

La prévention des déchets



Wallonie 2008



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 sur les préoccupations des Wallons pour l'environnement. Cette enquête permet d'alimenter le baromètre de la prévention des déchets en région wallonne.
- Ce baromètre quantifie différents éléments, en fonction de variables sociodémographiques :
 - Perceptions et attitudes des Wallons vis-à-vis de l'environnement et de la prévention des déchets;
 - Perceptions vis-à-vis des actions menées en matière de prévention des déchets;
 - Comportements d'achat, produits achetés et emballages;
 - Comportements en matière d'économie de ressources et de prévention des déchets.
- Ce travail est effectué dans le cadre de la convention Eco-consommation signée avec le Ministre Wallon de l'Environnement.

Méthodologie

- 625 interviews téléphoniques auprès des habitants de la Wallonie âgés de 18 ans et +.
- Field : mai 2008.
- 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 3,8 %.
- 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 : Attitudes générales

- Les sujets d'inquiétude des habitants de Wallonie
- L'environnement, un sujet d'inquiétude ?
- Attitudes générales vis-à-vis de l'environnement
- Attitudes et comportements vis-à-vis de la prévention des déchets
- Perception de l'implication personnelle et des efforts réalisés
- Perception et connaissance des actes permettant la prévention des déchets

Les sujets d'inquiétude des habitants de Wallonie



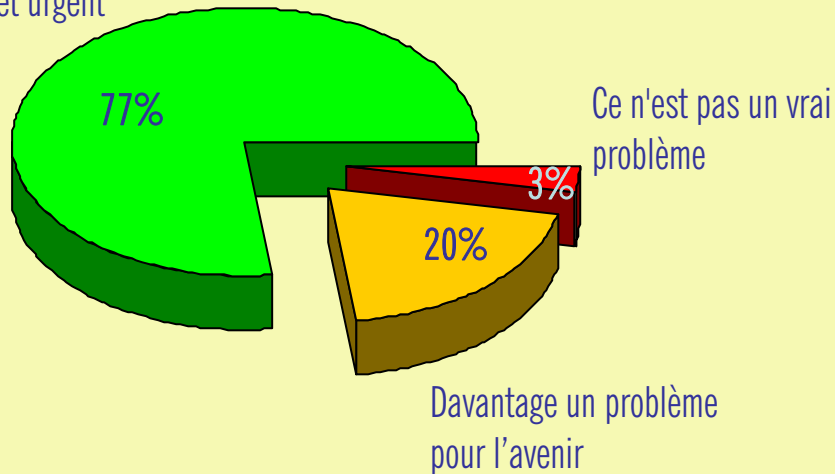
➤ Lorsque vous pensez à la situation en Belgique aujourd'hui, qu'est ce qui vous inquiète le plus?

- Le sujet d'inquiétude majeur des Wallons en 2008 est le pouvoir d'achat et la hausse des prix (35%). C'est encore plus frappant si on ajoute à cela l'inquiétude liée spécifiquement au prix de l'énergie (4%).
- L'éclatement de la Belgique occupe la deuxième position (17%) et la situation politique incertaine de la Belgique est citée spontanément par 5% des répondants.
- Le chômage est cité par 10% des répondants.
- Contrairement aux années antérieures, la dégradation de l'environnement (4%) et le réchauffement climatique (2%) sont relégués bien loin derrière les préoccupations socio-économiques et politiques.

Base : répondants — plusieurs réponses possibles en spontané

Environnement, sujet d'inquiétude 1

Un problème immédiat
et urgent



➤ La protection de l'environnement et la lutte contre la pollution. A votre avis, est-ce ...

- 77% des répondants estiment que la protection de l'environnement et la lutte contre la pollution est un problème immédiat et urgent.
- 20% pensent qu'il s'agit davantage d'un problème pour l'avenir.
- 3% considèrent que la protection de l'environnement ne constitue pas un réel problème.

Base : répondants

Environnement, sujet d'inquiétude 2

- Les personnes âgées de **30 à 39 ans** sont plus nombreuses que la moyenne à estimer que la dégradation de l'environnement et la lutte contre la pollution est un **problème immédiat et urgent** (87% versus 77% en moyenne).
- Les **jeunes de 18 à 29 ans** estiment quant à eux plus largement que la dégradation de l'environnement et la lutte contre la pollution est d'avantage un **problème pour l'avenir** (32% versus 20% en moyenne).
- Les **habitants des petites localités wallonnes** sont plus nombreux à penser que la dégradation de l'environnement et la lutte contre la pollution est un **problème immédiat et urgent** (89% versus 77% en moyenne) alors que les **habitants des communes rurales wallonnes** le considèrent plus comme un **problème pour l'avenir** (13% contre 3% en moyenne).

Responsabilité vis-à-vis des problèmes environnementaux 1

En matière d'environnement, les pouvoirs publics ne contrôlent pas assez



Les produits les plus polluants devraient être plus taxés



Les produits les plus polluants devraient être éliminés du marché



Les industries sont les principaux responsables des problèmes environnementaux



➤ Voici une série de phrases que des gens nous ont dites. Etes-vous d'accord avec cette proposition?

- 85% des répondants pensent que les autorités publiques ne contrôlent pas suffisamment.
- Près de 8 personnes sur 10 considèrent que les produits les plus polluants devraient être plus taxés et 7 personnes sur 10 pensent même qu'ils devraient être éliminés du marché.
- 6 personnes sur 10 attribuent la responsabilité principale des problèmes environnementaux aux industries.

Base : répondants

Responsabilités vis-à-vis des problèmes environnementaux 2

- Les habitants des petites localités wallonnes et les habitants des banlieues sont encore plus nombreux à considérer qu'en matière d'environnement, les pouvoirs publics ne contrôlent pas assez (respectivement 97% et 95% contre 85% en moyenne).
- Les jeunes de 18 à 29 ans estiment moins que les autres que les industries sont les principales responsables des problèmes environnementaux (52% versus 64%). Ils sont aussi moins nombreux à préconiser que les produits les plus polluants soient éliminés du marché (53 % contre 68% en moyenne).
- Au contraire, les habitants des petites localités wallonnes sont plus nombreux à attribuer la responsabilité des problèmes environnementaux aux industries (84% versus 64% en moyenne) et considèrent que les produits les plus polluants devraient être plus taxés (90% contre 79% en moyenne).
- Les personnes de 30 à 39 ans considèrent également plus que la moyenne que les produits les plus polluants devraient être plus taxés (89% contre 79% en moyenne) et les célibataires que ces produits devraient être éliminés du marché (81% contre 68% en moyenne).

Responsabilités vis-à-vis des problèmes environnementaux 3

Mes actions ne feront une différence que si les autres agissent aussi 93%

Mes choix de consommation ont beaucoup d'influence sur la quantité de déchets que je produis 85%

Mes actions peuvent faire une réelle différence pour l'environnement 84%

Il est difficile pour quelqu'un comme moi de faire beaucoup pour l'environnement 51%

Je ne sais pas quoi faire pour prendre soin de l'environnement 40%

Ce qui concerne l'environnement ne m'intéresse pas 13%

➤ Voici une série de phrases que des gens nous ont dites. Etes-vous d'accord avec cette proposition?

- 85% des répondants reconnaissent que leurs choix de consommation influencent la quantité de déchets qu'ils produisent.
- Ils sont quasiment aussi nombreux à estimer que leurs actions peuvent faire une réelle différence pour l'environnement mais ils sont 93% à penser que ces actions ne bénéficieront à l'environnement que si tout le monde agit.
- La moitié de la population trouve qu'il est difficile de faire beaucoup pour l'environnement et 4 personnes sur 10 ne savent pas comment agir.
- A peine 1 personne sur 10 se désintéresse des questions concernant l'environnement.

Base : répondants

Responsabilités vis-à-vis des problèmes environnementaux 4

- Les **personnes issues des groupes sociaux inférieurs** sont plus nombreuses à penser que leurs actions peuvent faire une différence pour l'environnement (92% versus 84%) mais aussi qu'il est difficile de faire beaucoup pour l'environnement (68% contre 51% en moyenne).
- Les **personnes âgées de + de 65 ans** trouvent également qu'il est difficile de faire beaucoup pour l'environnement (61% versus 51%) contrairement aux **ménages de 4 personnes** (39% versus 51%).
- Les **personnes âgées de + de 65 ans** (68% versus 40%) et les **personnes vivant seules** (52% versus 40%), savent aussi moins que les autres ce qu'il faut faire pour prendre soin de l'environnement.
- Par contre, les **ménages de plus de 5 personnes** savent nettement plus comment agir pour l'environnement (81% contre 60%). Ils considèrent aussi moins que la moyenne que leurs actions n'auront un effet que si les autres agissent aussi (80% contre 93%).
- Ce sont les **personnes âgées de + de 65 ans** (73% versus 87%) et les **célibataires** (76% versus 87%) qui s'intéressent le moins aux questions environnementales. Les jeunes de 18 à 29 ans sont quant à eux les plus préoccupés par ces questions (97% contre 87% en moyenne).

Responsabilités vis-à-vis des problèmes environnementaux 5

Dans les magasins on a pas le temps de lire les étiquettes



64%

Dans les magasins, il est facile de repérer les produits respectueux de l'environnement



54%

➤ Voici une série de phrases que des gens nous ont dites. Etes-vous d'accord avec cette proposition?

- Pour plus de la moitié de la population il est facile de repérer les produits respectueux de l'environnement.
- Plus de 6 personnes sur 10 n'ont pas le temps ou ne prennent pas le temps de lire les étiquettes dans les magasins.

Base : répondants

Responsabilités vis-à-vis des problèmes environnementaux 6

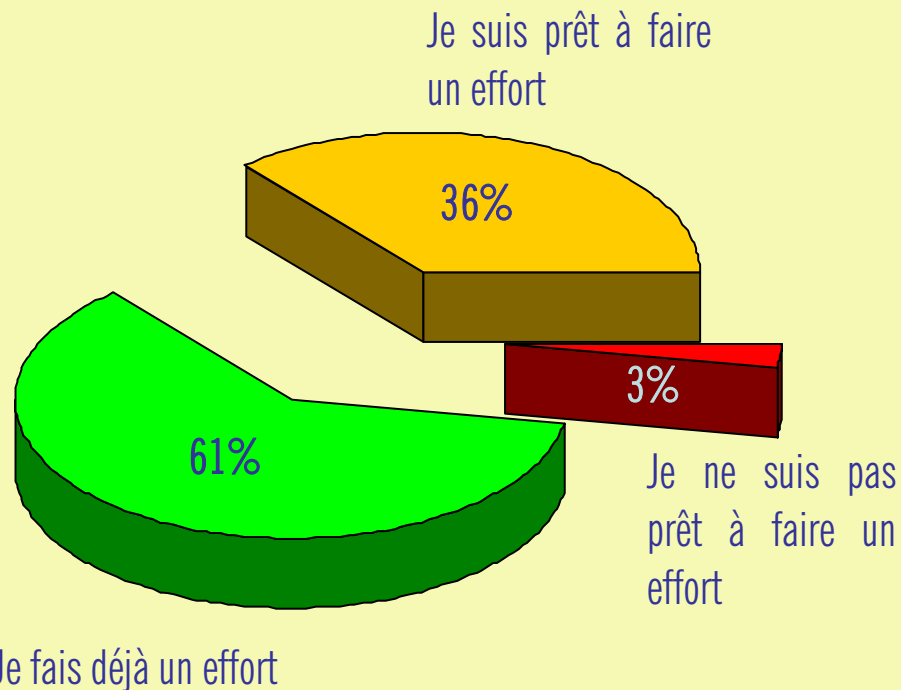
- Les **groupes sociaux inférieurs** semblent repérer plus facilement les produits respectueux de l'environnement mais déclarent plus souvent qu'ils n'ont pas le temps de regarder les étiquettes dans les magasins.
- Pour les jeunes de **18-29 ans**, les **30-39 ans**, les **ménages de 3 et de 5 personnes** et les **groupes sociaux supérieurs**, il est moins facile de repérer les produits respectueux de l'environnement dans les magasins.
- Repérer les produits respectueux de l'environnement semble plus facile aux personnes plus âgées (**50-64 ans** et les **65 ans et plus**) et aux **célibataires**.

Responsabilités vis-à-vis des problèmes environnementaux :

Synthèse

- Le sujet d'inquiétude majeur des wallons en 2008 est le pouvoir d'achat et la hausse des prix. L'éclatement de la Belgique occupe la deuxième position. Le chômage et l'insécurité viennent ensuite.
- Contrairement aux années antérieures, la dégradation de l'environnement et le réchauffement climatique sont relégués bien loin derrière les préoccupations socio-économiques et politiques.
- Pourtant, 77% estiment que la protection de l'environnement et la lutte contre la pollution est un problème immédiat et urgent.
- 85% des répondants pensent que les autorités publiques ne contrôlent pas suffisamment. Ils sont aussi très nombreux à estimer que les produits les plus polluants devraient être plus taxés ou éliminés du marché.
- 6 personnes sur 10 attribuent la responsabilité principale des problèmes environnementaux au secteur industriel.
- 85% des répondants reconnaissent que leurs choix de consommation influencent la quantité de déchets qu'ils produisent et que leurs actions personnelles peuvent contribuer à la protection de l'environnement. Néanmoins, les actions individuelles ne sont perçues comme efficaces qu'à la condition que tout le monde s'y mette. En outre, la moitié de la population trouve qu'il est difficile de faire beaucoup pour l'environnement et 4 personnes sur 10 ne savent pas comment agir.

Perception de l'implication personnelle 1



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

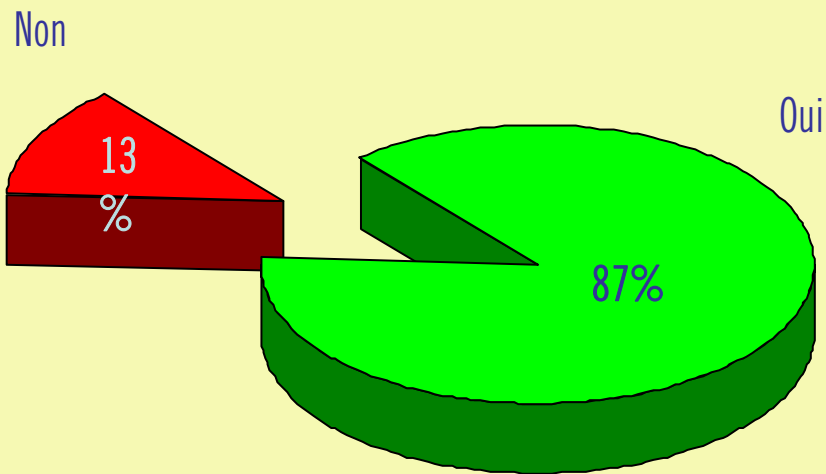
- 61% des Wallons déclarent déjà faire un effort pour protéger l'environnement.
- 36% déclarent être prêts à faire un effort.
- 3% ne sont pas prêts à faire un effort.

Base : répondants

Perception de l'implication personnelle 2

- Les **familles de 5 personnes** sont moins nombreuses à considérer qu'elles font déjà un effort pour protéger l'environnement (43% versus 61% en moyenne) mais sont plus nombreuses à être prêtes à faire un effort (56% versus 36% en moyenne).
- Les jeunes de **18-29 ans** sont plus nombreux à être prêts à faire un effort (47% versus 36%) alors que les personnes âgées de **65 ans et plus** sont moins prêtes à faire cet effort (25% contre 36% en moyenne). Par contre, ces dernières considèrent plus souvent qu'elles font déjà un effort (71% versus 61%).

Perception de l'implication personnelle 3



➤ Si vous faites des efforts, êtes-vous prêts à faire des efforts supplémentaires?

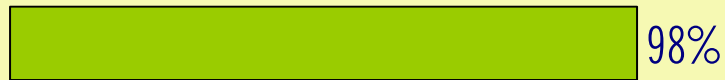
- 87% des personnes qui font déjà un effort sont prêtes à faire un effort supplémentaire pour protéger l'environnement.

Base : répondants qui font déjà un effort

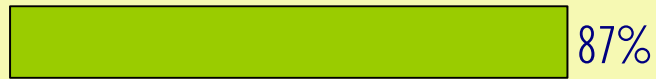
Perception de l'implication personnelle 4

- Les personnes qui estiment déjà faire un effort sont majoritairement d'accord pour faire des efforts supplémentaires.
- Les **18-39** ans et les **ménages de 4 personnes** sont plus nombreux encore à déclarer être prêts à faire un effort supplémentaire.
- Les personnes âgées de **65 ans et plus** et les personnes appartenant aux **groupes sociaux inférieurs** sont moins souvent prêts à faire un effort supplémentaire.

Efforts réalisés pour protéger l'environnement 1



Trier les déchets ménagers



Économiser l'énergie



Économiser l'eau du robinet



Utiliser moins la voiture



Acheter des produits respectueux de l'environnement

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

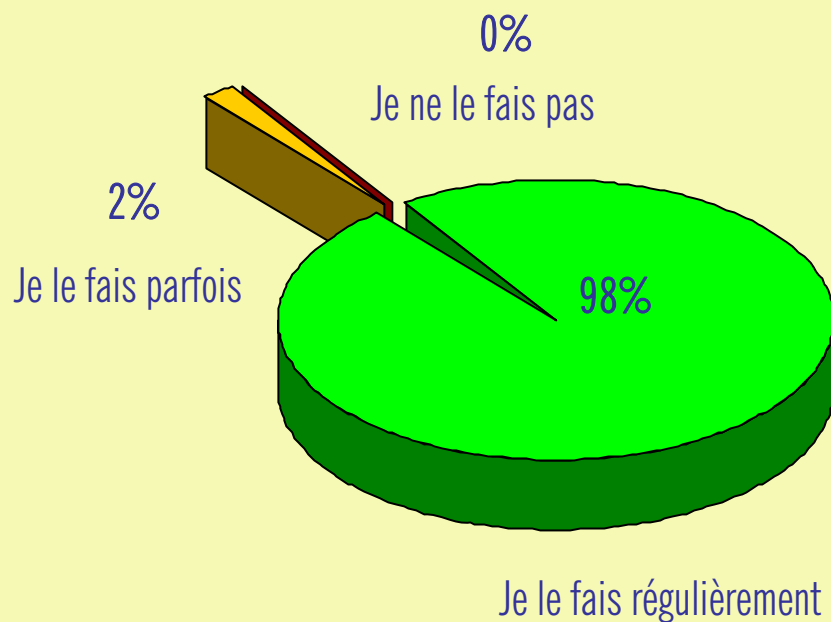
- Les efforts réalisés portent prioritairement sur le tri des déchets, les économies d'énergie et les économies d'eau.
- Près de 6 personnes sur 10 déclarent utiliser moins leur voiture.
- 5 personnes sur 10 font un effort en achetant des produits respectueux de l'environnement.

Base : répondants qui font un effort

Efforts réalisés pour protéger l'environnement 2

- Le tri des déchets reste le premier geste en faveur de l'environnement que posent les habitants de la Wallonie.
- La hausse des prix des carburants et de l'énergie poussent logiquement les consommateurs à porter leurs efforts sur les économies d'énergie et à réduire l'utilisation de la voiture.

Efforts réalisés - tri des déchets - 1



➤ Si vous faites des efforts, sur quoi portent ces efforts? **Trier les déchets**

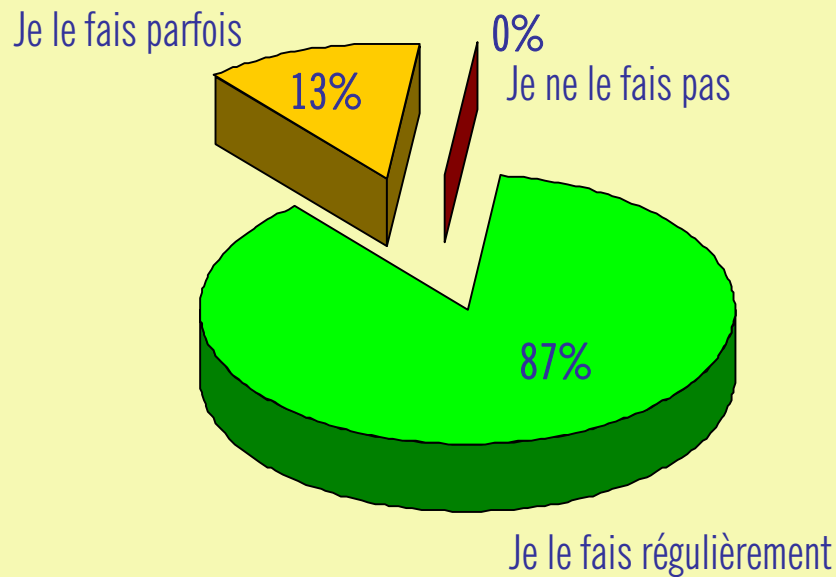
- 98% des personnes qui déclarent faire un effort, trient régulièrement leurs déchets et 2% le font parfois.
- Extrapolé à l'ensemble des répondants, ce résultat indique qu'environ 61 % de la population wallonne trient régulièrement les déchets.

Base : répondants qui font un effort

Effort réalisé - tri des déchets - 2

- Les jeunes de 18-29 ans, les 65 ans et plus, les ménages de 3 et de 4 personnes et les personnes issues des groupes sociaux inférieurs qui déclarent faire un effort pour l'environnement trient tous leurs déchets.

Effort réalisé - économiser d'énergie - 1

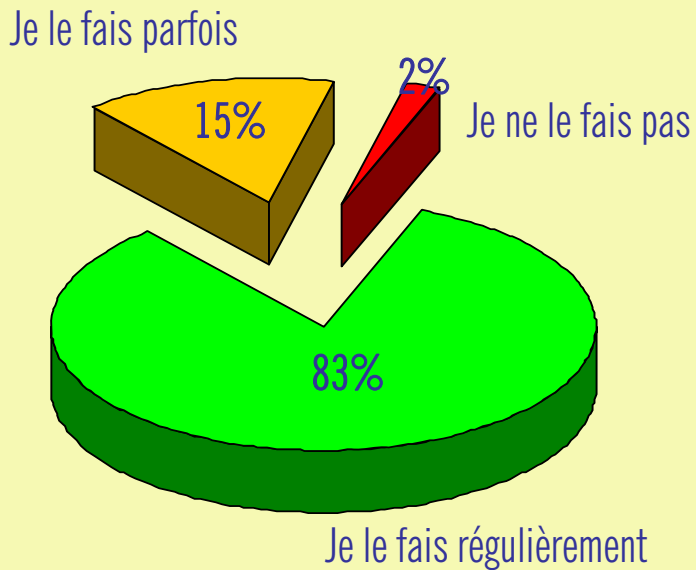


➤ Si vous faites des efforts, sur quoi portent ces efforts? **Economiser l'énergie**

- 87% des personnes qui déclarent faire un effort, économisent régulièrement l'énergie; 13% déclarent le faire parfois.
- Extrapolé à l'ensemble des répondants, ce résultat indique qu'environ 54 % de la population wallonne économisent régulièrement l'énergie.

Base : répondants qui font un effort

Effort réalisé - économiser l'eau - 1

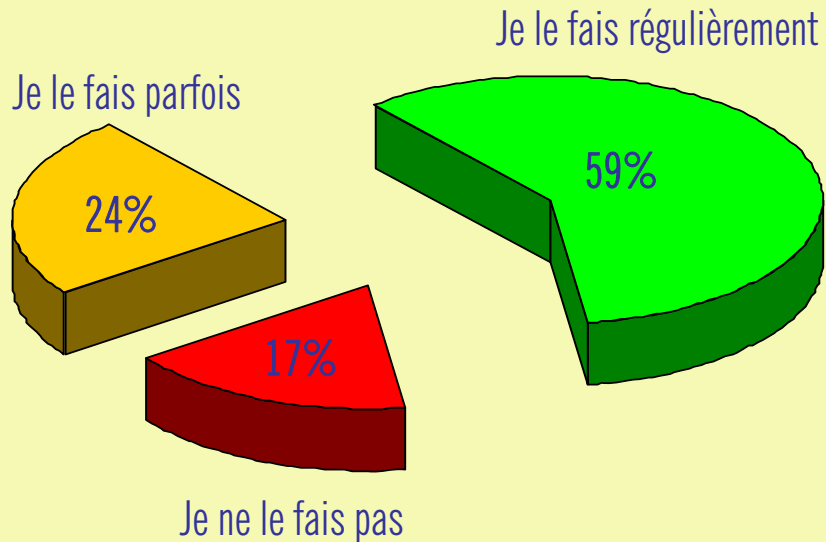


➤ Si vous faites des efforts, sur quoi portent ces efforts? **Economiser l'eau du robinet**

- 83% des personnes qui déclarent faire un effort, économisent régulièrement l'eau du robinet, 15% le font parfois.
- Extrapolé à l'ensemble des répondants, ce résultat indique qu'environ 51 % de la population wallonne économisent régulièrement l'eau.

Base : répondants qui font un effort

Effort réalisé - Utiliser moins la voiture - 1

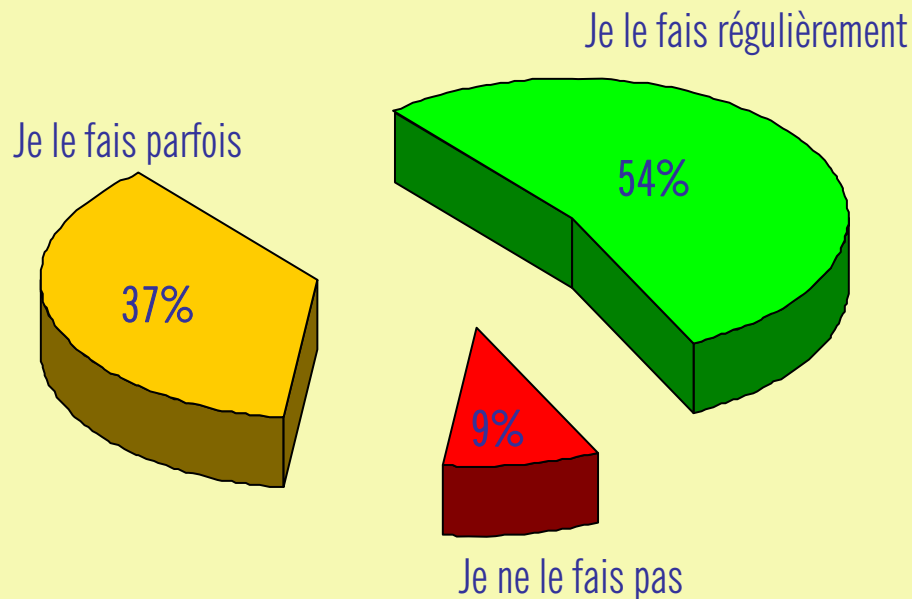


➤ Si vous faites des efforts, sur quoi portent ces efforts? **Utiliser moins la voiture**

- 59% des personnes qui déclarent faire un effort, utilisent moins leur voiture de manière régulière, 24% le font parfois.
- Extrapolé à l'ensemble des répondants, ce résultat indique qu'environ 36% de la population wallonne utilisent moins leur voiture de manière régulière.

Base : répondants qui font un effort

Effort réalisé - Acheter des produits qui respectent l'environnement - 1



➤ Si vous faites des efforts, sur quoi portent ces efforts? **Acheter des produits qui respectent l'environnement**

- 54% des personnes qui déclarent faire un effort, achètent régulièrement des produits qui respectent l'environnement, 37% le font parfois.
- Extrapolé à l'ensemble des répondants, ce résultat indique qu'environ 33% de la population wallonne achètent régulièrement des produits respectueux de l'environnement.

Base : répondants qui font un effort

Effort réalisé - Acheter des produits qui respectent l'environnement -2

- Les personnes issues des **groupes sociaux inférieurs** qui font un effort achètent plus souvent des produits respectueux de l'environnement que les autres groupes.
- Les jeunes de **18-29 ans** qui font un effort achètent moins souvent des produits respectueux de l'environnement que les autres groupes.

Implication personnelle et efforts réalisés : synthèse

- 61 % des Wallons déclarent faire un effort pour protéger l'environnement et 87% d'entre eux sont prêts à faire un effort supplémentaire. 36% des Wallons qui ne sont pas encore passés à l'action sont prêts à faire un effort.
- Les efforts réalisés portent prioritairement sur le tri des déchets, les économies d'énergie et les économies d'eau.
- 98% des personnes qui déclarent faire un effort, trient régulièrement leurs déchets. Ce résultat indique qu'environ 61 % de la population wallonne trie régulièrement les déchets.
- 87% des personnes qui déclarent faire un effort, économisent régulièrement l'énergie. Ce résultat indique qu'environ 54 % de la population wallonne économisent régulièrement l'énergie.
- 83% des personnes qui déclarent faire un effort, économisent régulièrement l'eau du robinet. Ce résultat indique qu'environ 51 % de la population wallonne économisent régulièrement l'eau.
- 59% des personnes qui déclarent faire un effort, utilisent moins leur voiture de manière régulière, 24% le font parfois. Ce résultat indique qu'environ 36 % de la population wallonne utilisent moins sa voiture de manière régulière.
- 54% des personnes qui déclarent faire un effort, achètent régulièrement des produits qui respectent l'environnement. Ce résultat indique qu'environ 33 % de la population wallonne achètent régulièrement des produits respectueux de l'environnement.

La prévention des déchets 1

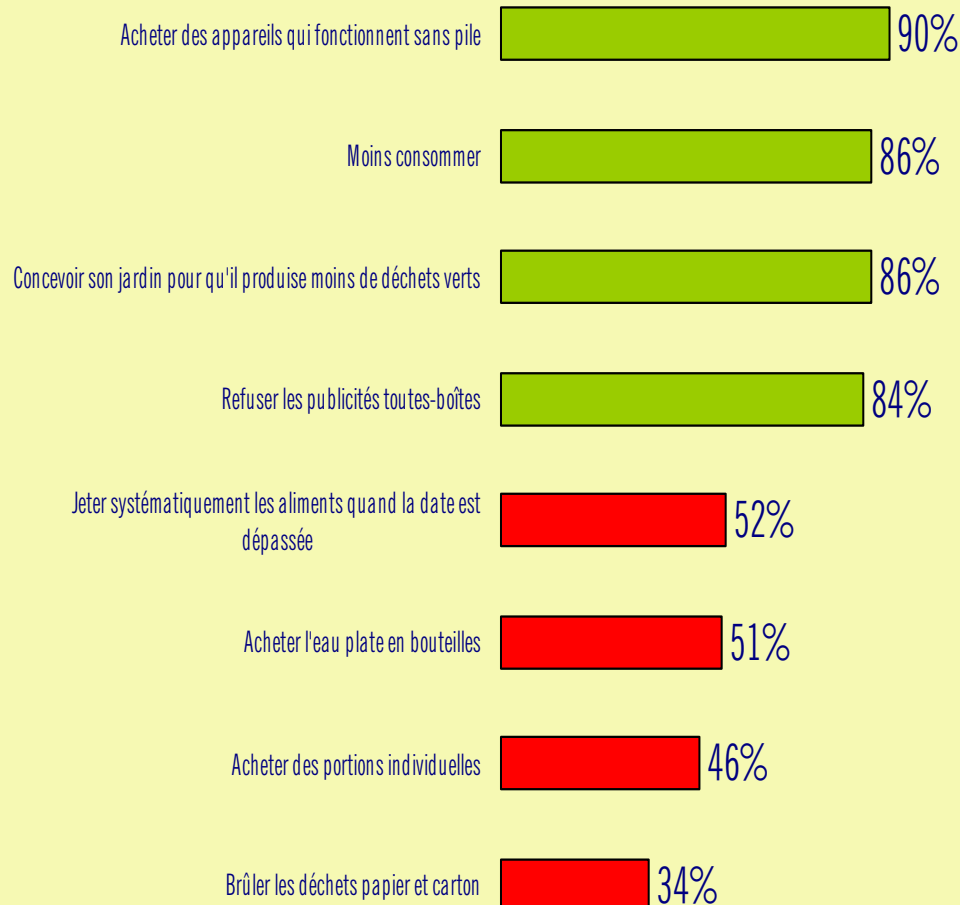


➤ Selon vous pour produire moins de déchets, il faut...

- Les propositions les plus souvent soutenues sont de privilégier l'achat d'appareils de plus longue durée de vie, le tri des déchets, l'utilisation de sacs de courses réutilisables et l'achat de produits recyclés ou dont l'emballage est recyclable.
- On retrouve la confusion habituelle entre prévention des déchets et tri des déchets mais l'apparition d'un acte de prévention tel que les appareils de plus longue durée de vie en première position est à souligner.
- Outre ce dernier et les sacs de courses réutilisables, les actes de prévention les plus souvent cités sont l'achat de produits moins emballés (94%), le don ou la vente de vêtements, chaussures...(94%), le compostage à domicile (94%) et la location d'appareils de bricolage (92%).

Base : répondants

La prévention des déchets 2



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

- Près de 9 personnes sur 10 savent qu'acheter des appareils fonctionnant sans pile, moins consommer ou concevoir son jardin pour qu'il produise moins de déchets verts, permet de produire moins de déchets.
- Plus de 8 personnes sur 10 assimilent également le refus des publicités toutes boites à un acte de prévention.
- Par contre, plus de 5 personnes sur 10 pensent que l'élimination des denrées dont la date de consommation est dépassée ou l'achat d'eau plate en bouteille contribuent à la prévention.
- Ils sont aussi 46% à le penser en ce qui concerne l'achat de portions individuelles et 34% pour l'élimination des déchets de papier par le feu.

Base : répondants

La prévention des déchets 3

- Acheter des produits moins emballés est plus souvent identifié comme un acte de prévention par les jeunes de **18-29 ans**, et les **ménages de 3 et 4 personnes**.
- Les **18-39 ans** et les **habitants des petites localités et des communes rurales** préconisent, plus que les autres groupes, le compostage à domicile; ils sont moins nombreux à soutenir cette proposition parmi les **célibataires** et les **habitants des villes**.
- Le refus des toutes-boîtes est plus souvent relevé par les **30-39 ans** et les **célibataires**.
- Les **personnes âgées** (62% versus 52%) pensent plus souvent que pour prévenir les déchets, il faut jeter les aliments dont la date est dépassée. Peut-être raisonnent-elles davantage en termes d'hygiène que de prévention déchets ?
- Les **personnes âgées** et les **célibataires** estiment bien plus que les autres groupes que l'achat d'eau plate en bouteille participe à la prévention des déchets. Les **30-39 ans** sont le groupe qui assimile le moins l'achat d'eau plate en bouteille à de la prévention des déchets.
- 71% des **personnes âgées** et 58% des **célibataires** pensent que l'achat de portions individuelles permet de prévenir les déchets, ce qui se comprend bien dans leur situation. La tendance s'inverse parmi les familles de 4 personnes et les **18-39 ans**.
- Les habitants des **communes rurales** et des **petites localités**, les **personnes âgées**, les **célibataires** et les personnes issues des **groupes sociaux inférieurs** sont les plus nombreux à croire que brûler ses déchets participe à la prévention des déchets. Ils sont par contre nettement moins nombreux à la croire parmi les **familles nombreuses**, les **30-39 ans** et les **groupes sociaux supérieurs**.

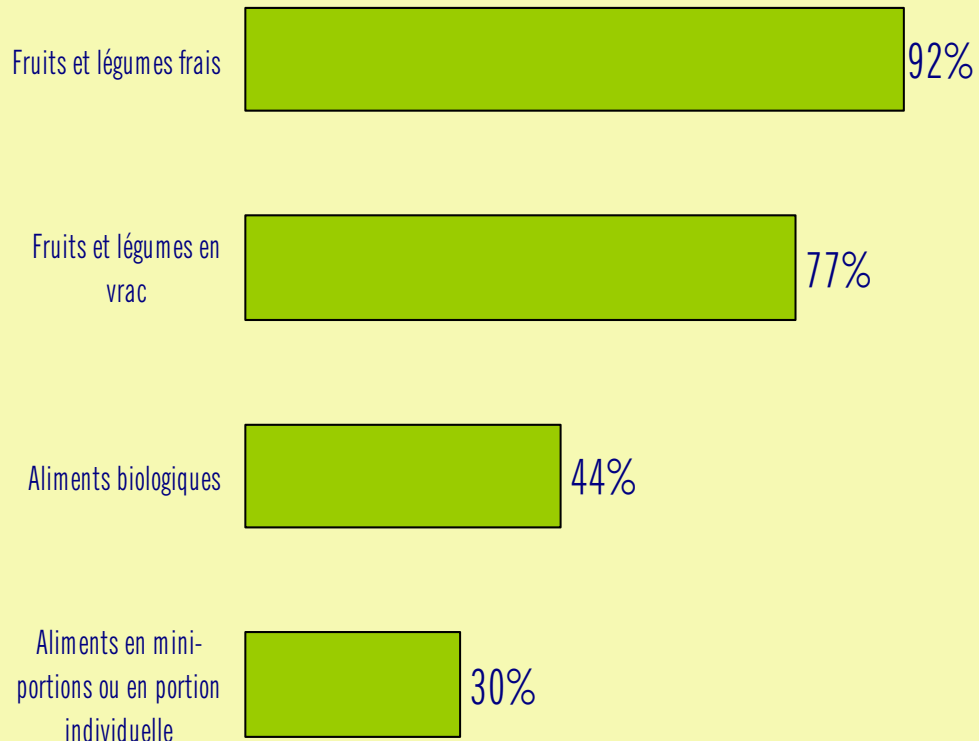
La prévention des déchets : synthèse

- Pour réduire les déchets, les Wallons préconisent surtout de privilégier l'achat d'appareils de plus longue durée de vie, le tri des déchets, l'utilisation de sacs de courses réutilisables et l'achat de produits recyclés ou dont l'emballage est recyclable.
- On retrouve la confusion habituelle entre prévention des déchets et tri des déchets mais l'apparition d'un acte de prévention tel que les appareils de plus longue durée de vie en première position est à souligner.
- Outre l'achat d'appareils de plus longue durée de vie et les sacs de courses réutilisables, les actes de prévention les plus souvent cités sont l'achat de produits moins emballés, le don ou la vente de vêtements, chaussures..., le compostage à domicile et la location d'appareils de bricolage.
- Près de 9 personnes sur 10 savent qu'acheter des appareils fonctionnant sans pile, moins consommer ou concevoir son jardin pour qu'il produise moins de déchets verts, permet de produire moins de déchets.
- Plus de 8 personnes sur 10 assimilent également le refus des publicités toutes boîtes à un acte de prévention.
- Par contre, plus de 5 personnes sur 10 pensent que l'élimination des denrées dont la date de consommation est dépassée ou l'achat d'eau plate en bouteille contribuent à la prévention.
- Ils sont aussi 46% à le penser en ce qui concerne l'achat de portions individuelles et 34% pour l'élimination des déchets de papier par le feu.

Partie 2 : Comportements d'achats

- Produits achetés
- Différences par profil

Achats 1



➤ Au cours des trois dernières semaines, avez-vous acheté...?

- 92 % des gens achètent des fruits et légumes frais et 84% d'entre eux (soit 77% du total des répondants) en achètent en vrac.
- 4 personnes sur 10 achètent des aliments biologiques.
- 3 personnes sur 10 achètent des aliments en mini-portions ou en portion individuelle.

Base : répondants

Achats 2 : différences par profil

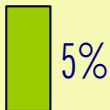
- Les **30-39 ans** et les **familles nombreuses** privilégient le vrac lorsqu'ils achètent des fruits et légumes frais. Les jeunes de **18-29 ans**, les personnes âgées de **65 ans et plus** et les **célibataires** le font par contre nettement moins que la moyenne.
- Ce sont surtout les **30-39 ans** et les **familles nombreuses** qui achètent des aliments biologiques.

Achats 3

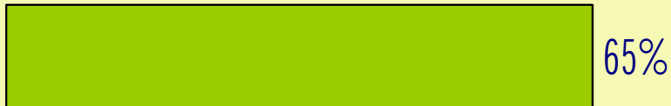
Boissons sucrées



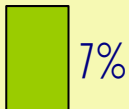
Boissons sucrées en
bouteilles consignées



Eau plate en bouteille



Eau plate en bouteille
consignée



➤ Au cours des trois dernières semaines, avez-vous acheté...?

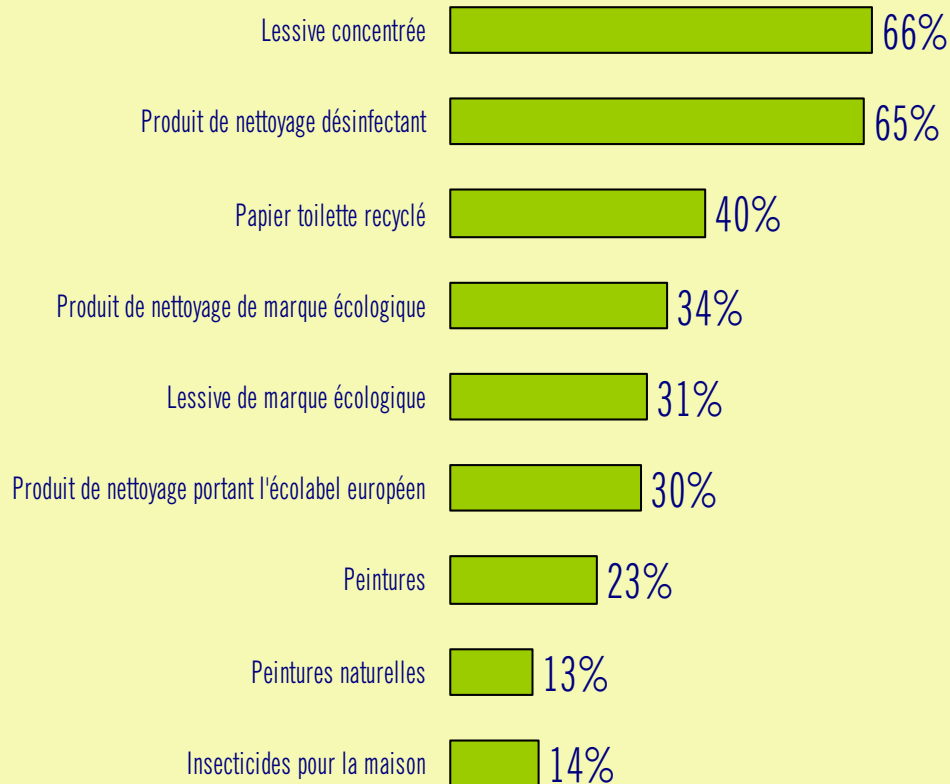
- 63% achètent des boissons sucrées mais seuls 8% d'entre eux les choisissent en bouteilles consignées (5% du total des répondants).
- 65% achètent de l'eau plate en bouteille mais seuls 11% d'entre eux les choisissent en bouteilles consignées (7% du total des répondants)

Base : répondants

Achats 4 : différences par profil

- Les personnes âgées de **65 ans et plus** (75% versus 65% en moyenne) et les personnes issues des **groupes sociaux inférieurs** (77% versus 65%) sont celles qui achètent le plus souvent de l'eau en bouteille. Les 30-39 ans en achètent nettement moins que la moyenne (47%).
- Les **ménages de 3 et de 5 personnes**, les **18-29 ans** et les personnes issues des **groupes sociaux supérieurs** achètent davantage de boissons sucrées. Les personnes âgées et les ménages de 2 personnes sont ceux qui en achètent le moins.

Achats 5



➤ Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté...?

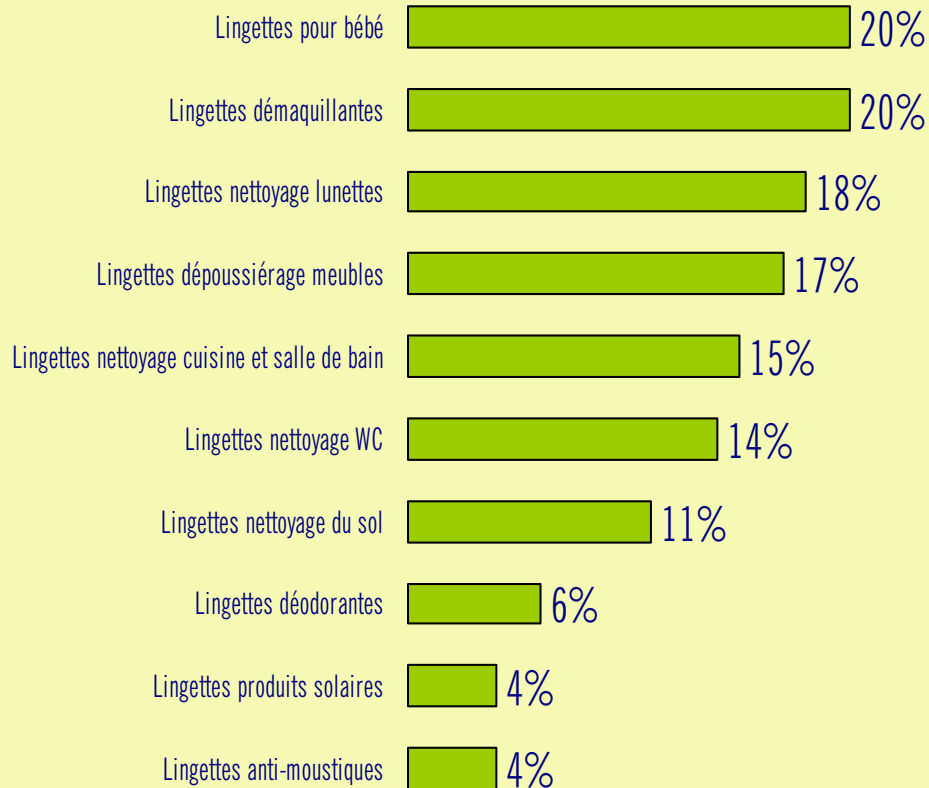
- Achats respectueux de l'environnement : 66% achètent de la lessive concentrée, 40% du papier de toilette recyclé, des produits de nettoyage de marque écologique (34%) ou portant l'écolabel européen (30%) et 31% de la lessive de marque écologique.
- Mais ils sont encore 65% à acheter des produits de nettoyage désinfectants et 14% des insecticides pour la maison.
- Pour leurs achats de peintures, 13% se sont tournés vers les peintures naturelles.

Base : répondants

Achats 6 : différences par profil

- Les **30-39 ans** achètent plus souvent des produits de nettoyage de marque écologique la lessive concentrée et de la lessive de marque écologique.
- La lessive écologique a par contre moins la cote auprès des **familles nombreuses** et des jeunes de **18-29 ans**.
- La préférence aux peintures naturelles est plus marquée auprès des **30-39 ans**.

Achats 7



➤ Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté...?

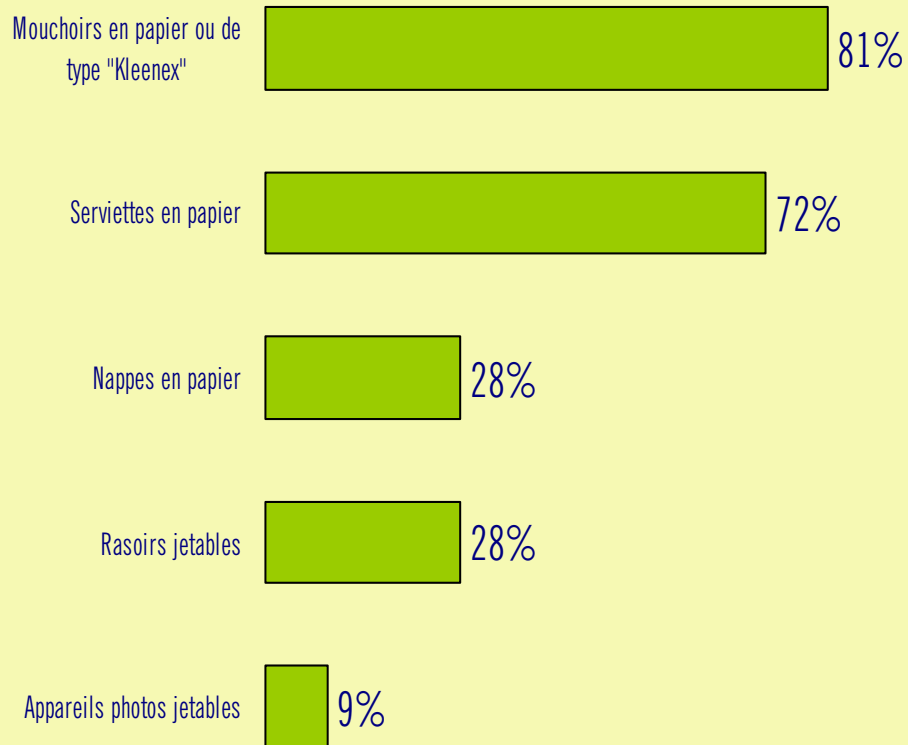
- Les lingettes répondent à de nombreux usages tant dans le domaine de l'hygiène personnelle que du nettoyage de toute la maison. Elles engendrent beaucoup de déchets et coûtent bien plus cher que les techniques traditionnelles. Mais, leur facilité d'utilisation semble séduire de nombreux consommateurs.
- L'achat de lingettes pour bébé, de lingettes démaquillantes et pour le nettoyage des lunettes concerne 1 personne sur 5.
- Près de 15% des consommateurs achètent également des lingettes pour le dépoussiérage des meubles, le nettoyage de la salle de bain, de la cuisine ou du WC.
- Les lingettes les moins prisées sont celles enduites de produits solaires et de produits anti-moustiques.

Base : répondants

Achats 8 : différences par profil

- Tant pour les lingettes de nettoyage que pour celles liées à l'hygiène personnelle, ce sont surtout les jeunes de **18-29 ans** qui s'orientent vers ce type de produits.
- Dans le cas des lingettes pour bébé, ce sont logiquement les **familles de 3 ou 4 personnes** qui s'orientent le plus vers ce type d'achat. Les célibataires, les ménages de 2 personnes et les personnes âgées achètent nettement moins que la moyenne ce type de produits.

Achats 9



➤ Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté...?

- Les produits jetables les plus largement achetés sont les mouchoirs en papier et les serviettes en papier.
- Les nappes en papier et les rasoirs jetables sont achetés par près de 3 personnes sur 10.
- Les appareils jetables ne sont pas tellement prisés par les consommateurs.

Base : répondants

Achats 10 : différences par profil

- Les mouchoirs en papier sont plus souvent achetés par les jeunes de **18-29 ans** et les personnes âgées de **65 ans et plus**. Les 50-64 ans semblent en être beaucoup moins friands.
- Les nappes en papier sont plus souvent achetées dans les **familles nombreuses** et moins souvent par les 40-49 ans.
- Les plus grands acheteurs de rasoirs jetables sont les jeunes de **18-29 ans** et les **familles nombreuses**.

Comportements d'achats : synthèse

- Parmi les comportements d'achats qui participent à la prévention des déchets ou sont plus respectueux de l'environnement, on note que 84 % des gens qui achètent des fruits et légumes frais les choisissent en **vrac**; 66% des gens achètent de la **lessive concentrée**, 40% du **papier de toilette recyclé**, des **produits de nettoyage de marque écologique** (34%) ou **portant l'écolabel européen** (30%) et 31% de la **lessive de marque écologique**.
- Le choix de **bouteilles consignées** pour les boissons concerne seulement 8% de achats de boissons sucrées et 11% des achats d'eau plate.
- Parmi les comportements d'achats moins respectueux de l'environnement, l'achat de **produits de nettoyage désinfectants** et l'achat **d'eau plate en bouteille** concernent 65% des gens. Les personnes âgées de 65 ans et plus et les personnes issues des groupes sociaux inférieurs sont ceux qui achètent le plus d'eau plate en bouteille.
- Les **produits jetables** les plus largement achetés sont les mouchoirs en papier (81%) et les serviettes en papier (72%). Les nappes en papier et les rasoirs jetables sont achetés par près de 3 personnes sur 10.
- 30% des gens achètent également des aliments en **mini-portions** ou en **portion individuelle**.
- Tant pour l'hygiène personnelle que pour le nettoyage de toute la maison, les **lingettes** séduisent bon nombre de consommateurs, surtout les jeunes de 18-29 ans. L'achat de lingettes pour bébé, de lingettes démaquillantes et pour le nettoyage des lunettes concerne 1 personne sur 5.
- Près de 15% des consommateurs achètent également des lingettes pour le dépoussiérage des meubles, le nettoyage de la salle de bain, de la cuisine ou du WC.
- 14% des consommateurs achètent des **insecticides** pour la maison.

Partie 3 : les déchets organiques

- Attitudes
- Comportements

Déchets organiques : attitudes

Pour produire moins de déchets, il faut jeter les aliments quand la date est dépassée



Du point de vue sécurité alimentaire, il vaut mieux jeter que consommer les restes d'aliments

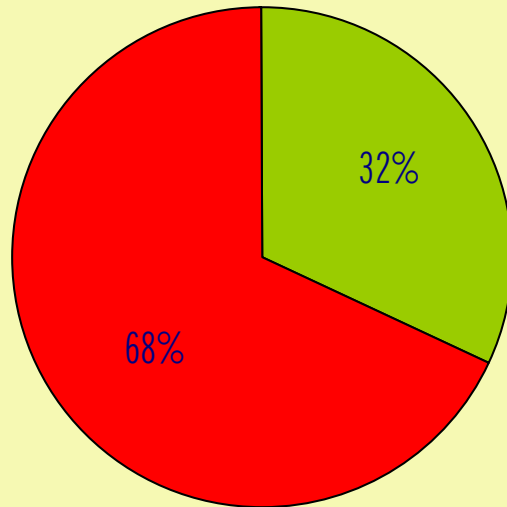


➤ Voici une série de phrases que des gens nous ont dites. Etes-vous d'accord avec cette proposition?

- Plus d'une personne sur deux croit que jeter des aliments quand la date est dépassée est une manière de produire moins de déchets! Ils sont même 62% parmi les personnes âgées de 65 ans et plus.
- La moitié des personnes interrogées estiment aussi qu'il vaut mieux jeter que consommer des restes d'aliments pour des raisons de sécurité alimentaire. Ils sont 62% parmi les 65 ans et plus et 61% parmi les personnes issues des groupes sociaux inférieurs.

Base : répondants

Déchets organiques : comportements 1



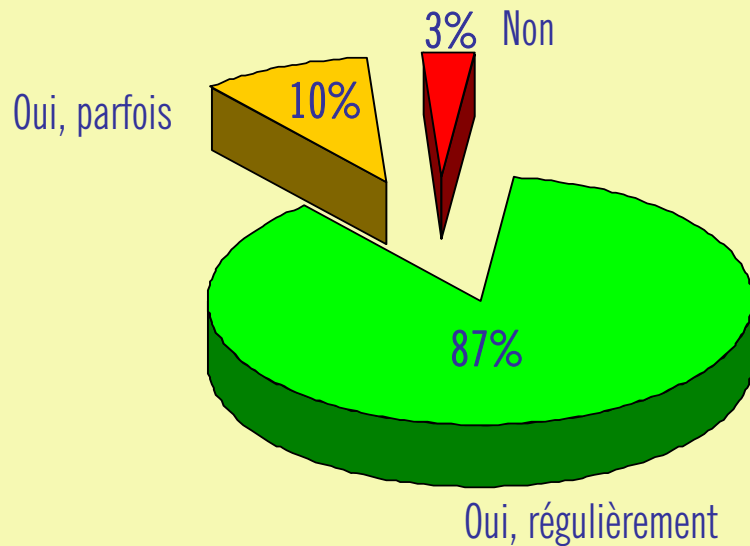
■ oui
■ non

➤ Vous arrive-t-il de vous débarrasser d'aliments (restes de repas, aliments encore dans leur emballage ouvert ou fermé...)?

- 32% des consommateurs déclarent jeter des restes de repas ou des aliments encore dans leur emballage (ouvert ou fermé).
- Les gens qui jettent des aliments le font en moyenne 1,5 fois par semaine, soit tous les 4 à 5 jours.
- Les personnes âgées de 65 ans et plus et les personnes appartenant aux groupes sociaux inférieurs se débarrassent moins fréquemment de restes de repas (1,1 fois par semaine).

Base : répondants

Déchets organiques : comportements 2

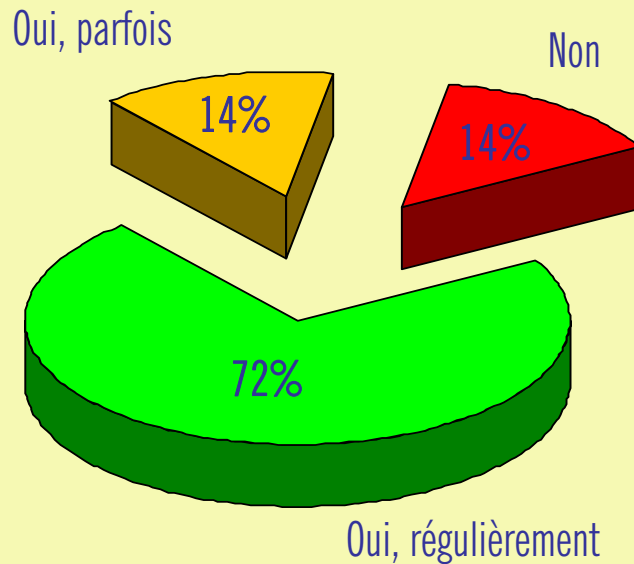


➤ Quand j'achète des denrées alimentaires, je fais attention à la date de consommation?

- Faire attention à la date de consommation lors de l'achat de denrées alimentaires est un comportement régulier pour 87% des gens et occasionnel pour 10 % des gens.
- Les jeunes de 18-29 ans sont les plus régulièrement attentifs à la date de consommation, les 65 ans et plus et les célibataires le font de façon plus occasionnelle.
- Seuls 3% des répondants n'y font pas attention.

Base : répondants

Déchets organiques : comportements 3

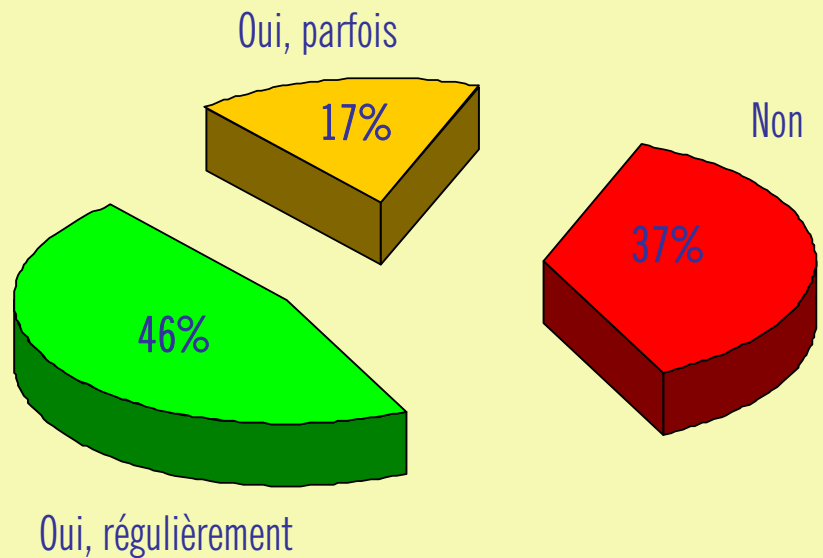


➤ Dans ma famille, on mange les restants de nourriture?

- Manger les restants de repas fait partie des habitudes de 7 familles sur 10. Cela arrive de façon plus occasionnelle dans 14% des familles.
- Dans 14% des familles, c'est un comportement qui n'est jamais adopté. C'est encore moins souvent le cas dans les familles issues des groupes sociaux inférieurs.

Base : répondants

Déchets organiques : comportements 4

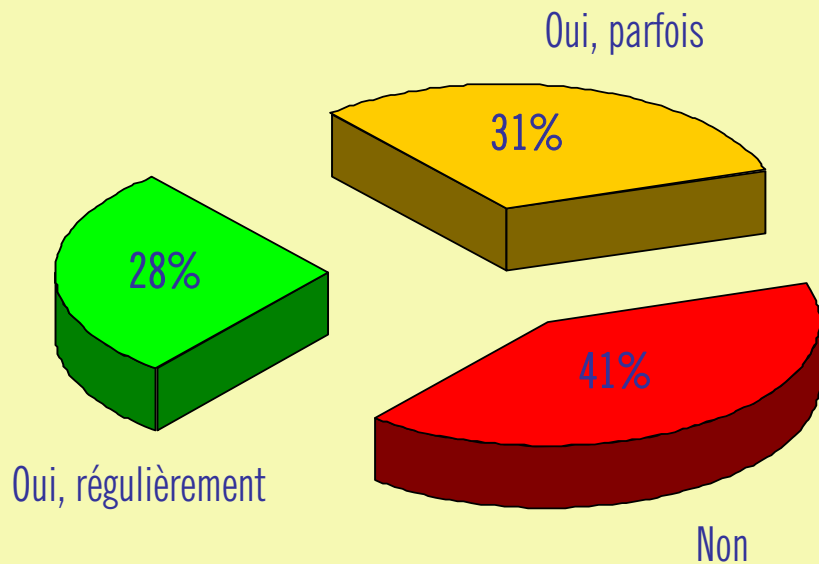


➤ Avant de faire les courses alimentaires, j'établis des menus ?

- Prévoir des menus avant d'aller faire des courses est une manière intéressante de planifier ses besoins en aliments et donc de réduire les risques de gaspillage alimentaire.
- Moins de la moitié des répondants ont cette démarche de façon régulière; 17% le font parfois et presque 1 personne sur 4 ne le fait jamais.

Base : répondants

Déchets organiques : comportements 5

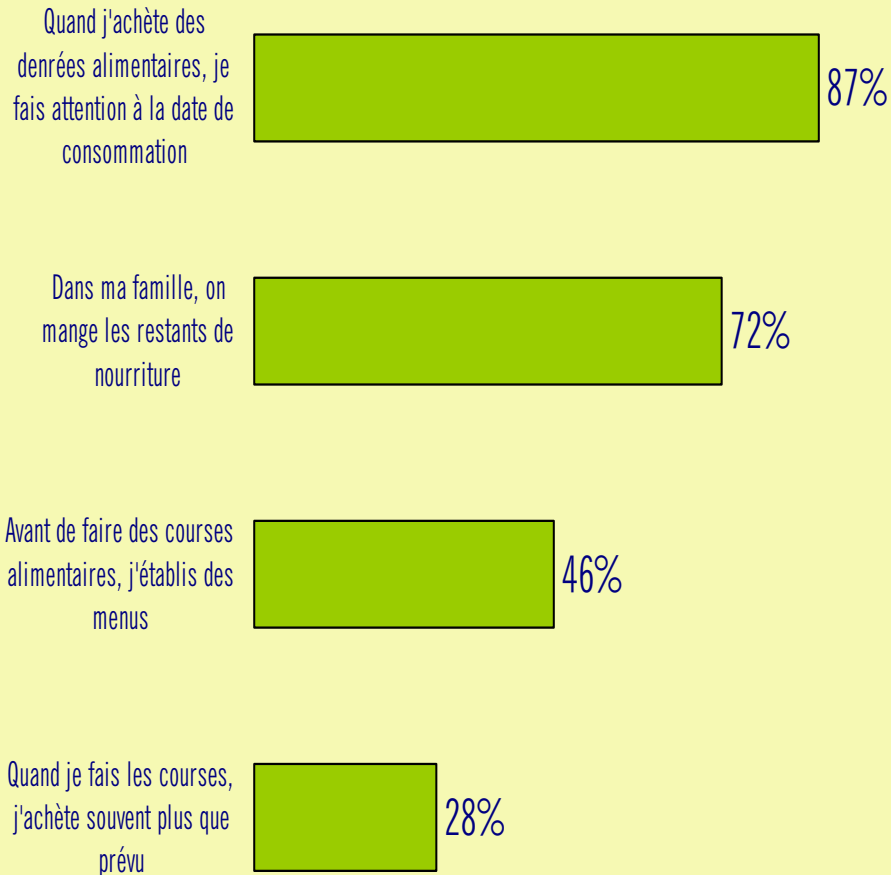


➤ Quand je fais les courses, j'achète souvent plus que ce que j'avais prévu?

- Acheter plus que prévu témoigne d'une moindre planification des repas ou du fait de succomber à différentes tentations sur le lieu de vente.
- Plus de la moitié des personnes achètent plus que prévu en faisant leurs courses, soit régulièrement (28%), soit parfois (31%).

Base : répondants

Déchets organiques : comportements 6



➤ Voici une série de comportements , le faites-vous régulièrement ?

- Le comportement le plus largement acquis pour réduire les risques de gaspillage alimentaire est de faire attention à la date de consommation lors des achats de denrées alimentaires (87% des gens le font régulièrement).
- Dans 7 familles sur 10, les restants de nourriture sont consommés.
- Moins de la moitié des répondants établissent des menus avant de faire des courses alimentaires.
- Près de 3 personnes sur 10 admettent acheter souvent plus que prévu lors de leurs courses.

Base : répondants

Déchets organiques : Synthèse

- Plus d'une personne sur deux croit que jeter des aliments quand la date est dépassée est une manière de produire moins de déchets!
- La moitié des personnes interrogées estiment aussi qu'il vaut mieux jeter que consommer des restes d'aliments pour des raisons de sécurité alimentaire.
- 32% des consommateurs déclarent jeter des restes de repas ou des aliments encore dans leur emballage (ouvert ou fermé). Les gens qui jettent des aliments le font en moyenne 1,5 fois par semaine, soit tous les 4 à 5 jours.
- Le comportement le plus largement acquis pour réduire les risques de gaspillage alimentaire est de faire attention à la date de consommation lors des achats de denrées alimentaires (87% des gens le font régulièrement).
- Manger les restants de repas fait partie des habitudes de 7 familles sur 10.
- Prévoir des menus avant d'aller faire des courses est une manière intéressante de planifier ses besoins en aliments et permet de réduire les risques de gaspillage alimentaire. Moins de la moitié des répondants adoptent cette démarche de façon régulière.
- Acheter plus que prévu témoigne d'une moindre planification des repas ou du fait de succomber à différentes tentations sur le lieu de vente. Près de 6 personnes sur 10 sont soit parfois, soit régulièrement dans ce cas de figure.

Partie 4 : les déchets verts

- Attitudes
- Comportements

Déchets verts : attitudes

Composter ses déchets



94%

Concevoir son jardin de manière à ce qu'il produise moins de déchets verts



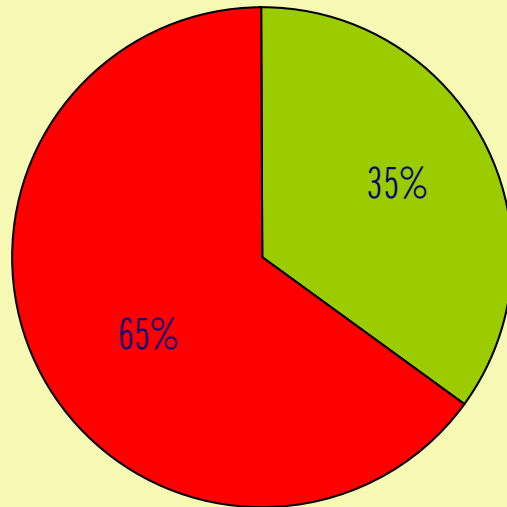
86%

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

- Le compostage à domicile est perçu par 94% des gens comme une action de prévention des déchets.
- Concevoir son jardin de manière à ce qu'il produise moins de déchets verts est également largement perçu comme une action de prévention des déchets (86%).

Base : répondants

Déchets verts : comportements 1



■ oui

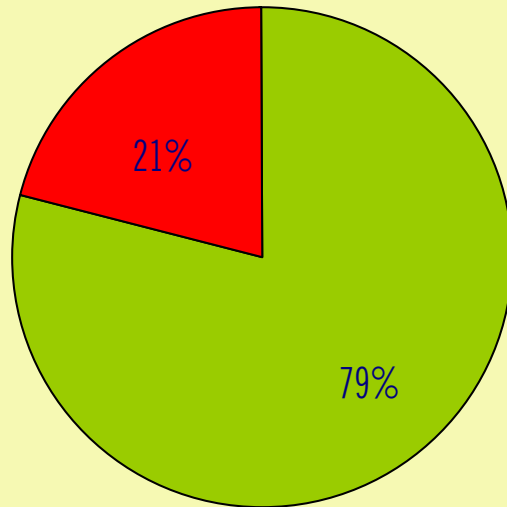
■ non

➤ Faites-vous un compost à domicile?

- 35% des consommateurs déclarent faire un compost à domicile.
- Les 30-39 ans (48%) et les ménages de 4 personnes (51%) et de 5 personnes (55%) sont plus nombreux que la moyenne à faire un compost à domicile.
- Les personnes âgées de 65 ans et plus (18%) et les célibataires (21%) sont moins nombreux à faire un compost à domicile.

Base : répondants

Déchets verts : comportements 2



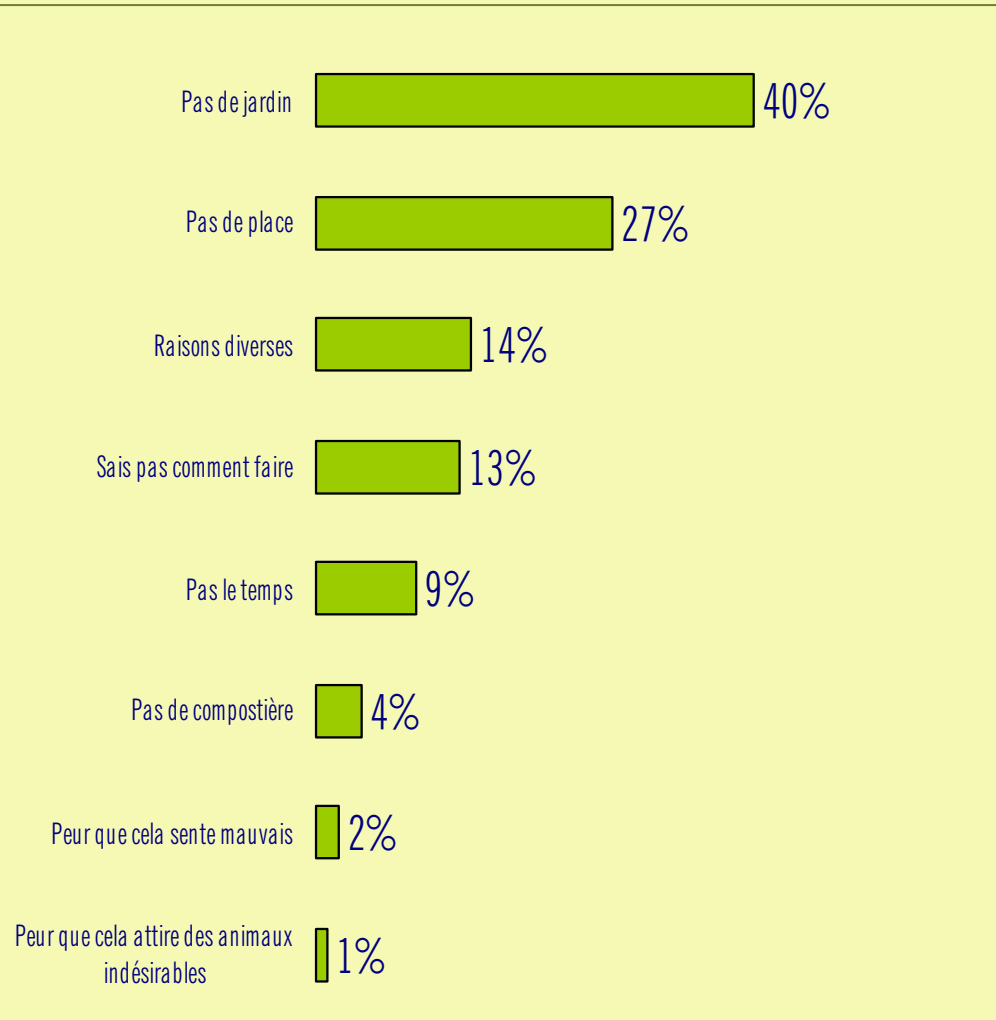
■ oui
■ non

➤ Vous êtes-vous renseigné sur la manière de faire un bon compost?

- Parmi les personnes qui font du compost à domicile, près de 80% se sont renseignés sur la manière de faire un bon compost.
- Sur l'ensemble des répondants, ils représentent 28% des wallons.

Base : répondants qui font un compost à domicile

Déchets verts : comportements 3



➤ Pourquoi ne faites-vous pas un compost à domicile?

- La principale raison invoquée par les personnes qui ne font pas du compost est logiquement l'absence de jardin. Ils représentent 40% des gens qui ne font pas de compost et 26% des répondants au total.
- Or, 77% des logements wallons disposent d'un jardin. Cela laisse une belle marge de manœuvre pour promouvoir cette pratique.
- Les autres raisons les plus souvent invoquées sont le fait de ne pas avoir assez de place pour en faire, de ne pas savoir comment s'y prendre ou de ne pas avoir le temps.
- 13% des gens qui ne font pas du compost déclarent que c'est parce qu'ils ne savent pas comment faire. Une information ciblée pourrait certainement leur être utile!

Base : répondants qui ne font pas un compost à domicile

Déchets verts : Synthèse

- 35% des consommateurs déclarent faire un compost à domicile.
- Parmi les personnes qui font du compost à domicile, près de 80% se sont renseignés sur la manière de faire un bon compost. Sur l'ensemble des répondants, ils représentent 28% des Wallons.
- La principale raison invoquée par les personnes qui ne font pas du compost est logiquement l'absence de jardin. Ils représentent 40% des gens qui ne font pas de compost et 26% des répondants au total. Or, 77% des logements wallons disposent d'un jardin. Cela laisse une belle marge de manœuvre pour promouvoir cette pratique.
- Les autres raisons les plus souvent invoquées sont le fait de ne pas avoir assez de place pour en faire, de ne pas savoir comment s'y prendre ou de ne pas avoir le temps.
- 13% des gens qui ne font pas du compost déclarent que c'est parce qu'ils ne savent pas comment faire. Une information ciblée pourrait certainement leur être utile!

Partie 5 : les déchets d'emballage

- Attitudes et connaissances
- Comportements
- Comportements d'achat

Déchets d'emballages : attitudes 1

Utiliser des sacs de course réutilisables 96%

Acheter des produits moins emballés 94%

Acheter des produits dont les emballages sont recyclables 94%

Acheter l'eau plate en bouteilles 51%

Acheter des portions individuelles 46%

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

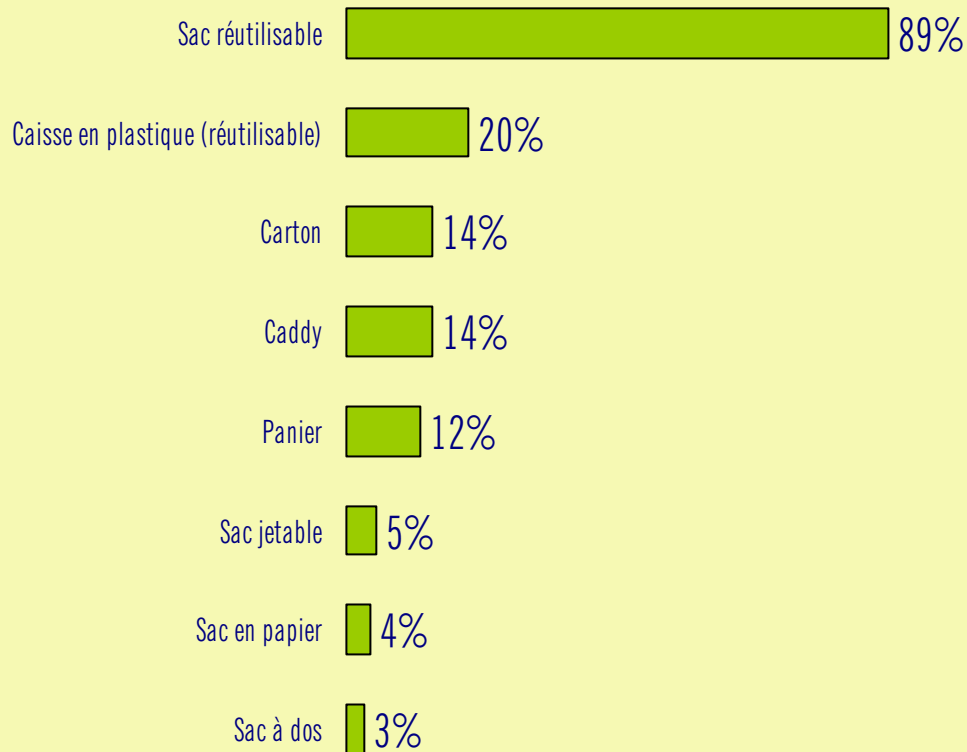
- Presque tout le monde est convaincu : utiliser des sacs de courses réutilisables permet de réduire les déchets.
- Plus de 9 personnes sur 10 pensent que les produits moins emballés contribuent à la prévention des déchets.
- Mais ils sont autant à penser que les emballages recyclables participent à la prévention!
- La moitié des personnes recommande aussi d'acheter de l'eau en bouteille ou des aliments en portions individuelles pour produire moins de déchets...

Base : répondants

Déchets d'emballages : attitudes 2

- Acheter des produits moins emballés est plus souvent identifiés comme un acte de prévention par les jeunes de **18-29 ans**, et les **ménages de 3 et 4 personnes**.
- Les **personnes âgées** et les **célibataires** estiment bien plus que les autres groupes que l'achat d'eau plate en bouteille participe à la prévention des déchets. Les 30-39 ans sont le groupe qui assimile le moins l'achat d'eau plate en bouteille à de la prévention des déchets.
- Très logiquement ce sont les **personnes vivant seules (personnes âgées et célibataires)** qui trouvent que les portions individuelles permettent de limiter les déchets. En effet, chez cette catégorie de personnes les mini portions sont mieux adaptées à la taille du ménage et évitent ainsi le gaspillage alimentaire.

Déchets d'emballages : comportements 1

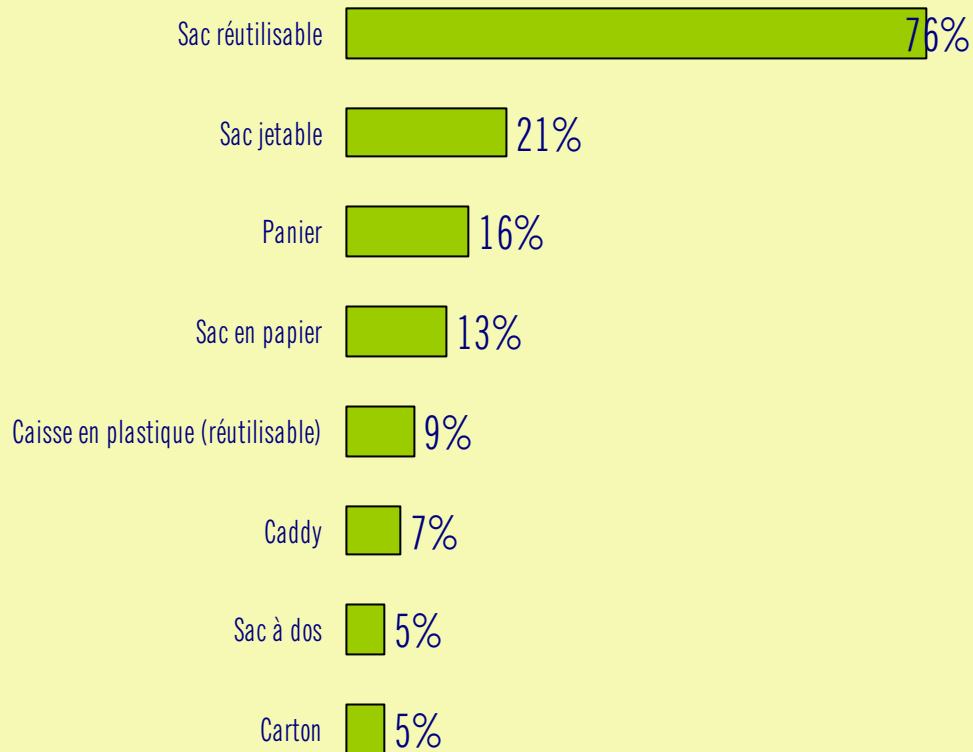


➤ Quand vous faites vos courses dans une grande surface, pour emballer vos achats, vous utilisez surtout?

- Le réutilisable a la cote pour emballer ses achats en grande surface : 9 personnes sur 10 utilisent des sacs réutilisables et 20% des répondants des caisses en plastique réutilisables.
- Il ne sont plus que 5% à utiliser des sacs jetables pour leurs courses.

Base : répondants, plusieurs réponses possibles

Déchets d'emballages : comportements 2

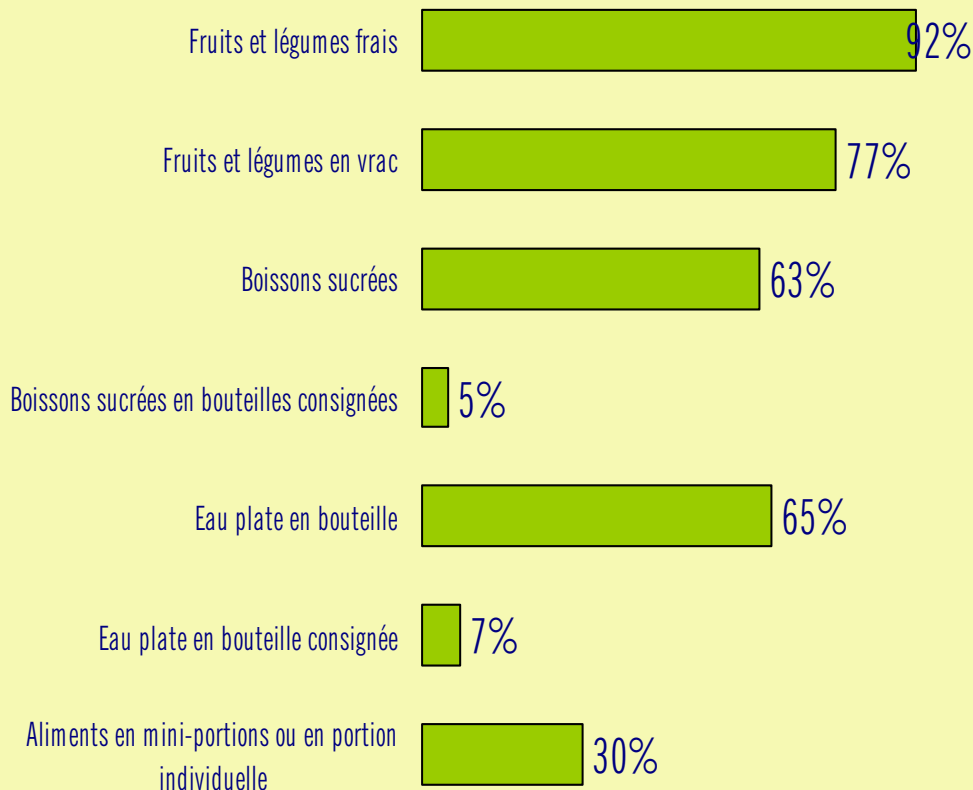


➤ Quand vous faites vos courses dans un petit commerce (boulangerie, boucherie...), pour emballer vos achats, vous utilisez surtout?

- Le sac réutilisable est largement le plus utilisé pour emballer ses achats dans les petits commerces. Le sac boulangerie réutilisable de la RW aurait-il contribué à cet état de fait?
- Si les sacs jetables ont pratiquement disparu pour emballer les courses en grandes surfaces, ils sont encore bien présents pour les achats dans les petits commerces (21%).

Base : répondants, plusieurs réponses possibles

Déchets d'emballages : comportements 3



➤ Au cours des trois dernières semaines, avez-vous acheté...?

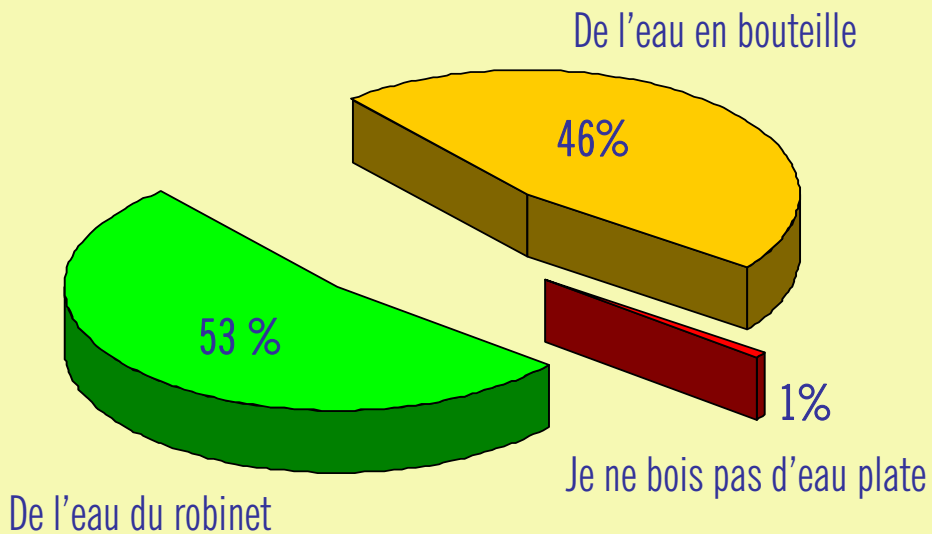
- Choisir ses fruits et légumes frais en vrac est une pratique qui contribue à la prévention des déchets largement répandue : 84% des gens qui achètent des fruits et légumes en choisissent en vrac.
- Que ce soit pour les boissons sucrées ou l'eau plate en bouteille, la consigne n'est pas très populaire. Seuls 8% des consommateurs qui achètent des boissons sucrées choisissent les bouteilles consignées et 11% dans le cas de l'eau plate en bouteille. Pourtant, le prix au litre des boissons en bouteilles consignées est inférieur à leur équivalent jetable!
- 3 personnes sur 10 achètent des aliments en mini-portions ou en portion individuelle. Ce pourcentage correspond au pourcentage de personnes vivant seules en Région Wallonne.

Base : répondants

Déchets d'emballages : comportements 4

- Les **30-39 ans** et les **familles nombreuses** privilégient le vrac lorsqu'ils achètent des fruits et légumes frais. Les jeunes de **18-29 ans**, les personnes âgées de **65 ans et plus** et les **célibataires** le font par contre nettement moins que la moyenne.
- Les personnes âgées de **65 ans et plus** est le groupe qui recourt le moins aux bouteilles consignées. Les bouteilles consignées présentes sur le marché belge étant toutes en verre, ceci est bien compréhensible vu l'inconvénient que représente le poids de ces bouteilles .

Déchets d'emballages : comportements 5



➤ Quand vous buvez de l'eau plate à la maison, c'est principalement...

- 53% des consommateurs choisissent principalement l'eau du robinet lorsqu'ils veulent boire de l'eau plate à la maison. Les 30-39 ans sont plus nombreux à préférer l'eau du robinet (65%).
- Ils sont 46% à préférer l'eau en bouteille.
- Pourtant, 75% des consommateurs déclarent que l'eau du robinet est d'aussi bonne qualité que l'eau en bouteille!

Base : répondants

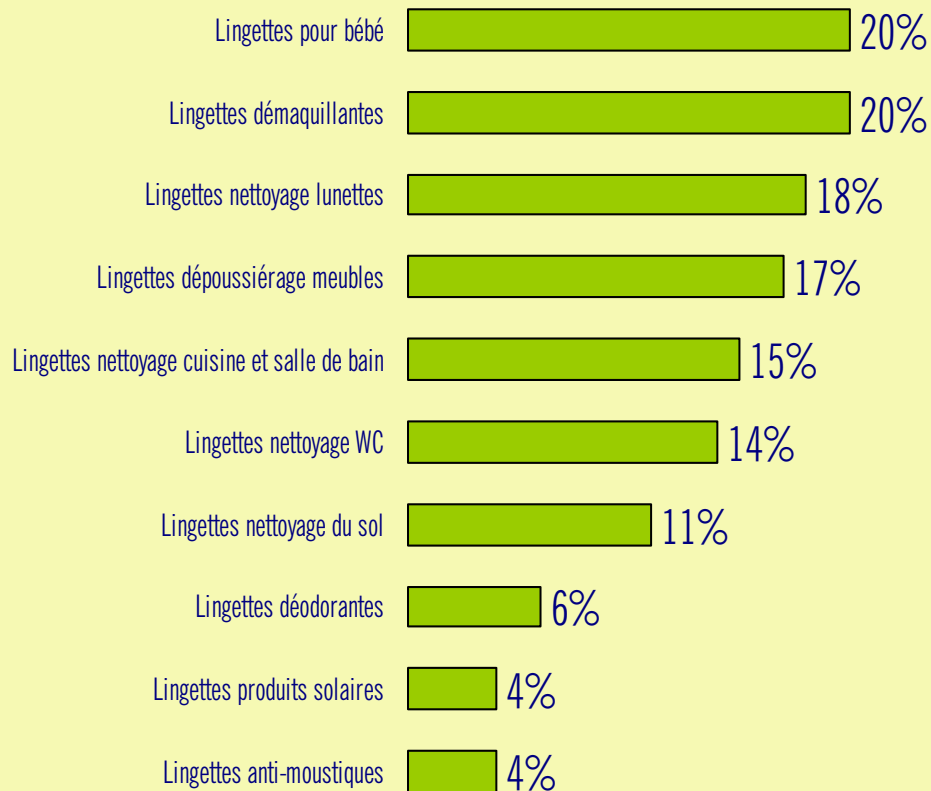
Déchets d'emballages : Synthèse

- La prévention des déchets d'emballages fait encore l'objet de beaucoup de confusion : si 9 personnes sur 10 pensent que l'achat de produits moins emballés contribuent à la prévention, ils sont autant à déclarer que les emballages recyclables y contribuent aussi. En outre 5 personnes sur 10 trouvent que l'achat d'eau plate en bouteille et les mini portions participent aussi à la prévention.
- Néanmoins, 96% des consommateurs identifient le fait qu'utiliser des sacs de courses réutilisables permet de réduire les déchets. Et, ils sont très nombreux à mettre ceci en pratique lors de leurs courses en grande surface! Ceci est aussi dû aux politiques des grandes surfaces en la matière.
- L'utilisation du sac jetable est par contre encore assez répandue dans les petits commerces (21%).
- Choisir ses fruits et légumes frais en vrac est une pratique très répandue.
- Par contre, si 65 % achètent de l'eau en bouteille et 63 % des boissons sucrées, très peu d'entre eux recourent aux bouteilles consignées. Pourtant, le prix au litre des boissons consignées est inférieur à leur équivalent jetable!
- 53% des consommateurs choisissent principalement l'eau du robinet lorsqu'ils veulent boire de l'eau plate à la maison. Ils sont 46% à préférer l'eau en bouteille. Pourtant, 75% des consommateurs reconnaissent que l'eau du robinet est d'aussi bonne qualité que l'eau en bouteille!

Partie 6 : les produits à usage unique ou produits jetables

- Lingettes : comportements d'achat
- Langes jetables et langes lavables : attitudes, comportements, intentions et satisfaction
- Vaisselle jetable et location de vaisselle : attitudes et comportements
- Autres produits à usage unique : comportements d'achat
- Synthèse

Lingettes – achats 1



➤ Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté...?

- Les lingettes répondent à de nombreux usages tant dans le domaine de l'hygiène personnelle que du nettoyage de toute la maison. Elles engendrent beaucoup de déchets et coûtent bien plus cher que les techniques traditionnelles. Mais, leur facilité d'utilisation semble séduire de nombreux consommateurs.
- L'achat de lingettes pour bébé, de lingettes démaquillantes et pour le nettoyage des lunettes concerne 1 personne sur 5.
- Près de 15% des consommateurs achètent également des lingettes pour le dépoussiérage des meubles, le nettoyage de la salle de bain, de la cuisine ou du WC.
- Les lingettes les moins prisées sont celles enduites de produits solaires et de produits anti-moustiques.

Base : répondants

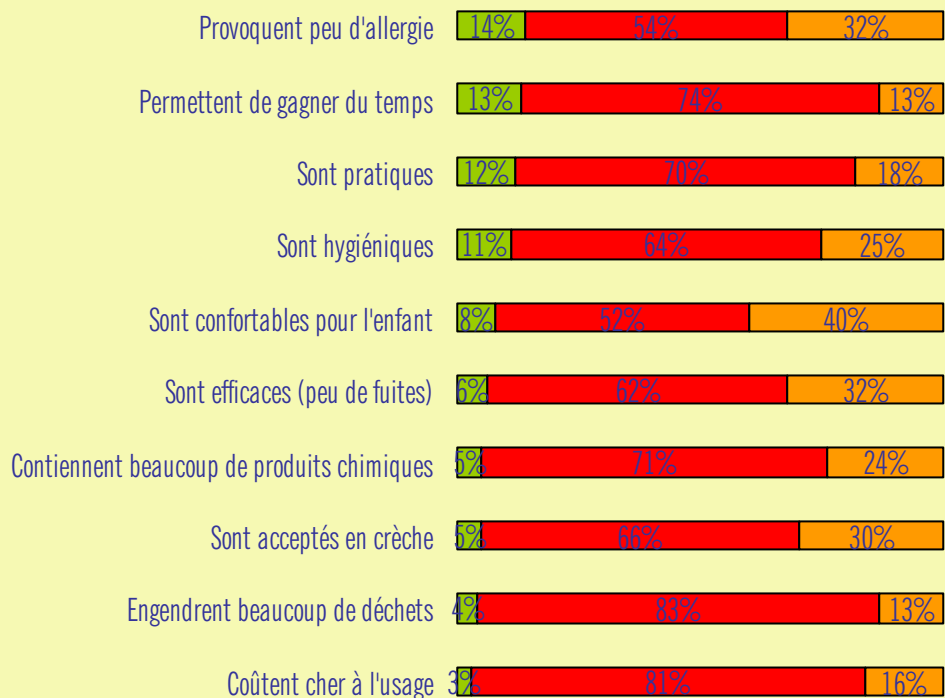
Lingettes – achats 2

- Tant pour les lingettes de nettoyage que celle liés à l'hygiène personnelle, ce sont surtout les jeunes de **18-29 ans** qui s'orientent vers ce type de produits.
- Dans le cas des lingettes pour bébé, ce sont logiquement les **familles de 3 ou 4 personnes** qui s'orientent le plus vers ce type d'achat. Les célibataires, les ménages de 2 personnes et les personnes âgées achètent nettement moins que la moyenne ce type de produits.

Langes – attitudes

Attitudes vis-à-vis des langes lavables (réutilisables) versus jetables

■ Langes lavables ■ Langes jetables ■ Les deux

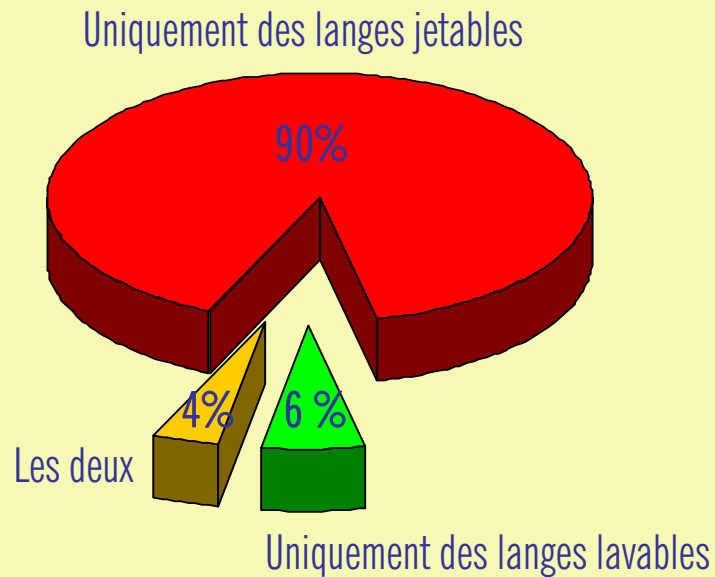


➤ A quel type de langes (lavables, jetables ou les deux) associez-vous les caractéristiques suivantes?

- Les langes lavables ne sont pas perçus très positivement par les consommateurs lorsqu'ils sont comparés aux langes jetables.
- Sur les aspects pratiques, gain de temps, hygiène et même efficacité, les langes jetables ressortent largement gagnants.
- Le consommateur fait un peu moins la différence entre les deux types de langes lorsqu'il s'agit du confort de l'enfant, du risque d'allergie ou de l'efficacité. Mais, là encore, le linge jetable est mieux perçu que le linge lavable.
- Le linge jetable est par contre également perçu comme celui qui engendre beaucoup de déchets, coûte cher et contient beaucoup de produits chimiques.
- 30% des répondants pensent que les deux types de langes sont acceptés en crèche et 2 tiers des répondants considèrent que c'est uniquement le cas pour les langes jetables.

Base : répondants

Langes - comportements



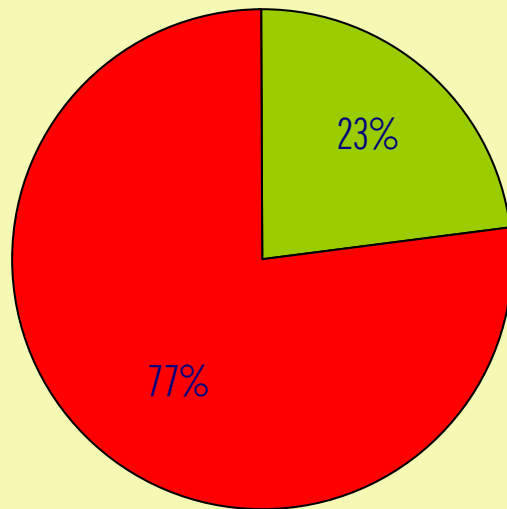
➤ Pour langer votre enfant, utilisez-vous?

ATTENTION : Les réponses des personnes de plus de 50 ans ont été retirées de ce pourcentage afin de ne pas biaiser l'image actuelle de la situation.

- 90% des consommateurs choisissent les langes jetables pour langer leur enfant.
- Seuls 6% ont opté pour des langes lavables et 4% utilisent les deux.

Base : répondants de -de 50 ans qui ont ou ont eu un enfant qui porte des langes

Vaisselle jetable – comportements



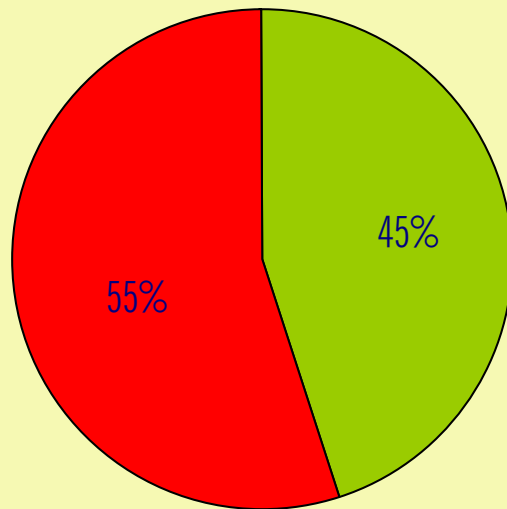
■ oui
■ non

➤ Achetez-vous parfois de la vaisselle jetable (assiettes, verres, gobelets, tasses, couverts jetables)?

- Près d'un quart des consommateurs achètent parfois de la vaisselle jetable (assiettes, verres, gobelets, tasses, couverts jetables).

Base : répondants

Location de vaisselle – attitudes



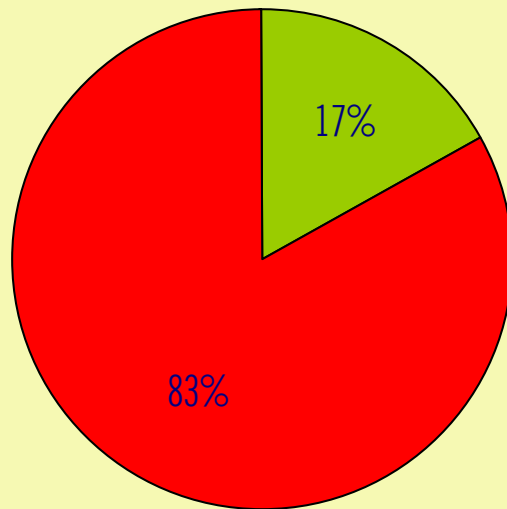
■ oui
■ non

➤ Savez-vous qu'il existe des services de location de vaisselle pour particuliers?

- Moins de la moitié des personnes interrogées connaissent les services de location de vaisselle.
- Les personnes de plus de 50 ans connaissent nettement mieux cette possibilité (60%) que les jeunes de 18-29 ans qui sont 79% à ignorer l'existence de ce type de service.

Base : répondants

Location de vaisselle – comportements



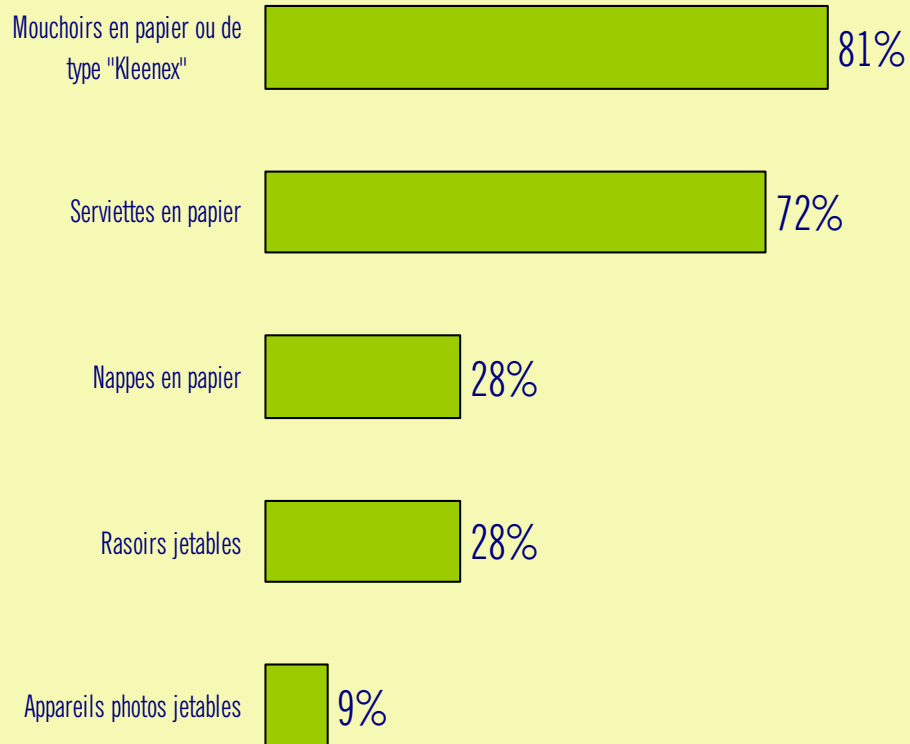
■ oui
■ non

➤ Avez-vous déjà fait appel à ce type de service?
(service de location de vaisselle)

- Parmi les personnes qui connaissent la possibilité de louer de la vaisselle, très peu y ont déjà fait appel (17%).

Base : répondants qui connaissent l'existence de services de location de vaisselle

Autres produits à usage unique : achats



➤ Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté...?

- Les produits jetables les plus largement achetés sont les mouchoirs en papier (81%) et les serviettes en papier (72%).
- Les nappes en papier et les rasoirs jetables sont achetés par près de 3 personnes sur 10.
- Les appareils photo jetables ne sont pas tellement prisés par les consommateurs. Il s'agit visiblement d'achats occasionnels pour une occasion spécifique.

Base : répondants

Autres produits à usage unique : achats – différences par profil

- Les mouchoirs en papier sont plus souvent achetés par les jeunes de **18-29 ans** et les personnes âgées de **65 ans et plus**. Les 50-64 ans semblent en être beaucoup moins friands.
- Les nappes en papier sont plus souvent achetées dans les **familles nombreuses** et moins souvent par les 40-49 ans.
- Les plus grands acheteurs de rasoirs jetables sont les jeunes de **18-29 ans** et les **familles nombreuses**.

Produits à usage unique ou produits jetables : Synthèse 1

Lingettes

- Les lingettes répondent à de nombreux usages tant dans le domaine de l'hygiène personnelle que du nettoyage de toute la maison. Elles engendrent beaucoup de déchets et coûtent bien plus cher que les techniques traditionnelles. Mais, leur facilité d'utilisation et le gain de temps qu'elle représentent semble séduire de nombreux consommateurs.
- L'achat de lingettes pour bébé, de lingettes démaquillantes et pour le nettoyage des lunettes concerne 1 personne sur 5. Près de 15% des consommateurs achètent également des lingettes pour le dépoussiérage des meubles, le nettoyage de la salle de bain, de la cuisine ou du WC. Les lingettes les moins prisées sont celles enduites de produits solaires et de produits anti-moustiques.

Produits à usage unique ou produits jetables : Synthèse 2

Langes jetables et langes lavables

- Les langes lavables ne sont pas perçus très positivement par les consommateurs lorsqu'ils sont comparés aux langes jetables. Sur les aspects pratiques, gain de temps, hygiène et même efficacité, les langes jetables ressortent largement gagnants. Le linge jetable est également perçu comme celui qui engendre beaucoup de déchets, coûte cher et contient beaucoup de produits chimiques. Et, 2 tiers des répondants pensent que seuls les langes jetables sont acceptés en crèche.
- Pas étonnant, dès lors, que 90% des consommateurs choisissent les langes jetables pour langer leur enfant. Seuls 6% ont opté pour des langes lavables et 4% utilisent les deux.

Vaisselle jetable et location de vaisselle

- Près d'un quart des consommateurs achètent parfois de la vaisselle jetable (assiettes, verres, gobelets, tasses, couverts jetables).
- Moins de la moitié des personnes interrogées connaissent les services de location de vaisselle. Et, parmi les personnes qui connaissent ce service, très peu y ont déjà fait appel (17%).

Autres produits à usage unique

- Les produits jetables les plus largement achetés sont les mouchoirs en papier (81%) et les serviettes en papier (72%). Les nappes en papier et les rasoirs jetables sont achetés par près de 3 personnes sur 10. Les appareils photos jetables ne sont pas tellement prisés par les consommateurs. Il s'agit visiblement d'achats occasionnels pour une occasion spécifique.

Partie 7 : les déchets papier et carton

- Attitudes et connaissances
- Comportements

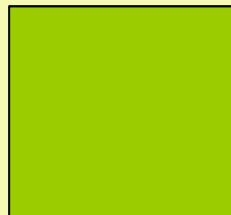
Déchets papier/carton : attitudes 1

Refuser les publicités toutes-boîtes



84%

Brûler les déchets papier et carton



34%

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

- 8 personnes sur 10 identifient le refus des publicités toutes-boîtes comme un acte de prévention des déchets.
- Mais, plus de 3 personnes sur 10 citent le fait de brûler les papiers et cartons comme un moyen de produire moins de déchets!

Base : répondants

Déchets papier/carton : attitudes 2

- 84 % identifient le refus des publicités toutes-boîtes comme un acte de prévention des déchets. Ils sont même 91% parmi les **30-39 ans** et 90% parmi les **célibataires**.
- Plus de 3 personnes sur 10 citent le fait de brûler les papiers et cartons comme un moyen de produire moins de déchets. Ils sont même 46 à 47% à le déclarer parmi les **célibataires**, les personnes âgées de **65 ans et plus** et les personnes issues des **groupes sociaux inférieurs**.
- Par contre, les **ménages de 5 personnes**, les **personnes âgées de 30-39 ans** et les personnes issues des **groupes sociaux supérieurs** sont nettement moins nombreux à le penser (plus ou moins 20%).

Déchets papier/carton : attitudes 3

Je reçois trop de publicités dans ma boîte aux lettres



Les publicités toutes-boîtes me sont utiles

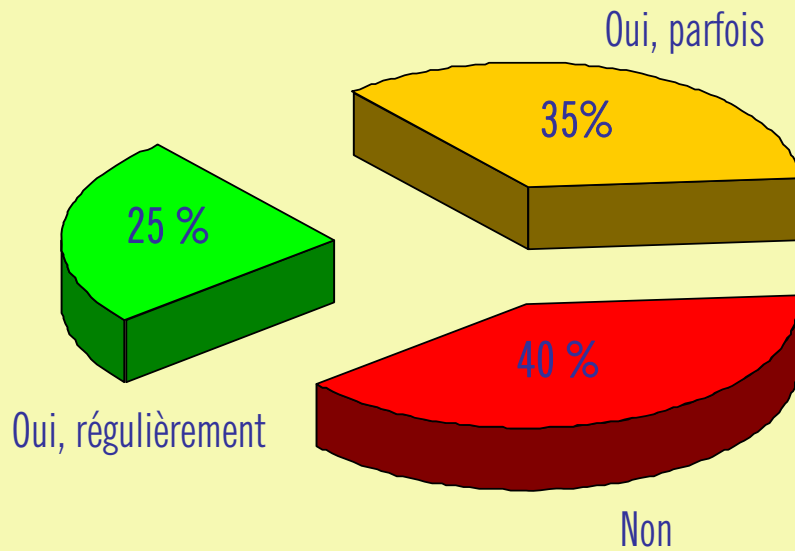


➤ Voici une série de phrases que des gens nous ont dites. Etes-vous d'accord avec cette proposition?

- 8 personnes sur 10 déclarent recevoir trop de publicités dans leur boîte aux lettres.
- Seuls 46% des répondants considèrent que les publicités toutes-boîtes sont utiles.

Base : répondants

Déchets papier/carton : comportements 1

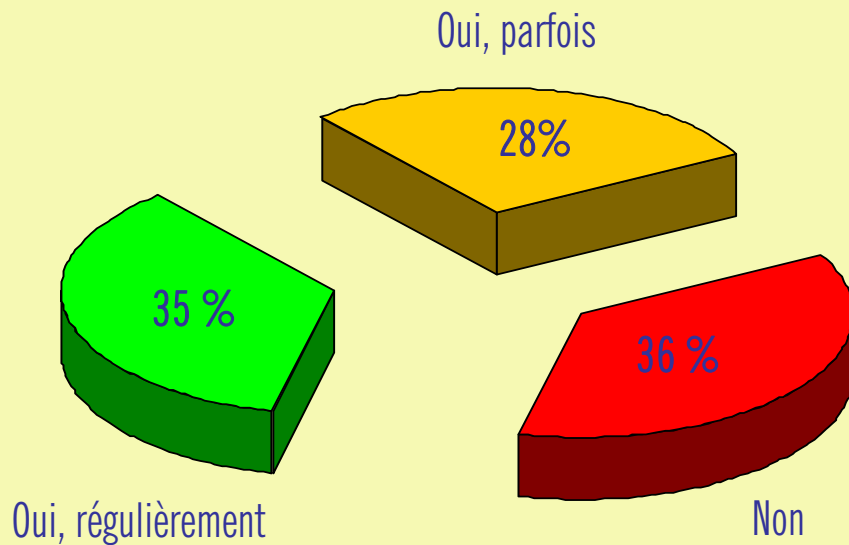


➤ J'imprime mes documents recto-verso?

- 60 % des gens impriment soit régulièrement, soit parfois en recto-verso, 40% ne le font jamais.
- Les 30-39 ans sont ceux qui le font le plus.
- Cette pratique dépend évidemment des capacités techniques de l'imprimante dont on dispose.

Base : répondants

Déchets papier/carton : comportements 2

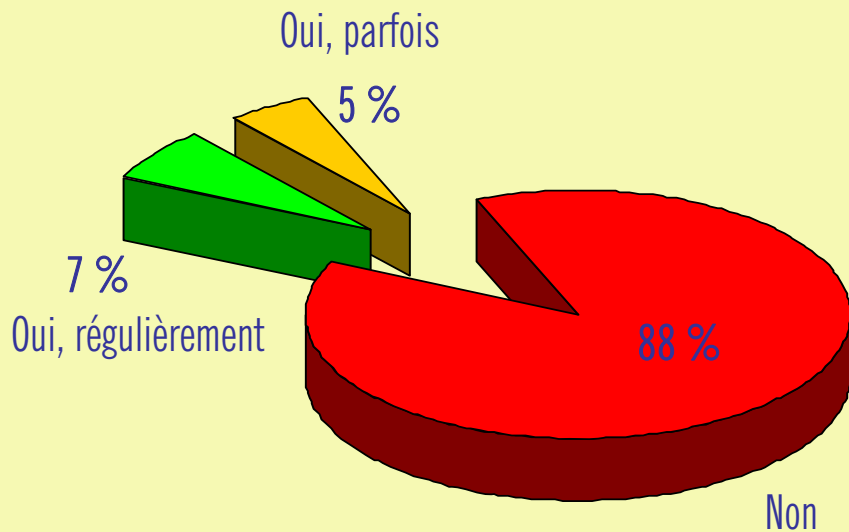


➤ J'utilise le verso des papiers imprimés?

- 63 % des gens utilisent soit régulièrement, soit parfois le verso des papiers imprimés, 36% ne le font jamais.
- Les jeunes (18-29 ans) et les ménages de 5 personnes sont ceux qui le font le plus souvent.
- Cette pratique mériterait d'être promue car elle est assez facile à mettre en place.

Base : répondants

Déchets papier/carton : comportements 3

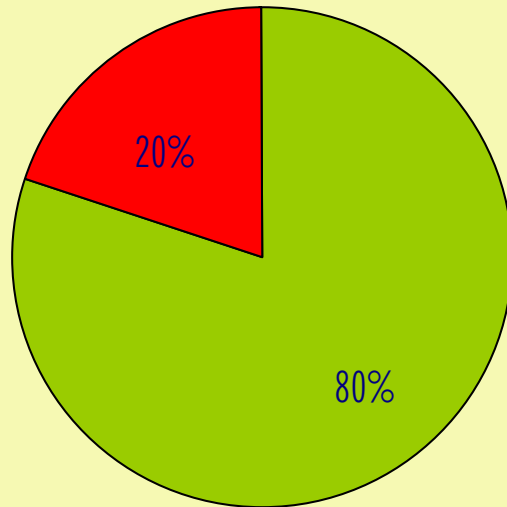


➤ Je brûle les déchets de papier et carton?

- 12 % des gens brûlent soit régulièrement, soit parfois les déchets de papier et carton!
- C'est largement inférieur aux résultats de 2007 où la question passait plus inaperçue dans un ensemble d'autres propositions.
- Mais, ce chiffre reste quand-même préoccupant pour une pratique illégale et néfaste pour la santé et l'environnement...

Base : répondants

Autocollant « stop pub » : notoriété



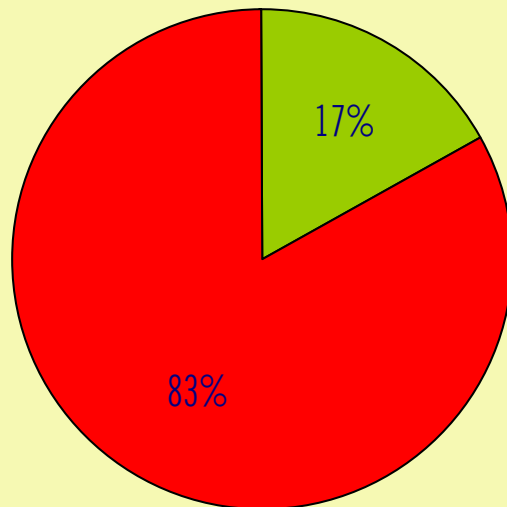
■ oui
■ non

➤ Connaissez-vous l'existence d'un autocollant à apposer sur sa boîte aux lettres pour refuser la publicité toute-boîte?

- 8 consommateurs sur 10 connaissent l'existence d'un autocollant « stop pub ». Les 30-39 ans, les 65 ans et plus et les personnes issues des groupes sociaux supérieurs sont ceux qui connaissent le mieux cet autocollant.
- C'est beaucoup plus élevé que lors de l'enquête 2007 où 44% des gens ignoraient l'existence d'un tel autocollant.
- Il s'agit certainement de l'effet de la campagne de diffusion de l'autocollant « stop pub » de la Région Wallonne qui a été lancée en juin 2007, soit après la réalisation de l'enquête 2007.

Base : répondants

Autocollant « stop pub » : utilisation



■ oui

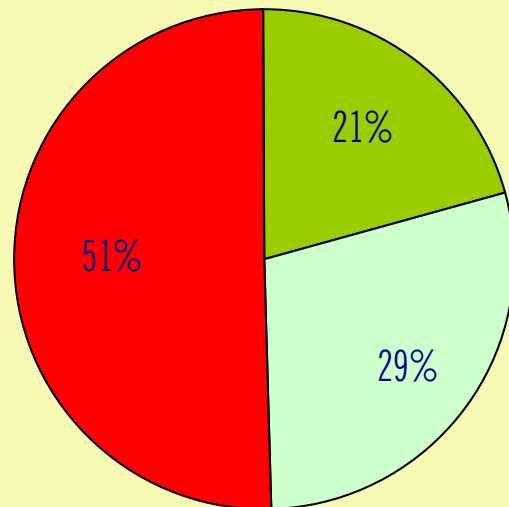
■ non

➤ Avez-vous apposé un tel autocollant sur votre boîte aux lettres?

- Parmi les 80% des gens qui connaissent l'existence de l'autocollant, 17% d'entre eux déclarent avoir apposé un autocollant stop pub sur leur boîte aux lettres, soit 14 % du total des répondants.
- Les ménages de 5 personnes sont plus nombreux (44%) à l'avoir fait.

Base : répondants qui connaissent l'existence de l'autocollant

Autocollant « stop pub » : intention d'utilisation



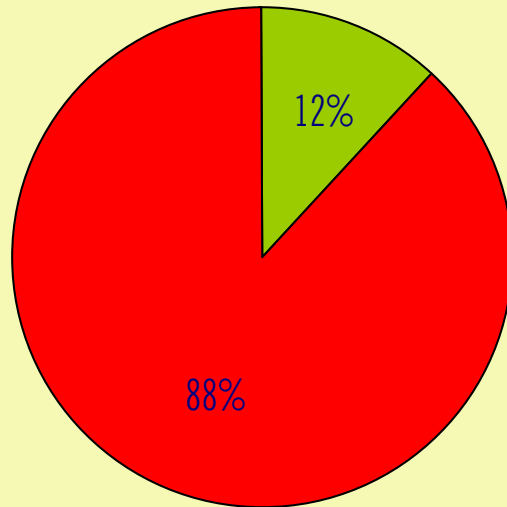
■ oui, certainement
■ oui, peut-être
■ Non

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

- Au total, parmi les personnes qui connaissent l'existence de l'autocollant mais qui ne l'ont pas apposé, 49% ont l'intention (certainement ou peut-être) d'apposer un tel autocollant sur leur boîte aux lettres.
- Même si ce ne sont que des déclarations, sur l'ensemble des répondants, ce potentiel supplémentaire représente 33 % des répondants (14% envisagent certainement de le faire, 19% peut-être).

Base : répondants qui connaissent l'existence de l'autocollant mais qui ne l'ont pas apposé

Liste Robinson : notoriété



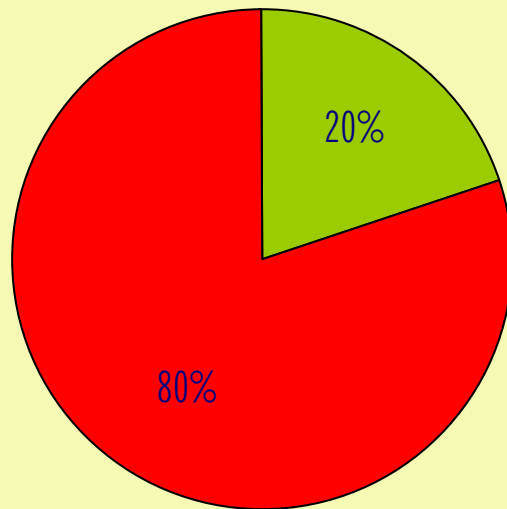
■ oui
■ non

➤ Connaissez-vous la possibilité de s'inscrire sur la liste Robinson (afin de ne pas recevoir de publicité adressée)?

- 88% des Wallons ne connaissent pas la possibilité de s'inscrire sur la liste Robinson.
- Les 65 ans et plus sont encore moins nombreux à la connaître (4%).

Base : répondants

Liste Robinson : utilisation



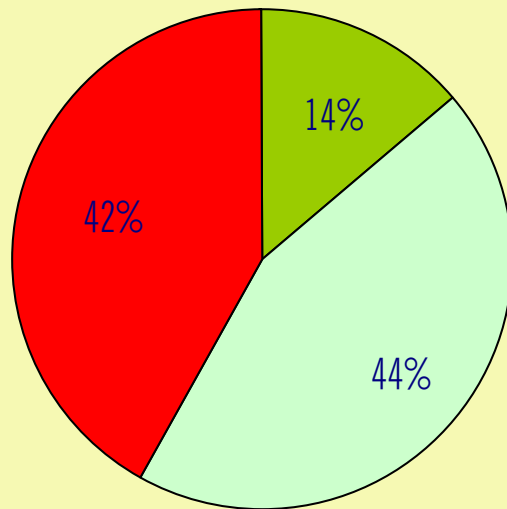
■ oui
■ non

➤ Etes-vous inscrit sur la liste Robinson?

- Parmi les 12% des personnes qui en connaissent la possibilité, seuls 20% sont effectivement inscrits sur cette liste Robinson, ce qui représente 2 % des Wallons.

Base : répondants qui connaissent l'existence de la liste Robinson

Liste Robinson : intention d'utilisation



■ oui, certainement
■ oui, peut-être
■ Non

➤ Dans l'avenir, avez-vous l'intention de vous inscrire sur la liste Robinson?

- Parmi les 9% des personnes qui connaissent la possibilité de s'inscrire sur la liste Robinson mais qui ne sont pas encore inscrites, plus d'une personne sur deux a l'intention (peut-être ou certainement) de s'inscrire, soit un potentiel de 5% des Wallons.

Base : répondants qui connaissent l'existence de la liste Robinson et qui ne sont pas inscrits

Déchets papier/carton : Synthèse

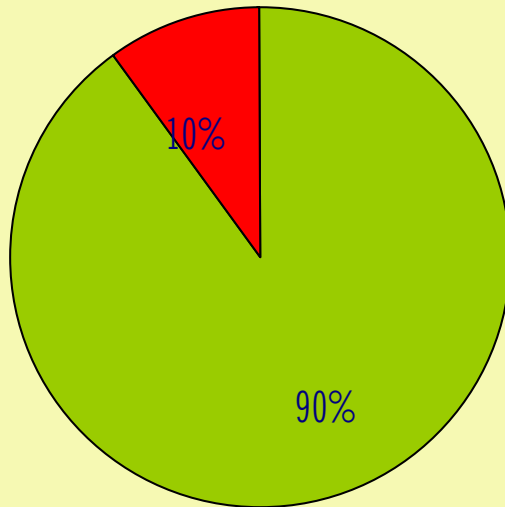
- Les publicités toutes-boîtes encombrant les boîtes aux lettres des Wallons : 8 personnes sur 10 déclarent en recevoir trop et seulement 46% des personnes considèrent que ces publicités toutes-boîtes sont utiles.
- 84 % des personnes identifient le refus des publicités toutes-boîtes comme un acte de prévention des déchets.
- 8 consommateurs sur 10 connaissent l'existence d'un autocollant stop pub mais seulement 17 % d'entre eux l'ont apposé sur leur boîte aux lettres, soit 14 % des Wallons. C'est plus que les résultats de 2007, à la fois en termes de notoriété que d'apposition effective de ce type autocollant. Le lancement de la campagne de diffusion de l'autocollant stop-pub de la Région Wallonne y est certainement pour quelque chose.
- Au total, parmi les personnes qui connaissent l'existence de l'autocollant mais qui ne l'ont pas apposé, 49% ont l'intention (certainement ou peut-être) d'apposer un tel autocollant sur leur boîte aux lettres. Même si ce ne sont que des déclarations, sur l'ensemble des répondants, ce potentiel supplémentaire représente 33 % des répondants (14% envisagent certainement de le faire, 19% peut-être).
- La liste Robinson est nettement moins connue : 88% des Wallons ne connaissent pas la possibilité de s'inscrire sur cette liste et, parmi les personnes qui en connaissent la possibilité, seuls 20% sont effectivement inscrits, soit 2 % des Wallons
- Au total, parmi les personnes qui connaissent la possibilité de s'inscrire sur la liste Robinson mais qui ne sont pas encore inscrites, plus d'une personne sur deux à l'intention (peut-être ou certainement) de s'inscrire, soit un potentiel de 5 % des Wallons.
- Par ailleurs, 60% des gens utilisent les deux faces d'une feuille, soit en imprimant en recto-verso, soit en utilisant le verso des papiers imprimés.
- Enfin, 12 % des gens brûlent soit régulièrement, soit parfois les déchets de papier et carton! C'est inférieur aux résultats de 2007 où la question passait plus inaperçu dans un ensemble d'autres propositions. Mais, ce chiffre reste quand-même préoccupant pour une pratique illégale et néfaste pour la santé et l'environnement...

Partie 8 : les déchets spéciaux des ménages

- Attitudes et comportements vis-à-vis des piles
- Attitudes et comportements d'achat et d'utilisation d'autres produits dangereux

Déchets spéciaux des ménages : Piles - attitudes 1

... Acheter des appareils/jeux qui fonctionnent sans pile



■ oui

■ non

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

- 9 personnes sur 10 identifient que pour produire moins de déchets, il faut acheter des appareils fonctionnant sans pile.

Base : répondants

Déchets spéciaux des ménages : Piles - attitudes 2

Pour l'environnement, il est important de ne pas jeter de pile dans la poubelle



96%

Il est difficile de se passer de piles jetables



58%

➤ Voici une série de phrases que des gens nous ont dites. Etes-vous d'accord avec cette proposition?

- 96% des répondants savent qu'il est important pour l'environnement de ne pas jeter de pile dans la poubelle.
- Par contre, il apparaît que, pour la majorité des gens, il est difficile de se passer de piles jetables. Les célibataires, les 65 ans et plus et les personnes issues des groupes sociaux inférieurs sont plus nombreux encore à ne pas pouvoir s'en passer.

Base : répondants

Déchets spéciaux des ménages : Piles – comportements 1

Utilisation de piles jetables ou rechargeables pour différents appareils

Console de jeu portable (Gameboy, PSP)



Baladeur CD



Jouet à piles



Télécommande



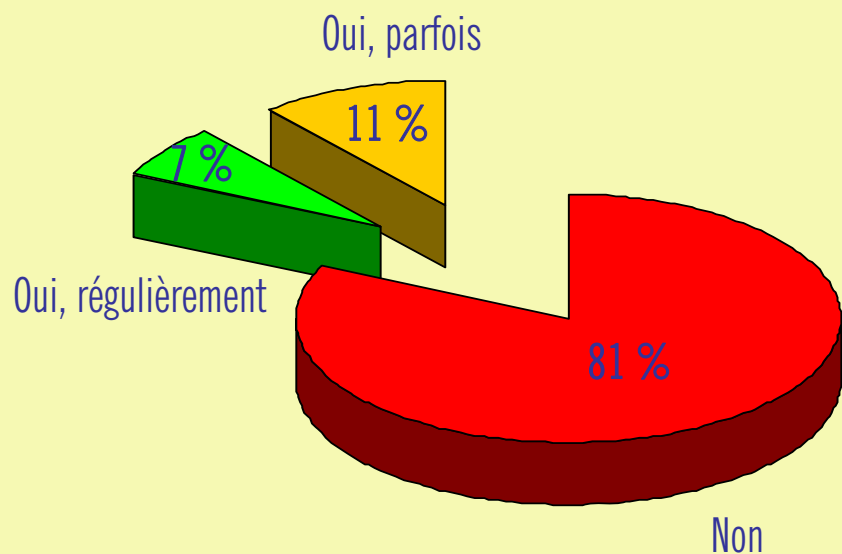
■ Piles rechargeables ■ Piles jetables

➤ Quel type de piles utilisez-vous principalement pour cet appareil?

- Les consoles de jeu portable, les baladeurs CD et les jouets à piles sont typiquement des appareils pour lesquels l'usage de piles rechargeables convient parfaitement. Pas étonnant que ce soit pour ces appareils que les consommateurs les utilisent le plus, jusqu'à 80% dans le cas des consoles de jeu.
- Néanmoins, ils sont encore 30% dans le cas des baladeurs et 47 % dans le cas de jouets à utiliser des piles jetables.
- Dans le cas de la télécommande, l'utilisation de piles rechargeables n'est pas spécialement adapté vu sa faible consommation. Le choix des piles jetables se justifie dès lors.

Base : répondants qui possèdent ce type d'appareil

Déchets spéciaux des ménages : Piles - comportements 2



➤ Je jette à la poubelle des objets comme des piles usagées, des restants de peinture ou des vieux médicaments?

- 81% des personnes ne jettent pas de déchets dangereux dans la poubelle.
- Néanmoins, une information importante reste à faire auprès des 11% qui le font quand-même parfois et des 7% qui le font régulièrement!
- Les célibataires sont ceux qui le font le plus régulièrement.

Base : répondants

Déchets spéciaux des ménages : Autres - attitudes 1

Les plaquettes anti-moustiques sont des produits dangereux



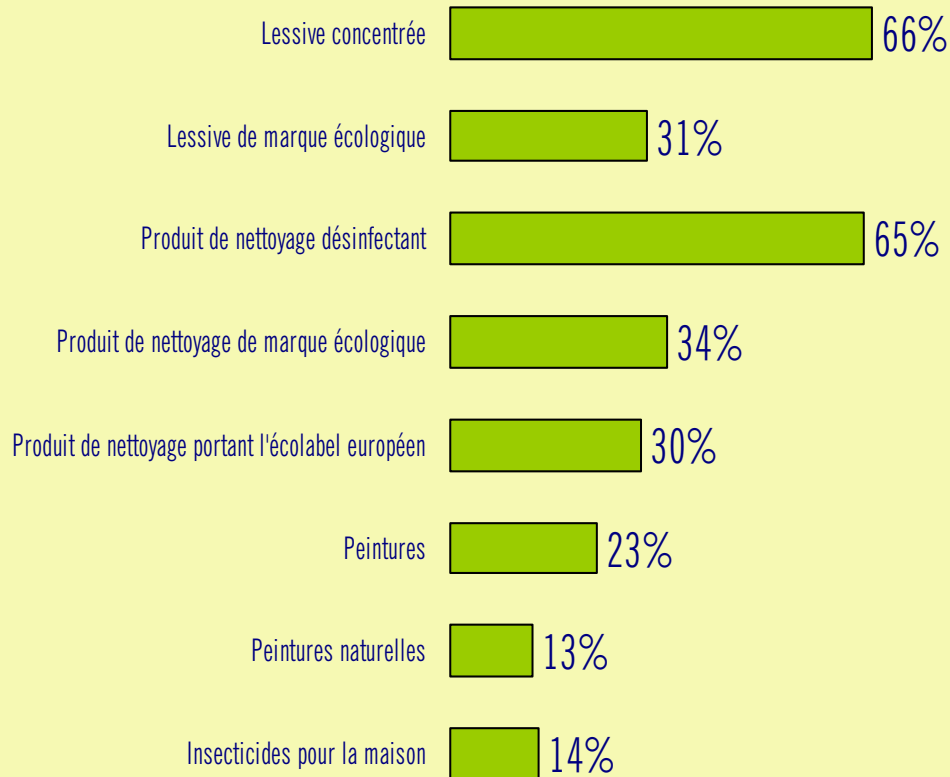
81%

➤ Voici une série de phrases que des gens nous ont dites. Etes-vous d'accord avec cette proposition?

- 8 consommateurs sur 10 savent que les plaquettes anti-moustiques sont des produits dangereux.

Base : répondants

Déchets spéciaux des ménages : Autres - comportements 1

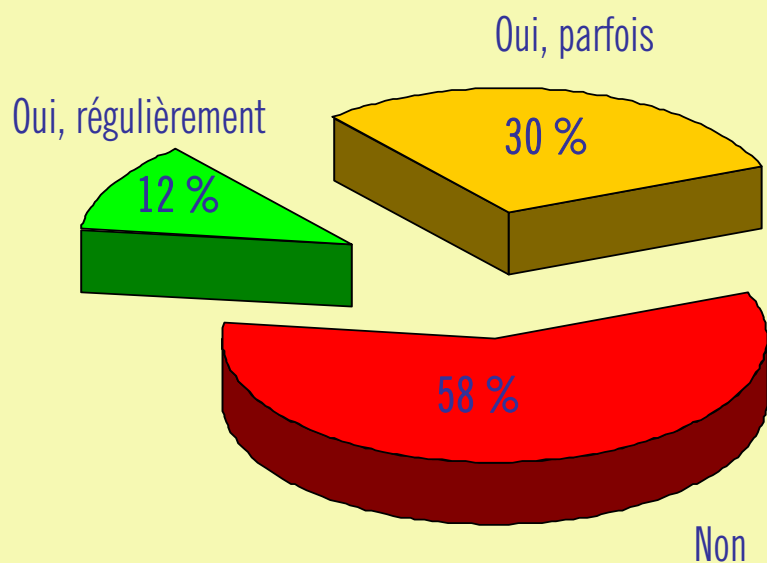


➤ Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté...?

- 2 tiers des consommateurs portent leur choix sur de la lessive concentrée. Ils sont 31% à porter ce choix sur une lessive de marque écologique.
- Même si les achats de produits de nettoyage plus respectueux de l'environnement progressent, 65% des consommateurs achètent encore des produits de nettoyage désinfectants!
- Les peintures naturelles ne représentent qu'une faible part de marché et 14% des gens achètent des insecticides pour la maison.

Base : répondants

Déchets spéciaux des ménages : Autres - comportements 2

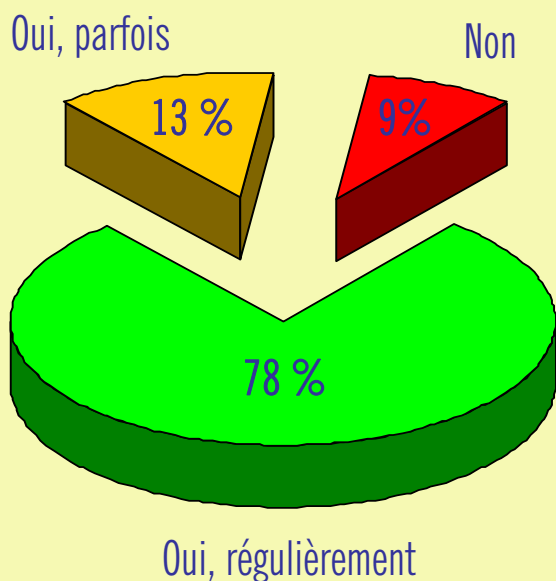


➤ J'utilise des insecticides en bombes aérosol, plaquettes anti-moustiques...?

- 42% des personnes utilisent régulièrement (12%) ou parfois (30%) des insecticides tels que des bombes aérosols ou des plaquettes anti-moustiques.

Base : répondants

Déchets spéciaux des ménages : Autres - comportements 3



➤ Lorsque j'utilise un produit d'entretien, je respecte les consignes de dosage?

- 91% des personnes respectent régulièrement (78%) ou parfois (13%) les consignes de dosage des produits d'entretien.
- Les 40-49 ans sont ceux qui le font le plus régulièrement alors que les célibataires le font moins régulièrement que la moyenne.

Base : répondants

Déchets spéciaux des ménages : Piles - Synthèse

Piles jetables et piles rechargeables

- 9 personnes sur 10 reconnaissent que pour produire moins de déchets, il faut acheter des appareils fonctionnant sans pile et, 96% des répondants savent qu'il est important pour l'environnement de ne pas jeter de pile dans la poubelle. Pourtant, ils sont 11% à le faire quand-même parfois et 7% à le faire régulièrement!
- Pour la majorité des gens, il semble difficile de se passer de piles jetables.
- Si l'utilisation de piles rechargeables atteint 80% dans le cas des consoles de jeu portables, ils sont encore 30% dans le cas des baladeurs et 47 % dans le cas de jouets à utiliser des piles jetables. Or, ces appareils sont typiquement des appareils pour lesquels l'usage de piles rechargeables convient parfaitement. La prévention des déchets par l'utilisation de piles rechargeables pourrait être bien plus mise en pratique.

Déchets spéciaux des ménages : Autres - Synthèse

- 8 consommateurs sur 10 savent que les plaquettes anti-moustiques sont des produits dangereux.
- Et pourtant, 42% des personnes utilisent régulièrement (12%) ou parfois (30%) des insecticides tels que des bombes aérosols ou des plaquettes anti-moustiques.
- Ils ne sont étonnamment que 14% à déclarer avoir acheté des insecticides pour la maison au cours des 12 derniers mois. N'assimileraient-ils pas les plaquettes anti-moustiques aux insecticides?
- 2 tiers des consommateurs portent leur choix sur de la lessive concentrée. Ils sont même 31% à porter ce choix sur une lessive de marque écologique. Mais, même si les achats de produits de nettoyage plus respectueux de l'environnement progressent, 65% des consommateurs achètent encore des produits de nettoyage désinfectants!
- 91% des personnes respectent régulièrement (78%) ou parfois (13%) les consignes de dosage des produits d'entretien.
- 81% des personnes ne jettent pas de déchets dangereux dans la poubelle. Néanmoins, une information importante reste à faire auprès des 11% qui le font quand-même parfois et des 7% qui le font régulièrement!

Partie 9 : Synthèse et recommandations

- Synthèse
- Recommandations

Synthèse 1

Sujets d'inquiétude et responsabilités vis-à-vis des problèmes environnementaux

- Le sujet d'inquiétude majeur des wallons en 2008 est la baisse du pouvoir d'achat et la hausse générale des prix. Contrairement aux années antérieures, la dégradation de l'environnement et le réchauffement climatique sont relégués bien loin derrière les préoccupations socio-économiques et politiques.
- Pourtant, 77% estiment que la protection de l'environnement et la lutte contre la pollution est un problème immédiat et urgent.
- 85% des répondants pensent que les autorités publiques ne contrôlent pas suffisamment. Et, 6 personnes sur 10 attribuent la responsabilité principale des problèmes environnementaux au secteur industriel.
- 85% des répondants reconnaissent que leurs choix de consommation influencent la quantité de déchets qu'ils produisent et que leurs actions personnelles peuvent contribuer à la protection de l'environnement. Néanmoins, les actions individuelles ne sont perçues comme efficaces qu'à la condition que tout le monde s'y mette.

Implication personnelle et efforts réalisés

- 61 % des Wallons déclarent faire un effort pour protéger l'environnement et 87% d'entre eux sont prêts à faire un effort supplémentaire.
- Les efforts réalisés portent prioritairement sur le tri des déchets, les économies d'énergie et les économies d'eau.

Synthèse 2

Prévention des déchets

- Pour réduire les déchets, les Wallons préconisent l'achat d'appareils de plus longue durée de vie, le tri des déchets, l'utilisation de sacs de courses réutilisables et l'achat de produits recyclés ou dont l'emballage est recyclable. On retrouve la confusion habituelle entre prévention des déchets et tri des déchets.
- Mais, plus de la moitié des répondants pensent que l'élimination des denrées dont la date de consommation est dépassée ou l'achat d'eau plate en bouteille contribuent à la prévention. Ils sont aussi 46% à le penser en ce qui concerne l'achat de portions individuelles et 34% pour l'élimination des déchets de papier par le feu.

Comportements d'achats

- Parmi les comportements d'achats qui participent à la prévention des déchets ou sont plus respectueux de l'environnement, on note que 84 % des gens achètent leurs fruits et légumes en vrac, 66% achètent de la lessive concentrée, 40% du papier de toilette recyclé, des produits de nettoyage de marque écologique (34%) ou portant l'écolabel européen (30%) et 31% de la lessive de marque écologique. Le choix de bouteilles consignées pour les boissons concerne seulement 8% des achats de boissons sucrées et 11% des achats d'eau plate.
- Parmi les comportements d'achats moins respectueux de l'environnement, l'achat de produits de nettoyage désinfectants et l'achat d'eau plate en bouteille concernent 65% des gens. Les produits jetables les plus largement achetés sont les mouchoirs en papier et les serviettes en papier. L'achat de lingettes pour bébé, de lingettes démaquillantes et pour le nettoyage des lunettes concerne 1 personne sur 5. 30% des gens achètent également des aliments en mini-portions et 14% des consommateurs achètent des insecticides pour la maison.

Synthèse 3

Déchets organiques

- 32% des consommateurs déclarent jeter des restes de repas ou des aliments encore dans leur emballage (ouvert ou fermé). Les gens qui jettent des aliments le font en moyenne tous les 4 à 5 jours.
- Plus d'une personne sur deux croit que jeter des aliments quand la date est dépassée est une manière de produire moins de déchets! La moitié des personnes interrogées estiment qu'il vaut mieux jeter que consommer des restes d'aliments pour des raisons de sécurité alimentaire.
- Les comportements le plus largement acquis pour réduire les risques de gaspillage alimentaire est de faire attention à la date de consommation lors des achats de denrées alimentaires (87% des gens le font régulièrement) et de manger les restants de repas (70%).

Déchets verts

- 35% des consommateurs déclarent faire un compost à domicile. Parmi ceux-ci, près de 80% se sont renseignés sur la manière de faire un bon compost. Sur l'ensemble des répondants, ils représentent 28% des Wallons.
- La principale raison invoquée par les personnes qui ne font pas du compost est de ne pas avoir de jardin (40%) ou de ne pas savoir comment faire (13%).

Synthèse 4

Déchets d'emballages

- La prévention des déchets d'emballages fait encore l'objet de beaucoup de confusion : 90% des gens pensent que l'achat de produits moins emballés contribue à la prévention mais ils sont autant à déclarer que les emballages recyclables y contribuent aussi.
- 89% des consommateurs utilisent des sacs de courses réutilisables lors de leurs courses en grande surface. Par contre, dans les petits commerces, l'utilisation du sac jetable est encore assez répandue. Le choix de bouteilles consignées reste très faible. Et, si 53% des consommateurs choisissent principalement l'eau du robinet lorsqu'ils veulent boire de l'eau plate à la maison, ils sont 46% à préférer l'eau en bouteille.

Produits à usage unique ou produits jetables

- L'achat de **lingettes** pour bébé, de lingettes démaquillantes et pour le nettoyage des lunettes concerne 1 personne sur 5. Près de 15% des consommateurs achètent également des lingettes pour le dépoussiérage des meubles, le nettoyage de la salle de bain, de la cuisine ou du WC.
- Les **langes** lavables ne sont pas perçus très positivement par les consommateurs lorsqu'ils sont comparés aux langes jetables. Sur les aspects pratiques, gain de temps, hygiène et même efficacité, les langes jetables ressortent largement gagnants. Pas étonnant, dès lors, que 90% des consommateurs choisissent les langes jetables pour langer leur enfant. Seuls 6% ont opté pour des langes lavables et 4% utilisent les deux.
- Près d'un quart des consommateurs achète parfois de la **vaisselle jetable**. Moins de la moitié des gens connaissent les services de location de vaisselle. Et, parmi ceux qui connaissent ce service, très peu y ont déjà fait appel (17%).
- Les produits jetables les plus largement achetés sont les mouchoirs en papier (81%) et les serviettes en papier (72%). Les nappes en papier et les rasoirs jetables sont achetés par près de 3 personnes sur 10.

Synthèse 5

Déchets de papier et carton

- Les publicités toutes-boîtes encombrant les boîtes aux lettres des Wallons : 8 personnes sur 10 déclarent en recevoir trop et seulement 46% des personnes considèrent que ces publicités toutes-boîtes sont utiles.
- 8 consommateurs sur 10 connaissent l'existence d'un autocollant stop pub et 14% l'ont apposé sur leur boîte aux lettres. En outre, 33% envisagent certainement (14%) ou peut-être (19%) de le faire à l'avenir.
- Enfin, 12 % des gens brûlent soit régulièrement, soit parfois les déchets de papier et carton!

Déchets spéciaux des ménages

- 9 personnes sur 10 identifient que pour produire moins de déchets, il faut acheter des appareils fonctionnant sans pile et, 96% des répondants savent qu'il est important pour l'environnement de ne pas jeter de pile dans la poubelle.
- Pour la majorité des gens, il semble difficile de se passer de piles jetables. Si l'utilisation de piles rechargeables atteint 80% dans le cas des consoles de jeu portables, ils sont encore 30% dans le cas des baladeurs et 47 % dans le cas de jouets à utiliser des piles jetables.
- 8 consommateurs sur 10 savent que les plaquettes anti-moustiques sont des produits dangereux. Et pourtant, 42% des personnes utilisent régulièrement (12%) ou parfois (30%) des insecticides tels que des bombes aérosols ou des plaquettes anti-moustiques.
- Mais, même si les achats de produits de nettoyage plus respectueux de l'environnement progressent, 65% des consommateurs achètent encore des produits de nettoyage désinfectants!
- 18% de la population jette parfois ou régulièrement des déchets dangereux à la poubelle!

Recommandations 1

- Même si les problèmes socio-économiques (baisse du pouvoir d'achat) et politiques sont les premières préoccupations des Wallons en 2008, il existe une grande sensibilité vis-à-vis des problèmes environnementaux et des attitudes positives en ce qui concernent les actions citoyennes; les autorités publiques devraient profiter de ce climat favorable pour développer une politique ambitieuse en matière de prévention des déchets, tout en vérifiant leurs impacts sur le porte-monnaie des ménages.
- Pour encourager la prise d'action par les citoyens, les autorités publiques doivent montrer que tous les acteurs sont concernés et agissent de concert.
- Elles devraient notamment communiquer davantage sur les mesures réglementaires qu'elles adoptent pour encourager la prévention des déchets et sur les contrôles effectués en la matière.
- Plutôt que de mener des campagnes d'information générales et peu ciblées, il faudrait créer les conditions pour que le contexte encourage les gestes citoyens de prévention.
- Changer le contexte, c'est notamment changer le marché, en favorisant les choix de consommation qui produisent moins de déchets et pour cela développer une palette d'outils complémentaires portant sur les caractéristiques des produits, la mise en évidence des produits respectueux de l'environnement, les prix et l'information.

Recommandations 2

- Les autorités publiques devraient encourager les mesures prises par les acteurs privés visant à réduire les emballages des produits mis sur le marché et veiller à ce que les consommateurs puissent trouver une offre diversifiée en produits moins emballés.
- Elles devraient également développer un système d'information permettant aux consommateurs d'identifier facilement les produits plus respectueux de l'environnement sur les lieux de vente.
- Changer le contexte, c'est aussi chercher à réduire l'influence de la publicité sur les comportements de consommation, en limitant les excès publicitaires (quantité et contenu) mais aussi en éduquant à la critique dès le plus jeune âge.
- Il existe un potentiel important vis-à-vis des actions de refus des publicités toutes boites; il faudrait poursuivre et amplifier les actions entreprises dans ce secteur, d'une part en faisant mieux connaître l'autocollant stop pub et, d'autre part, en incitant les personnes à concrétiser leur intention d'apposer cet autocollant.
- Changer le contexte c'est encore permettre aux consommateurs d'expérimenter de nouveaux comportements, en leur fournissant des outils et une aide concrète. Cela pourrait par exemple se révéler porteur dans le cas des langes lavables ou le recours aux services de location.

Recommandations 3

- Il est important de donner des conseils concrets et d'assurer leur diffusion large et active auprès des différents groupes de la population, notamment pour soutenir ces 40% de Wallons qui déclarent ne pas savoir que faire.
- Pour limiter les déchets organiques, deux axes principaux se dessinent :
 - Intégrer les conseils donnés en matière de sécurité alimentaire et d'impact environnemental de l'alimentation et mettre en place une véritable éducation de la population en ce domaine, pour réduire le gaspillage alimentaire ;
 - Aider les Wallons à aménager et entretenir leur jardin pour qu'il produise moins de déchets.
- En outre, il faut créer les conditions pour la réalisation de compost de qualité à domicile et informer sur les techniques de compostage. Les actions des maîtres composteurs pour l'apprentissage du compostage semblent bien répondre à cette volonté sur base d'une communication concrète et de proximité.

Recommandations 4

- En matière de déchets spéciaux, il conviendrait de mieux informer les consommateurs
 - Sur les risques pour la santé et l'environnement de l'utilisation de produits dangereux
 - Sur les utilisations rationnelles qui permettent de limiter ces risques
 - Mais, surtout, sur les alternatives, existant en termes de produits ou de comportements, qui permettent l'évitement de produits tels que insecticides, herbicides, désinfectant, déboucheur caustique
 - Sur les modes d'élimination obligatoires et/ou respectueux de l'environnement.
- Au terme de cette enquête, il nous semble qu'un axe essentiel d'action en matière de prévention est l'adoption généralisée de pratiques de prévention par toutes les administrations publiques et la communication sur ces pratiques dans les lieux de contact entre ces administrations et le public.

Recommandations 5

Pour conclure, nous invitons à 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 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.

Auteurs :
Ariane Godeau, Catherine Rousseau

Editeur Responsable :
Marc Vandercammen

CRIOC
Boulevard Paepsem, 20 - 1070 BRUXELLES
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be

Édition 2008
Réf. Catalogue : 552-08

D 2008-2492-96
©CRIOC

Prix : 117 €

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