement d'attitude suite aux campagnes de sensibilisation menées autour des objectifs du protocole de Kyoto.

Répondants : je le fais (régulièrement ⇌ parfois)

39

Économiser l'eau du robinet

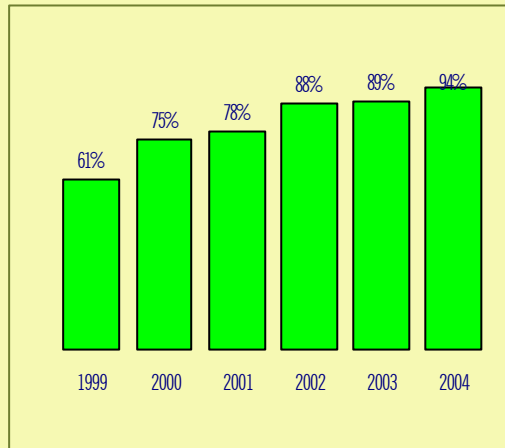


➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

- Six consommateurs sur dix déclarent qu'ils économisent l'eau du robinet.
- Les principaux responsables d'achat et les célibataires déclarent qu'ils économisent régulièrement l'eau du robinet.

40

Économiser l'eau du robinet



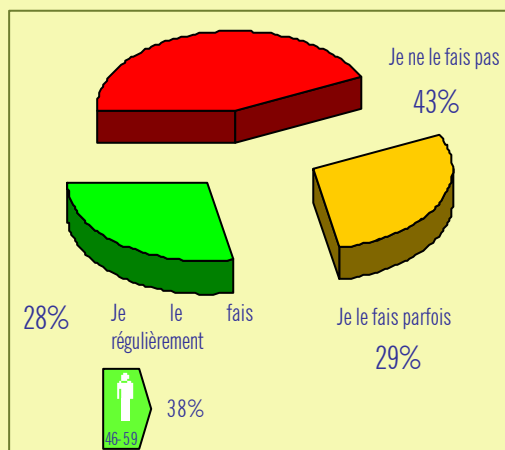
➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

- Aux dires des interviewés, leurs déclarations sur les économies d'eau du robinet ont connu entre 1999 et 2004 une croissance significative.

Répondants : je le fais (régulièrement + parfois)

41

Utiliser moins la voiture

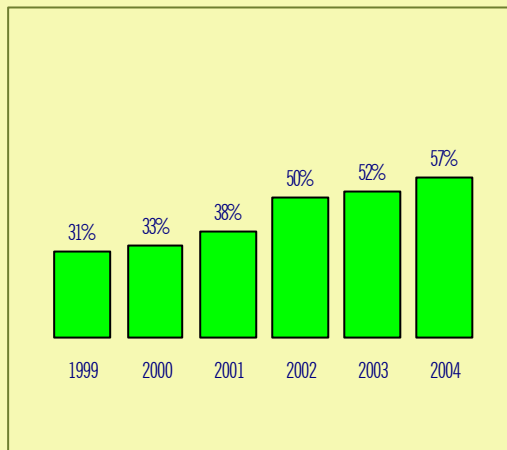


➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

- La diminution de l'utilisation de la voiture est spécifique aux 46-59 ans.
- 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.

42

Utiliser moins la voiture



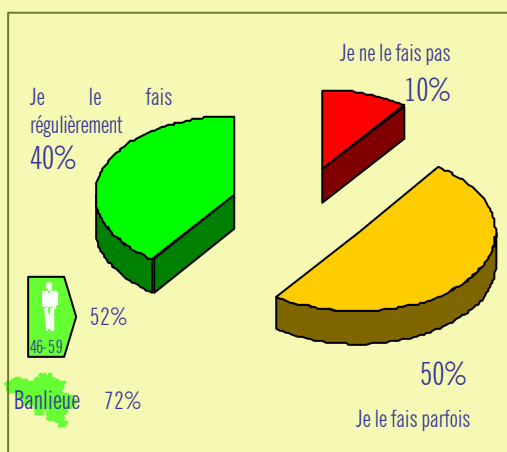
➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

- La diminution de l'utilisation de la voiture connaît une croissance certaine dans les déclaratifs. Certes, celle-ci est souvent occasionnelle et réservée à certaines catégories socio-professionnelles spécifiques.

Répondants : je le fais (régulièrement + parfois)

43

Acheter des produits respectueux de l'environnement

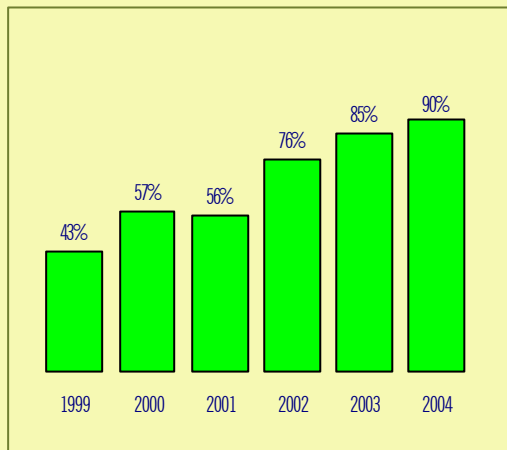


➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

- Les 46-59 ans et les habitants des banlieues déclarent plus souvent qu'ils achètent des produits respectueux de l'environnement.

44

Acheter des produits respectueux de l'environnement



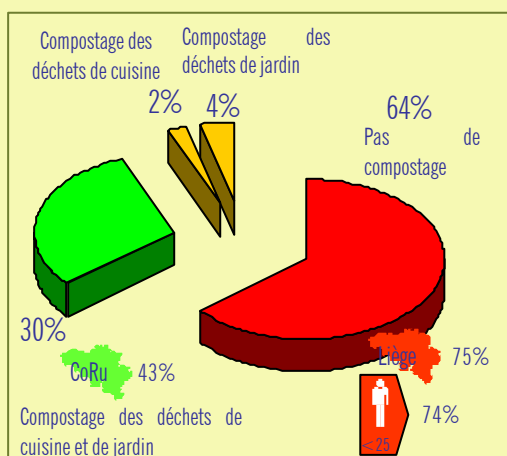
➤ Si vous avez fait des efforts, sur quoi portent ces efforts ?

- L'achat de produits respectueux de l'environnement connaît une croissance certaine. Même si celle-ci est souvent occasionnelle.
- Il est vrai que l'offre s'élargit d'année en année.

Répondants : je le fais (régulièrement + parfois)

45

Compostage

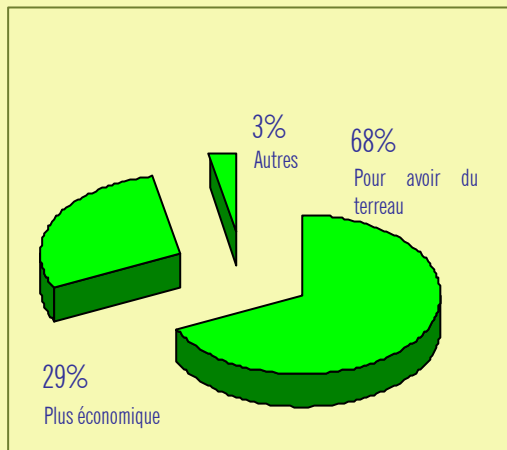


➤ Compostez-vous les déchets de cuisine et de jardin ?

- 2 Wallons sur 3 ne compostent pas. Ils sont plus nombreux à composter dans les communes rurales et moins nombreux à le faire dans les villes telles que Liège ou parmi les moins de 25 ans.
- En ville, l'espace disponible et l'intérêt pour disposer de terreau sont plus limités.

46

Compostage



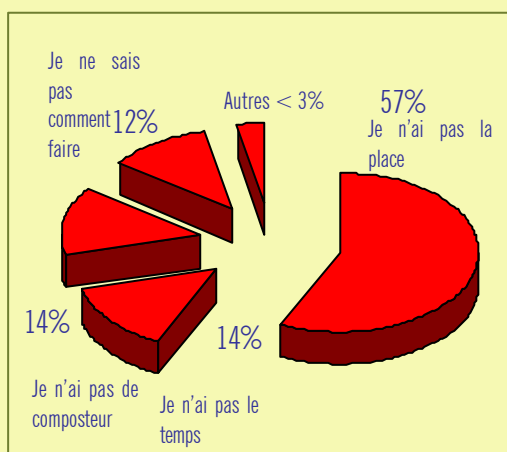
➤ Si vous compostez, pour quelle raison (principale) le faites-vous ?

- 4 Wallons sur 10 compostent avant tout pour un motif pratique : avoir du terrain.
- Les autres motifs évoqués sont les gains environnementaux et économiques ou la diminution des déchets.

Répondants : ceux qui compostent

47

Compostage



➤ Si vous ne compostez pas, quelle est la raison principale pour laquelle vous ne le faites pas ?

- Les raisons pour ne pas compostier s'organisent autour du manque d'espace, de matériel ou de temps.

Répondants : ceux qui ne compostent pas

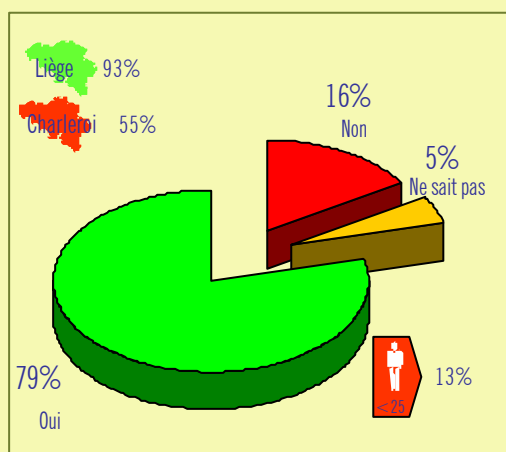
48

1.5. Politiques communales

- Tri des déchets
- Sac payant
- Container à puce

49

Commune et tri

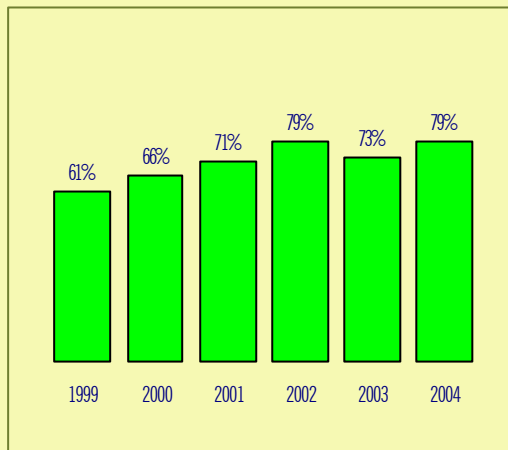


➤ Est-ce que le tri des déchets est obligatoire dans votre commune ?

- 79% des Wallons habitent dans des communes où le tri est obligatoire (sacs payants et poubelles à puce). Toutefois, 5% ne le savent pas.
- Les habitants de Liège (présence de poubelles à puce) estiment que le tri est obligatoire dans leur commune, à l'inverse des habitants de Charleroi.
- 13% des hommes ne savent pas préciser si le tri est obligatoire ou pas dans leur commune. Peut-être parce qu'ils ne trient pas personnellement les déchets.

50

Commune et tri

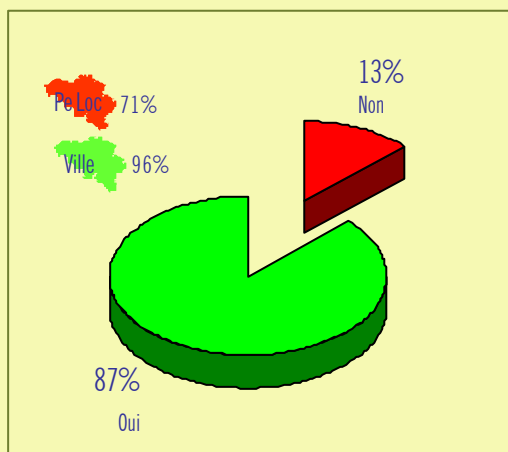


➤ Est-ce que le tri des déchets est obligatoire dans votre commune ?

- D'année en année, le tri obligatoire des déchets s'impose auprès de la population. De plus en plus de communes adoptent des systèmes de taxation des déchets en fonction de la production. Ce qui rend le tri obligatoire.

51

Commune et sac payant

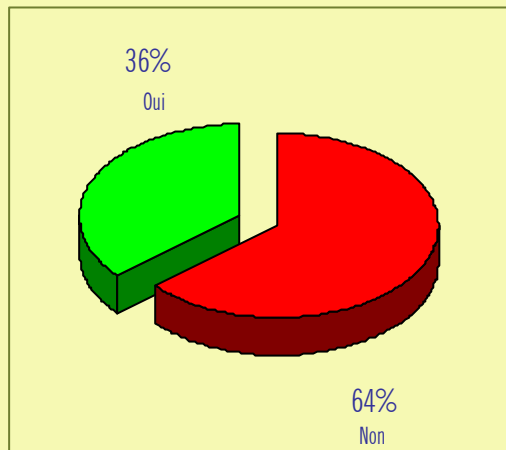


➤ Est-ce qu'il y a un système de sacs communaux payants dans votre commune ?

- La majorité des communes wallonnes utilisent le système de sacs payants.
- Ce système est moins présent dans les petites localités et plus développé dans les villes et les centres urbains.

52

Commune et container à puce



➤ Est-ce qu'il y a un système de containers à puce dans votre commune ?

■ Une minorité de communes wallonnes utilisent le système de container à puce.

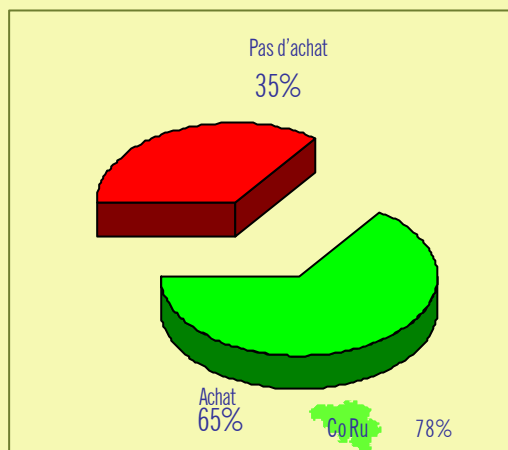
53

Partie 2 : Achats

- 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
- Publicités toutes-boîtes
- Sacs de caisse

54

food : boissons en emballage consigné

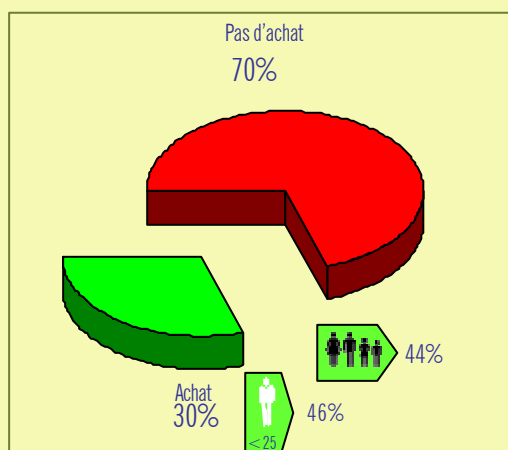


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des boissons en emballage consigné ?

- 2 Wallons sur 3 achètent des boissons en emballage consigné. 1 Wallon sur 3 n'en achète pas.
- Les habitants des communes rurales sont plus enclins à acheter des boissons en emballage consigné.
- L'augmentation du montant des écobonis devrait encore renforcer l'achat de boissons en emballage consigné.

55

Non food : lingettes jetables

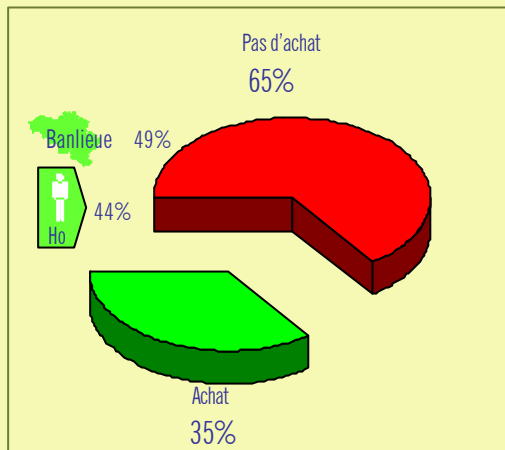


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des lingettes jetables ?

- Bonne nouvelle : 7 Wallons sur 10 n'achètent pas de lingettes jetables.
- Les moins de 25 ans et les familles nombreuses 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.

56

Non food : piles rechargeables

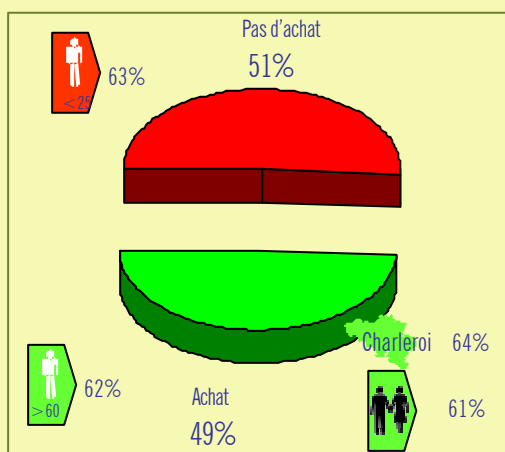


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des piles rechargeables ?

- 2 Wallons sur 3 n'achètent pas de piles rechargeables.
- Ils sont plus nombreux à acheter ce type de pile parmi les hommes résidant en banlieue.

57

Non food : piles jetables

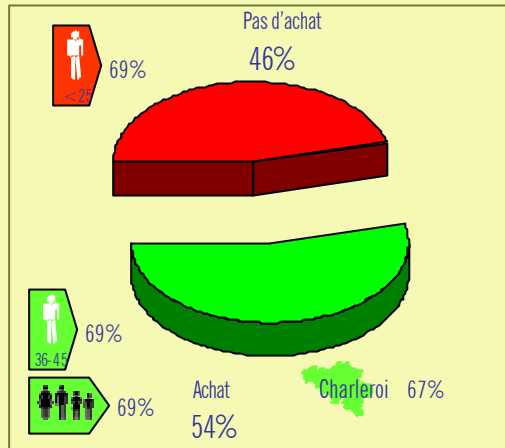


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des piles jetables ?

- 1 Wallon sur 2 n'a pas acheté de piles jetables.
- Ils sont plus nombreux à ne pas en acheter parmi les moins de 25 ans.
- Par contre, les personnes plus âgées, les habitants de Charleroi et les groupes sociaux inférieurs achètent plus facilement des piles jetables.

58

Non food : ampoules à économie d'énergie

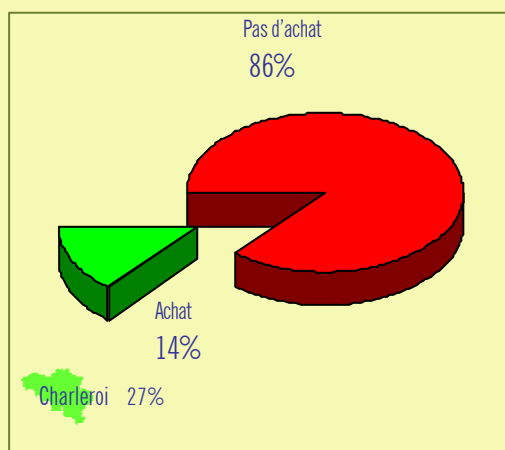


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des ampoules à économie d'énergie ?

- 1 Wallon sur 2 a acheté au cours des quatre dernières semaines des ampoules à économie d'énergie.
- Ils sont plus nombreux parmi les 36-45 ans, les familles nombreuses et les habitants de Charleroi.
- Par contre, les moins de 25 ans achètent moins facilement des ampoules à économie d'énergie.

59

Non food : insecticides ménagers

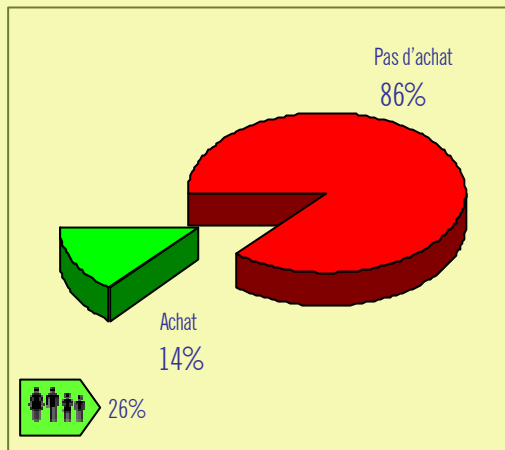


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des insecticides ménagers ?

- 1 Wallon sur 7 a acheté au cours des quatre dernières semaines des insecticides ménagers.
- Ils sont plus nombreux parmi les habitants de Charleroi où le taux d'achat atteint le double des répondants.

60

Non food : peintures et vernis naturels

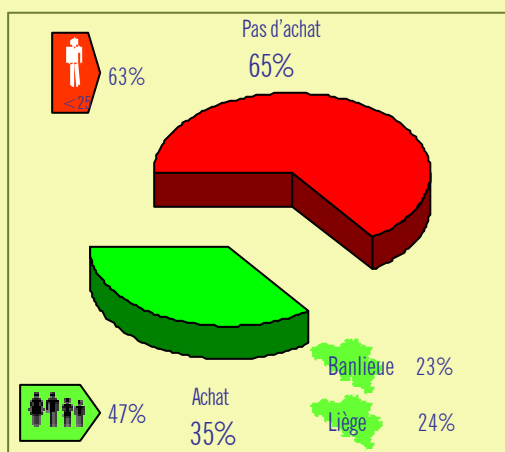


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des peintures et vernis naturels ?

- 1 Wallon sur 7 a acheté au cours des quatre dernières semaines des peintures et des vernis naturels.
- Ils sont plus nombreux parmi les familles nombreuses.

61

Non food : essuie-tout éco-labellisé

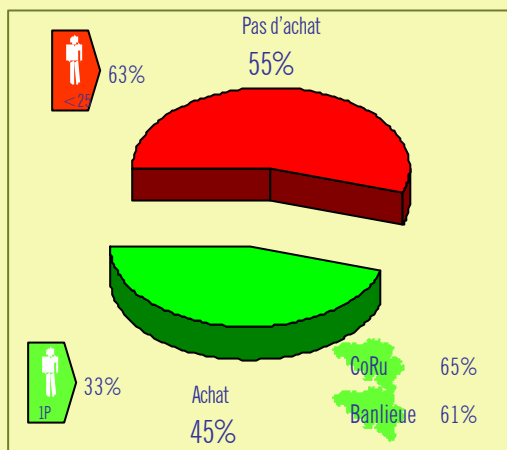


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des essuies-tout portant l'écolabel européen ?

- 1 Wallon sur 3 a acheté au cours des quatre dernières semaines de l'essuie-tout éco-labellisé. Ce résultat est fort probablement surestimé.
- Ils sont plus nombreux parmi les familles nombreuses.
- Par contre, les habitants de Liège et des banlieues achètent moins facilement de l'essuie-tout éco-labellisé.

62

Non food : essuie-tout en papier recyclé

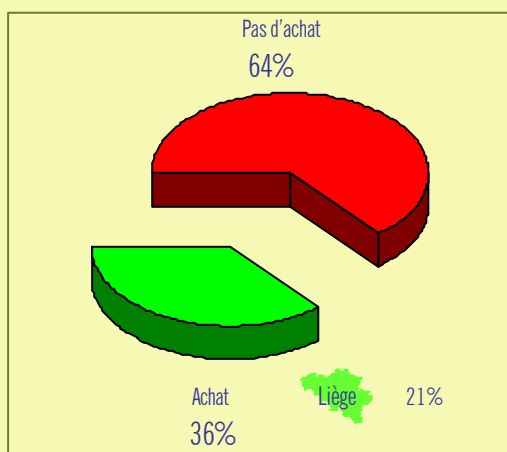


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des essuies-tout en papier recyclé ?

- Quasi un Wallon sur deux a acheté au cours des quatre dernières semaines de l'essuie-tout en papier recyclé. Ce résultat est fort probablement surestimé.
- Ils sont plus nombreux parmi les habitants des communes rurales ou des banlieues.
- Par contre, les célibataires achètent moins facilement de l'essuie-tout en papier recyclé.

63

Non food : papier toilette éco-labellisé

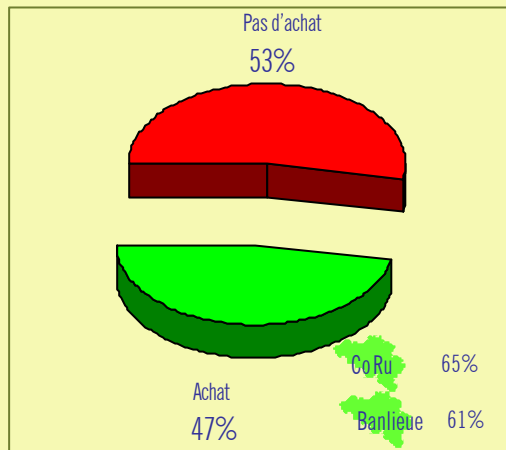


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté du papier toilette portant l'écolabel européen ?

- 1 Wallon sur 3 a acheté au cours des quatre dernières semaines du papier de toilette éco-labellisé. Ce résultat est fort probablement surestimé.
- Ils sont moins nombreux parmi les Liégeois.

64

Non food : papier toilette en papier recyclé

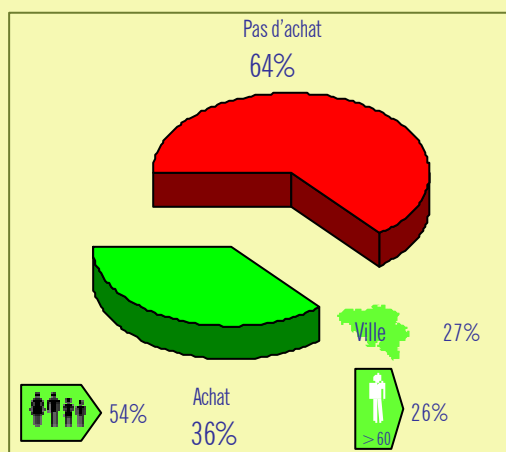


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté du papier de toilette en papier recyclé ?

- Quasi un Wallon sur deux a acheté au cours des quatre dernières semaines du papier de toilette en papier recyclé. Ce résultat est fort probablement surestimé
- Ils sont plus nombreux parmi les habitants des communes rurales ou des banlieues.

65

Non food : cahier bloc de feuilles en papier recyclé

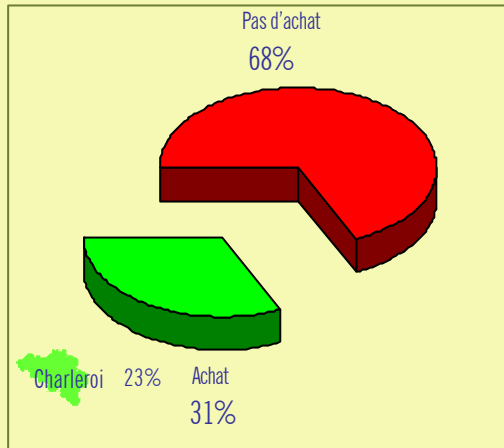


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des cahiers, des blocs de feuilles en papier recyclé ?

- 1 Wallon sur trois a acheté au cours des quatre dernières semaines des cahiers, des blocs de feuilles en papier recyclé.
- Ils sont plus nombreux parmi les familles nombreuses.
- Par contre, les habitants des villes et les plus de 60 ans achètent moins facilement des cahiers, des blocs de feuilles en papier recyclé car leurs besoins dans ces articles sont moins importants.

66

Non food : papier à copier en papier recyclé

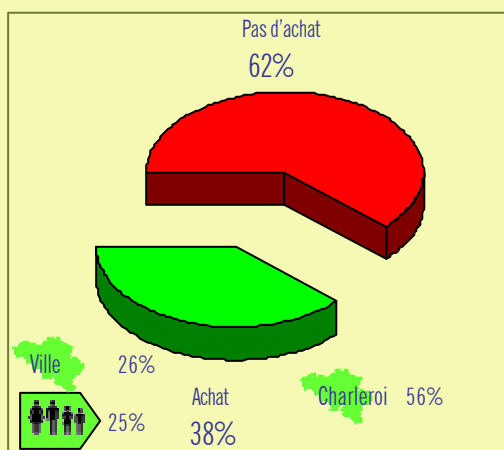


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté du papier à copier recyclé ?

- 1 Wallon sur trois a acheté au cours des quatre dernières semaines du papier à copier recyclé.
- Ils sont moins nombreux parmi les habitants de Charleroi.

67

Non food : enveloppes en papier recyclé

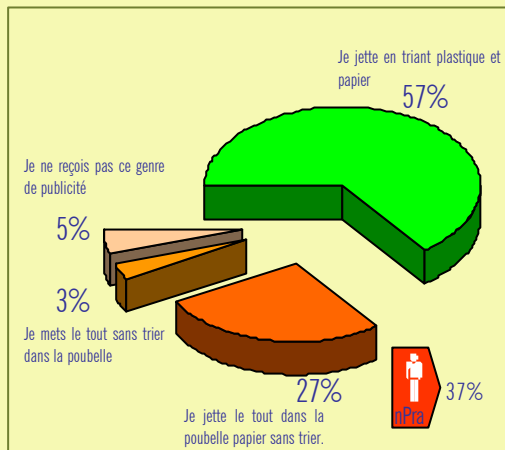


➤ Au cours des quatre dernières semaines, avez-vous acheté des enveloppes recyclées ?

- Plus d'1 Wallon sur trois a acheté au cours des quatre dernières semaines des enveloppes en papier recyclé.
- Ils sont plus nombreux parmi les habitants de Charleroi.
- Par contre, les habitants des villes et les familles nombreuses achètent moins facilement des enveloppes en papier recyclé.

68

Publicités toutes boîtes

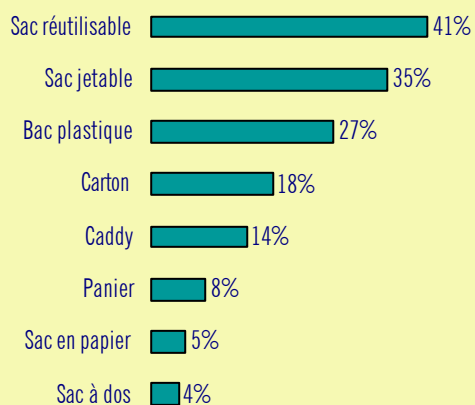


➤ Que faites-vous, quand vous recevez des publicités « toutes-boîtes » dans un film plastique après les avoir lues ?

- 6 Wallons sur 10, après avoir lu les publicités toutes-boîtes les trient en séparant plastique et papier.
- 2 sur 10 les jettent soit dans la poubelle « papier » sans trier. Ce sont majoritairement des hommes, non responsables des achats du ménage.
- Ce type de publicité augmente le pourcentage de déchets mal triés.

69

Courses et emballages



➤ La dernière fois que vous avez fait vos courses, avez-vous utilisé... ?

- Quatre consommateurs sur dix utilisent des sacs réutilisables, près d'un sur trois des bac plastiques et dans une moindre mesure, carton, caddy, panier, sac en papier et sac à dos.
- Un consommateur sur trois utilise encore des sacs jetables
- En moyenne, chaque consommateur utilise 2 systèmes d'emballage différents.
- L'offre d'un type d'emballage disponible au point de vente conditionne très souvent le choix du consommateur. C'est ainsi que le sac réutilisable a détrôné le sac jetable.

70

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.

71

Synthèse 2

- Les achats
 - Les bonnes nouvelles : Les lingettes jetables, souvent très polluantes, sont peu achetées, l'utilisation de produits écolabelisés 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 publicités toutes boîtes emballées dans un film plastique sont le plus souvent jetées après un tri préalable par les consommateurs.
 - Les mauvaises nouvelles : les piles rechargeables (moins polluantes) connaissent un succès mitigé comparé aux ventes des piles jetables.
- Les emballages de course et sacs de caisse
 - En matière d'emballage des courses, les consommateurs sont de plus en plus nombreux à utiliser sacs réutilisables, cartons et bacs plastiques, ce qui est une bonne nouvelle.

72

Synthèse 3

La spécificité des jeunes adultes

- La plupart des jeunes adultes (moins de 25 ans) adoptent plus rarement des comportements de prévention en matière de déchets et de consommation durable. Ils constituent le groupe d'âge à la fois le moins sensible et le moins informé de la problématique.
- Ce constat plaide en faveur de campagnes de sensibilisation à destination de l'enseignement secondaire et supérieur.

73

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.
- Précise et encourage les actions concrètes que les consommateurs peuvent mener en matière de prévention
- Cible davantage en fonction des produits, des pratiques et des sous-régions
- Cible en particulier les jeunes adultes (notamment au travers de l'enseignement secondaire et supérieur, et de medias ad hoc).
- Encourage l'offre de produits écologiques crédibles et accessibles financièrement.

74

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 – 287-05

D 2005-2492-2
©CRIOC

Prix : 75 €

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