

Sandra HOIBIAN

Du caddie à la poubelle: les Français sont plus sensibles aux emballages

Chaque Français jette en moyenne 391 kg d'ordures ménagères par an. Entre 1995 et 2007, le volume total a progressé de 39%. Les emballages représentent environ un tiers de ces déchets. Un des objectifs de la politique nationale du « Plan d'actions sur les déchets », publié par le ministère du Développement Durable en septembre 2009, est de réduire de 7% la production d'ordures ménagères par habitant d'ici 2014, en s'appuyant notamment sur le principe que « le meilleur déchet est celui qu'on ne produit pas ».

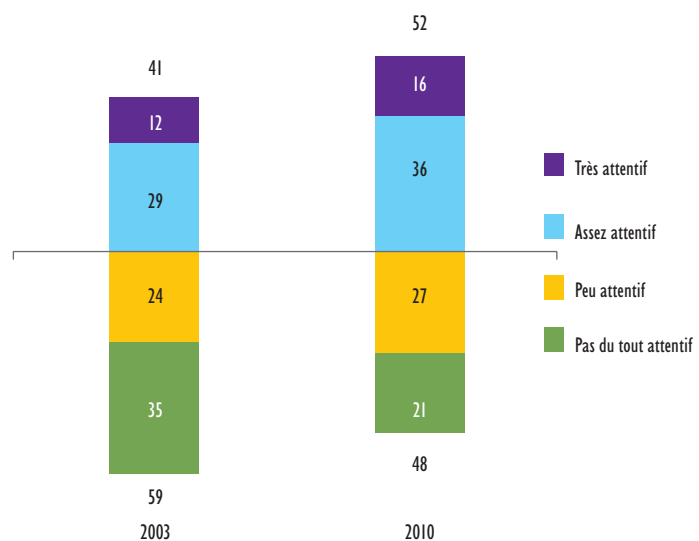
A la demande de l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME), le CRÉDOC a conduit une enquête sur les opinions des Français en matière d'environnement portant, en particulier, sur leurs comportements et attitudes face aux déchets et emballages. Les résultats montrent que la majorité de nos concitoyens font aujourd'hui attention à choisir des produits ayant moins d'emballages afin de limiter la quantité de déchets issue de leur consommation. L'habitude, désormais bien établie, de trier ses déchets a fortement contribué à changer les mentalités. Cette évolution devrait se poursuivre dans la mesure où les individus les plus rétifs au tri des déchets (les jeunes, les personnes âgées, les Franciliens et les ménages aux ressources modestes) commencent à changer leurs comportements.

> Des consommateurs plus attentifs à la quantité de déchets dès l'acte d'achat

Malgré la crise économique, les préoccupations écologiques ne faiblissent pas : 86% des Français se disent aujourd'hui sensibles à l'environnement. Pourtant, plusieurs travaux ont montré que les bonnes intentions visant à mieux protéger la planète tardent à se concrétiser dans les modes de vie. L'investigation menée par le CRÉDOC pour l'ADEME révèle que, au-delà des progrès réalisés en matière de tri des déchets, une attention nouvelle est portée aux emballages. Format familial ou doses individuelles, sur-emballages inutiles, conditionnements « gadgets », plus d'un Français sur deux regarde d'un œil plus exercé (52%) les emballages des produits qu'ils achètent et en tiennent davantage compte dans leurs choix. Ils n'étaient que 41% dans ce cas il y a sept ans. Mieux, la part des consommateurs totalement insensibles à ces questions est en forte diminution (de 35% à 21%).

DES CONSOMMATEURS ATTENTIFS AUX EMBALLAGES DES PRODUITS QU'ILS ACHÈTENT POUR RÉDUIRE LEURS DÉCHETS

Aujourd'hui, quand vous achetez un produit de grande consommation, êtes-vous très attentif, assez attentif, peu attentif ou pas du tout attentif à la quantité de déchets que va générer ce produit (en termes de carton, d'emballage, etc.) ? en %



Source : CRÉDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français ».

> La diffusion de la pratique du tri a changé les mentalités

L'attention portée à la quantité de carton et de plastique entourant les produits achetés est particulièrement aiguë chez les individus le plus habitués à déposer les emballages recyclables dans les poubelles dédiées (56%) et plus rare chez les réfractaires au tri (33%). Cette relation est relativement nouvelle: pendant longtemps, le lien entre consommation et déchets n'était pas évident dans l'esprit de nos concitoyens. Peu à peu, l'habitude de trier ses détritres tous les jours dans des poubelles différentes a contribué à changer les mentalités.

L'évolution des représentations sociales, et notamment la montée en puissance de la notion de « développement durable », participe également à la prise de conscience que les différentes étapes de la vie d'un produit, ont toutes des conséquences sur l'environnement: production, transport, consommation, déchets, recyclage, etc. Aujourd'hui près d'un Français sur deux déclare avoir une idée précise de ce que recouvre le concept de développement durable; on n'en comptait qu'un sur trois en 2004 (cf. encadré). Dans le même registre, l'appellation « consommation durable » est associée aussi bien à la réduction du gaspillage (46% des réponses), qu'au choix de produits plus respectueux de l'environnement (44%) et plus récemment à l'achat de produits locaux (38% soit +10 points en un an) notamment pour favoriser les économies de transport.

> Le tri est entré dans les habitudes des Français

De fait, le geste de trier est désormais considéré comme naturel dans de très nombreux foyers: près de huit personnes sur dix déclarent aujourd'hui trier systématiquement le verre, sept sur dix les piles, une proportion identique les emballages et les papiers journaux. Il y a seulement une dizaine d'années, en 1998, l'enquête permanente sur les conditions de vie de l'INSEE enregistrait

des taux beaucoup moins élevés. Petit à petit, le tri des déchets s'est imposé comme une norme sociale.

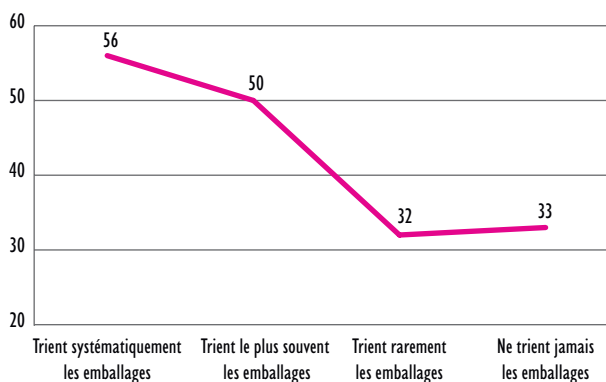
Des progrès importants ont été réalisés en particulier dans les toutes dernières années: en 2010, 55% des interviewés s'attachent à trier systématiquement les quatre types de déchets proposés dans l'enquête (verres, piles, emballages et papiers journaux), c'est 9 points de plus qu'il y a seulement quatre ans.

> Les moins assidus au tri commencent à s'y mettre

Les jeunes, les catégories disposant de faibles revenus (ouvriers, inactifs) et les habitants de la région parisienne sont depuis longtemps plus rétifs à trier leurs détritres. Plusieurs raisons peuvent expliquer cela. Une partie des moins de 25 ans résident encore chez leurs parents et se sentent proba-

LA PRATIQUE DU TRI CONTRIBUE À RENDRE PLUS ATTENTIF AUX EMBALLAGES DÈS L'ACTE D'ACHAT

Proportion de personnes attentives aux emballages dès l'acte d'achat selon l'assiduité au tri des emballages (plastique, carton, métal, bouteilles en plastique) en %

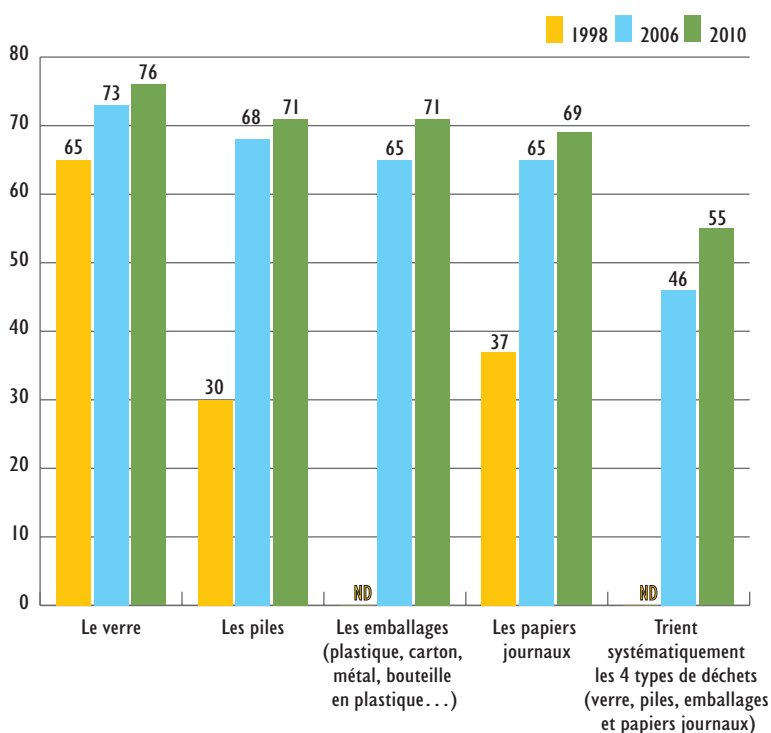


Guide de lecture: 56% des personnes qui trient systématiquement les emballages sont sensibles au conditionnement des produits dès le moment de l'achat.

Source: CRÉDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2010.

TRIER SES DÉCHETS, UN GESTE DÉSORMAIS ANCRÉ DANS LE QUOTIDIEN DES FRANÇAIS

Proportion d'individus qui déclarent trier systématiquement les déchets suivants (en %)

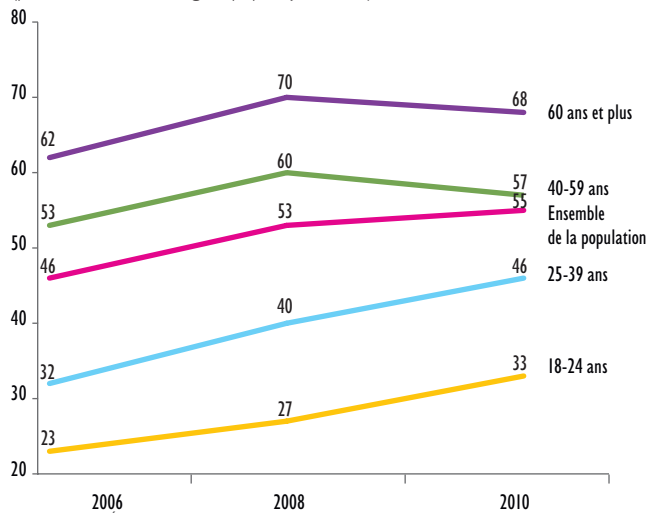


Source: 2010 et 2006: exploitation par le CRÉDOC de l'enquête l'ADEME sur « Les attitudes et comportements des Français en matière d'environnement ». 1998: INSEE, Enquête permanente sur les conditions de vie.

blement moins responsables de ces tâches quotidiennes. Par ailleurs, les jeunes et les personnes aux ressources modestes sont un peu moins sensibles aux questions d'environnement.

Quant aux Franciliens, une grande partie d'entre eux réside en immeuble, ce qui a tendance à complexifier le tri en raison de logements de taille plus restreinte et de locaux à poubelles parfois exigus. Or ces dernières années, même ces groupes progressent à grands pas et sont en passe de combler leur retard: 46% des 25-39 ans trient systématiquement leurs déchets en 2010 contre 32% il y a seulement quatre ans. La progression est similaire chez les ouvriers (45% contre 33%) et les habitants de la région parisienne (49% contre 32%).

LES JEUNES COMMENCENT À RATTRAPER LEURS AÎNÉS EN MATIÈRE DE TRI
Proportion d'individus qui trient systématiquement les quatre types de déchets (piles, verre, emballages, papier journaux) en %



Source : CRÉDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français » pour 2010 et exploitation par le CRÉDOC de l'enquête I'ADEME sur « Les attitudes et comportements des Français en matière d'environnement ».

CRISE ÉCONOMIQUE ET SENSIBILITÉ À L'ENVIRONNEMENT

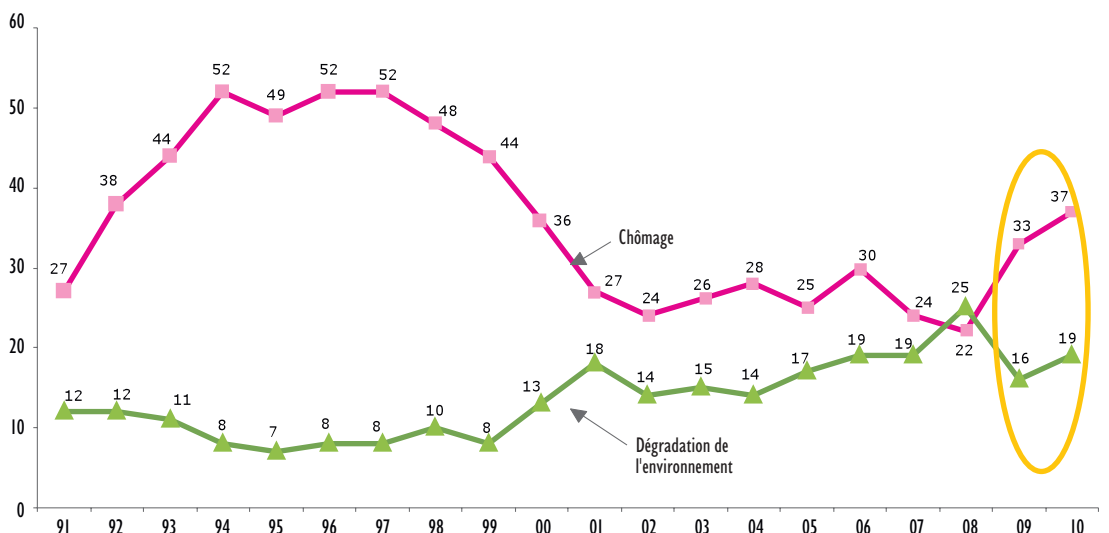
Le souci de protéger la planète des dégradations liées à l'activité de l'homme s'est depuis quelques années imposé au cœur du débat public, que ce soit au travers de films très largement médiatisés, du débat sur l'écologie aux dernières élections ou par le biais du « marketing vert » dans lequel de nombreuses marques se sont engouffrées. La population a, en quelque sorte, précédé ces mouvements: l'enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français » montre que depuis le milieu des années 90, plus de huit personnes sur dix se disent sensibles aux questions d'environnement.

Certains signaux émergents dans différents univers semblent conforter cette hypothèse. Le succès des produits bio, l'émergence des AMAP (associations pour le maintien d'une agriculture paysanne), la progression des ventes de véhicules moins consommateurs d'énergie et le choix de nombreux touristes de préférer partir en vacances plus près de chez eux sont autant de nouveaux arbitrages, souvent initialement dictés par des considérations budgétaires, qui entrent ensuite en résonance avec les aspirations écologiques du grand public. Plutôt que d'opposer l'urgence de l'environnement à celle du chômage, il semblerait que la crise économique ait créé – pour un temps ? – l'opportunité d'un changement des attitudes en matière de consommation et de développement durable.

L'enquête interroge également nos compatriotes sur la hiérarchie de leurs préoccupations: chômage, pauvreté dans le monde, pauvreté en France, drogue, Europe, maladies graves, dégradation de l'environnement, etc. Par le passé, économie et écologie se livraient à une sorte de « chassé-croisé » dans l'opinion. Ainsi, lors de la précédente période de crise économique, entre 1992 et 1995, les inquiétudes vis-à-vis de la pauvreté et du chômage étaient telles que la question environnementale avait paru moins urgente. Il semble que la violence et la soudaineté de la crise économique récente ait redistribué les cartes et que, de manière assez inédite, ces deux thèmes ne soient plus aussi antinomiques dans les esprits.

FAIT ATYPIQUE EN PÉRIODE DE CRISE, LES PRÉOCCUPATIONS POUR L'ENVIRONNEMENT AUGMENTENT

Proportion d'individus qui citent la dégradation de l'environnement ou le chômage comme l'un des deux sujets qui les préoccupent le plus (en %)



Source : CRÉDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français ».

Il ne faut pas pour autant minimiser l'existence de freins sérieux à l'amélioration du tri sélectif : près de quatre personnes sur dix déclarent mal connaître les règles de tri et un tiers

juge trop compliqué d'aller dans des déchetteries ou des endroits spécifiques pour jeter certains produits. La simplification des règles, une meilleure information et la facilitation

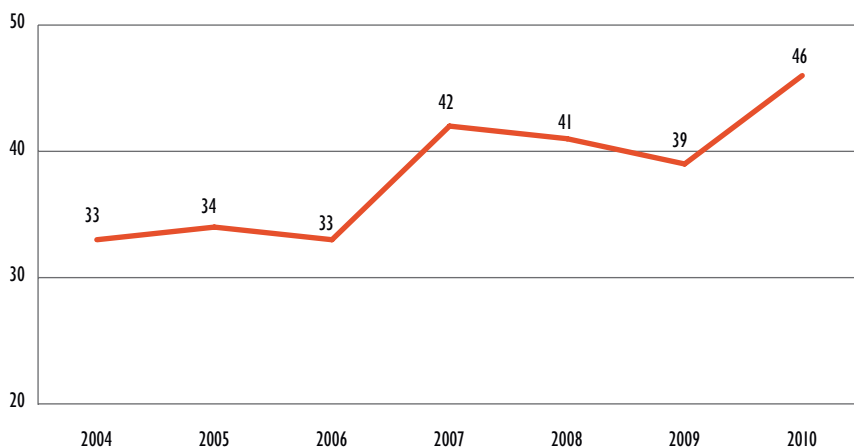
de la collecte de déchets spécifiques, éventuellement par une collecte à domicile, pourraient constituer trois leviers pour faire progresser les pratiques. ■

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE, UN CONCEPT MIEUX CONNU

En 1987, le rapport Brundtland définissait pour la première fois la notion de « développement durable » comme « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la possibilité, pour les générations à venir, de pouvoir répondre à leurs propres besoins ». Depuis, le concept a eu tendance à s'imposer dans la sphère publique et médiatique et l'opinion semble accompagner ce mouvement : année après année, les Français sont de plus en plus familiers avec cette notion. Près d'une personne sur deux (46 % exactement) déclare même aujourd'hui avoir une idée précise de ce que signifie l'expression, c'est 13 points de plus qu'il y a seulement six ans. La diffusion de la notion semble avoir été particulièrement rapide chez les diplômés du supérieur : 75 % d'entre eux ont aujourd'hui une idée précise de ce que recouvre cette expression, soit +20 points en l'espace de six ans. Les progrès ont été un peu plus lents chez les moins diplômés : +5 points entre 2004 et 2010.

LE CONCEPT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE FAIT SON CHEMIN

Personnellement, dites-moi si vous avez une idée précise ou non de ce que signifie l'expression « Développement Durable » ? (% de réponses « très et assez précise »)



Source : CRÉDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français » pour 2010 et exploitation par le CRÉDOC de l'enquête l'ADEME sur « Les attitudes et comportements des Français en matière d'environnement ».

En outre, le grand public associe spontanément à la notion de développement durable de multiples et foisonnantes évocations. Les Français y voient avant tout la protection de l'environnement (62% des citations), mais pas seulement. 33% des enquêtés l'envisagent aussi sous un jour économique et 18% évoquent une de ses implications sociales. Néanmoins, l'association simultanée des trois facettes du développement durable reste encore minoritaire : seuls 3% des interviewés évoquent à la fois environnement, économie et social. Enfin, 11% font un contresens et 13% n'ont vraiment aucune idée de ce que signifie cette notion.

Pour en savoir plus

> Les résultats présentés ici sont extraits d'un rapport du CRÉDOC pour l'ADEME intitulé : *Enquête sur les attitudes et comportements des Français en matière d'environnement*, édition 2010. Rapport du CRÉDOC n° 270, octobre 2010. Il est disponible sur internet : www.credoc.fr

> L'étude s'appuie sur la vague de juin 2010 de l'enquête CRÉDOC-Conditions de vie des Français. Cette enquête, qui a lieu deux fois par an comporte à chaque vague 2000 individus âgés de 18 ans et plus représentatifs de la population. Les interviews ont lieu en face à face au domicile des enquêtés. L'échantillon est

recruté selon la méthode des quotas (région, taille d'agglomération, PCS, sexe et âge).

> Voir aussi : *L'environnement en France* – édition 2010, SOeS, Commissariat Général au Développement Durable, juin 2010.