

# RÉSUMÉ SYNTHÉTIQUE

# 2

CONTEXTE : DEUX ÉVÉNEMENTS MAJEURS ENTRE LES 2 ENQUÊTES ONT EU UN IMPACT SUR L'ATTITUDE ET LA PERCEPTION DES RÉPONDANTS

2018



2022

1

CRISE SANITAIRE → COVID-19

SENSIBILISATION À L'IMPORTANCE DE LA DURABILITÉ

2

- Crise climatique
- Crise énergétique
- Focalisation accrue sur les produits durables



# ÉVOLUTION 2018-2022 : 2 GRANDES TENDANCES

## NOUS CONTINUONS À CONSOMMER BEAUCOUP

Nous continuons à consommer beaucoup/trop et nous ne tenons pas toujours compte de l'impact :

- Nous achetons plus souvent des aliments dont nous n'avons pas besoin
- En 2022, une plus grande proportion de Wallons jette des aliments au moins une fois par semaine par rapport à 2018
- L'importance que nous accordons à la durée de vie des appareils électriques diminue
- ...

## DE PLUS EN PLUS, NOUS TRAITONS CE QUE NOUS CONSOMMONS DE MANIÈRE DURABLE

Des évolutions évidentes indiquent que nous avons une attitude plus consciente et plus durable vis-à-vis de ce que nous consommons :

- Les produits de seconde main gagnent de l'importance
- La préférence pour des emballages réutilisables et recyclables augmente
- Nous buvons moins d'eau en bouteille et davantage d'eau du robinet
- L'intérêt pour l'emprunt, la location ou le partage augmente
- ...

# ÉVOLUTION 2018-2022

## CONCLUSION 2018






- L'âge est le seul facteur qui explique la plupart des différences de comportements observées lors de l'enquête. Les autres facteurs présumés (genre, taille du ménage, niveau socio-économique...etc) expliquent certaines différences significatives, mais de manière beaucoup plus sporadique sur l'ensemble des thématiques abordées dans l'enquête.
- A priori, les jeunes générations semblent montrer un certain désintérêt et/ou manquer d'informations vis-à-vis des enjeux liés à la prévention/gestion des déchets ménagers. Cela ne signifie pas nécessairement qu'elles ne considèrent pas que la problématique est importante, mais sa prise en compte ne s'exprime pas toujours dans leur comportement.
- Les résultats de l'enquête fournissent suffisamment d'arguments pour nuancer la culture du jetable. La popularité des articles d'occasion, tant à l'achat qu'à la vente, rappelle beaucoup plus une culture de remplacement. C'est toujours intéressant de disposer de nouveaux objets, même s'ils ne sont pas vraiment neufs. Toutefois, une majorité de ménages wallons seraient prêts à modifier leur mode de consommation et à favoriser l'économie de la fonctionnalité. Par ailleurs, pour transporter leurs achats, la majorité des ménages wallons utilisent déjà des supports réutilisables.
- Il est généralement admis que le niveau de connaissances des ménages en matière de prévention des déchets est assez faible. Cela s'exprime dans divers domaines : connaissances limitées (i) des techniques de compostage de qualité à domicile, (ii) de l'existence des Repair Cafés, (iii) de la manière d'obtenir des autocollants STOP-PUB, ou encore (iv) de l'intérêt des labels écologiques.

## EVOLUTION 2022





- Les tendances générales en 2022 sont similaires à celles de 2018. L'âge reste le seul facteur expliquant la plupart des différences observées.
- Une tendance marquée à un comportement plus durable est à noter parmi toutes les catégories d'âge.
- L'évolution notable en 2022 concernant les personnes plus jeunes est que l'utilisation de l'eau en bouteille diminue au sein des groupes d'âge des 18-44 ans de 2018 à 2022 alors que cela reste stable pour les 45 ans et plus. Cela peut être considéré comme une indication que les personnes plus jeunes adaptent plus rapidement leur comportement et leur consommation en termes de durabilité, mais cela reste à confirmer.

# RÉSUMÉ SYNTHÉTIQUE





## DÉCHETS ALIMENTAIRES

-  Les Wallons sont plus nombreux en 2022 à **jeter des restes de nourriture et à acheter de la nourriture** dont ils n'ont pas besoin.
-  Les restes que nous jetons **atterrissent moins souvent dans la poubelle tout-venant** mais plus souvent dans les déchets organiques.
-  Au restaurant, nous demandons **plus souvent d'emporter les restes** et nous les emportons plus souvent dans un **contenant durable**.
-  Nous prenons davantage en considération la **date de péremption** (nous consommons d'abord les produits qui doivent partir en premier lieu).
-  La semaine est **mieux planifiée** en matière d'alimentation.

## DÉCHETS ORGANIQUES






-  2 Wallons sur 3 ont un **jardin adapté pour composter**.
-  Davantage de Wallons **compostent** par rapport à 2018.
-  Généralement, en Wallonie, les **déchets organiques** sont plus souvent collectés.
-  **Le manque d'accès à un compost** reste la raison principale de ne pas composter.

## DÉCHETS D'EMBALLAGE





-  **En 2022**, nous utilisons encore très peu nos **propres contenants réutilisables** pour la plupart des produits (hormis pour les fruits et légumes).
-  Toutefois, nous remarquons quand même que la préférence pour les emballages réutilisables **augmente** et que **les Wallons sont nettement plus nombreux à indiquer utiliser leurs propres contenants réutilisables** par rapport à 2018.
-  Nous préférons plus souvent acheter des produits en **grande conditionnement** (ce qui implique moins d'emballage).
-  Nous consommons **moins d'eau en bouteille** et davantage d'eau du robinet (cette évolution se fait surtout ressentir chez les 18 à 44 ans).

# RÉSUMÉ SYNTHÉTIQUE



## DÉCHETS D'ÉQUIPEMENTS ÉLECTRIQUES ET ÉLECTRONIQUES

-  La durée de vie des déchets d'équipements électriques et électroniques **perd de l'importance** lors de l'achat de produits.
-  Le besoin de réparer des appareils électriques a **augmenté**.
-  Comme en 2018, ce sont surtout les smartphones, les équipements informatiques et les gros appareils ménagers qui sont **réparés par un expert** en 2022. Les outils électriques et les petits appareils ménagers sont réparés par près de la moitié des **consommateurs eux-mêmes**.
-  La notoriété des **Repair cafés** augmente légèrement (mais ils ne sont toujours pas très connus du grand public).
-  Le **coût** de la réparation explique souvent la non réparation de l'appareil. Les raisons secondaires de ne pas faire réparer des appareils sont le manque de pièces de rechange, l'appareil démodé, le manque de réparateurs,...

## DÉCHETS DE PAPIERS - CARTONS


-  Seul 1 Wallon sur 4 a un **autocollant « stop-pub »** apposé sur sa boîte aux lettres.
-  En 2022, les personnes n'ayant pas d'autocollant « stop-pub » sont **un peu mieux** au courant de l'endroit où se procurer l'autocollant par rapport à 2018.
-  La liste **Robinson** reste relativement **peu connue** du grand public.
-  Nous constatons toutefois que la notoriété de la liste Robinson **augmente** par rapport à 2018.


## RÉEMPLOI ET RÉUTILISATION

-  En 2022, les Wallons sont encore plus convaincus qu'il vaut mieux **donner ou vendre** les objets dont on ne se sert plus plutôt que **de les garder ou de les jeter**.  
Les objets de seconde main sont plus souvent **donnés ou reçus** que vendus ou achetés.
-  44% des Wallons ont **effectué des réparations sur des vêtements**. Lorsqu'ils ne font pas réparer leurs vêtements, c'est souvent parce que ceux-ci ne sont pas réparables ou parce que cela revient moins cher d'en acheter un nouveau.

# RÉSUMÉ SYNTHÉTIQUE


## DÉCHETS SAUVAGES - PROPRETÉ PUBLIQUE


 Les arrêts des transports en commun et les bords de route sont considérés comme **étant moins propres qu'en 2018**. La plupart des endroits publics restent stables en matière de propreté.

 Ce sont surtout les **citoyens** qui sont tenus responsables de l'état de malpropreté : les Wallons considèrent que cela est dû à un manque d'éducation.


L'infrastructure (l'emplacement et le nombre de poubelles publiques) arrivent en seconde position.


## NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION

 L'intérêt pour les **modes de consommation alternatifs** (emprunter, louer, partager) augmente pour les équipements de sport et loisir, le matériel de puériculture et les vêtements.

 Pour les solutions de **mobilité**, l'intérêt pour emprunter, louer ou partager diminue légèrement.

## LABELS

 La **confiance** dans les labels éthiques et écologiques augmente.

 3 personnes sur 4 préfèrent un **produit labellisé**.