

La protection de l'environnement, une idée qui fait son chemin

Franck Berthuit

Sous l'effet probable d'un plus grand écho médiatique, les problèmes d'environnement et d'écologie touchent désormais le grand public et ne semblent plus être l'apanage de quelques groupes restreints, comme les militants d'associations de défense de l'environnement.

Cependant, l'inquiétude vis-à-vis de la dégradation du système écologique doit être relativisée en regard d'autres sujets qui, dans l'esprit de la population, passent bien avant, tels le chômage, les maladies graves, la pauvreté ou la drogue.

Cela explique peut-être le décalage entre cette prise de conscience et les pratiques. A l'exception du tri des bouteilles en verre, les autres actions ne concernent encore qu'une minorité de Français, qu'il s'agisse du tri de certains déchets ménagers (papiers, vieux journaux, pots de peinture) ou des achats révélateurs d'une prise de conscience « verte » : produits biodégradables pour le ménage, papiers recyclés, emballages respectueux de l'environnement, produits de l'agriculture biologique.

Les données présentées ici ont été recueillies à la demande de l'ADEME et de l'IFEN.

Le tri des déchets ménagers : surtout les bouteilles en verre

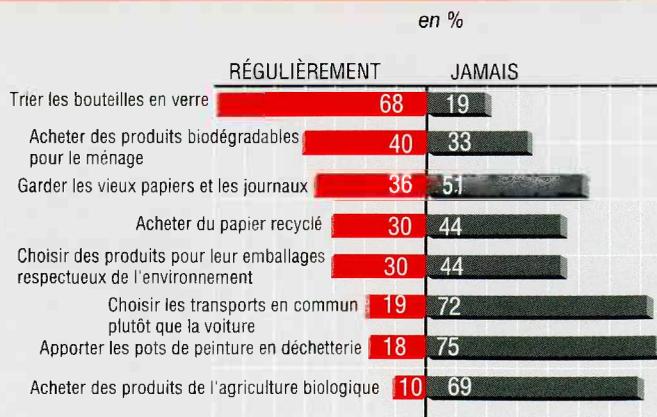
Le tri des déchets ménagers et les achats de produits préservant l'environnement permettent de mesurer l'implication au quotidien des individus face aux problèmes d'environnement.

Le tri des bouteilles en verre en vue d'un recyclage semble assez bien entré dans les mœurs : les deux tiers des Français (68 %) déclarent, au début 1995, l'avoir fait régulièrement au cours des douze derniers mois. Il est vrai que le développement de ce recyclage a commencé vers le milieu

des années soixante-dix et que désormais toutes les communes de plus de 500 habitants sont équipées de conteneurs à verre. Les personnes de plus de quarante ans sont davantage mobilisées sur ce sujet. Les habitants de province, de milieu rural ou qui résident en pavillon (souvent les trois conditions sont réunies) sont également plus nombreux à trier le verre.

La conservation des vieux papiers et des journaux en vue d'un recyclage est moins fréquente : 36 % de nos concitoyens s'y sont régulièrement pliés au cours des douze derniers mois, mais une personne sur deux ne l'a jamais fait. Il est vrai que la collecte du papier des particuliers est moins développée que celle du verre. Cela

Les actions effectuées par les Français au cours des douze derniers mois pour préserver l'environnement



Exemple de lecture :
Au cours des douze derniers mois, 68 % des Français déclarent avoir régulièrement trié leurs bouteilles en verre pour qu'elles soient recyclées.

Source : CREDOC-ADEME-IFEN, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1995.

peut paraître surprenant quand on sait que l'industrie de la récupération et du recyclage des vieux papiers est l'une des plus anciennes et des mieux implantées en France. Mais, les poubelles bleues destinées à récupérer les vieux papiers commencent seulement à se diffuser. Environ 44 % des agglomérations de plus de 30 000 habitants assurent une collecte sélective pour le papier, contre 96 % pour le verre. Là encore, les personnes de plus de quarante ans font preuve d'une plus grande assiduité.

Enfin, le déplacement dans des déchetteries pour jeter des vieux pots de peinture n'est pas chose courante : les trois quarts des Français ne l'ont pas fait dans l'année écoulée ; seuls 18 % se sont régulièrement

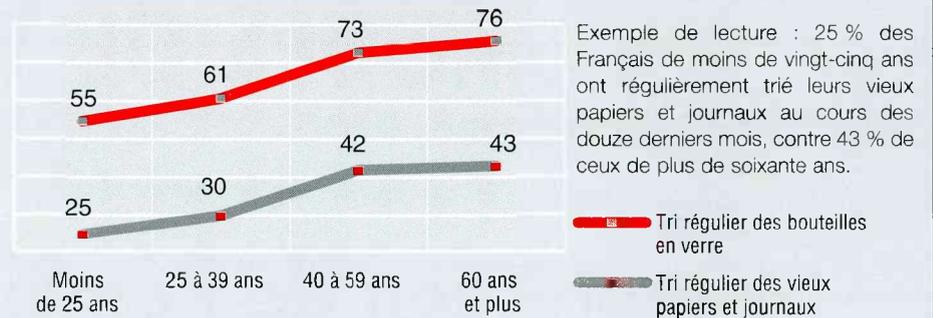
Renoncer à sa voiture pour les transports en commun

L'utilisation de la voiture illustre bien le faible degré d'engagement réel de la population à l'égard de l'environnement. Seuls 18 % des Français déclarent avoir régulièrement choisi, pour contribuer à préserver la nature, les transports en commun plutôt que la voiture pour leurs déplacements quotidiens. Près des trois quarts (72 %) ne l'ont jamais fait au cours de l'année passée. On touche là une corde sensible : le renoncement à la voiture constitue pour beaucoup un véritable sacrifice. Il est vrai que souvent, l'infrastructure des transports collectifs peut être inadaptée ou inexistante. De fait, une infime proportion d'habitants de village ou de zone d'habitat dispersé ont régulièrement renoncé à leur voiture, alors que les habitants de Paris et de l'agglomération parisienne sont les plus nombreux à l'avoir fait (31 %).

Bien évidemment, ces pratiques n'ont pas la même signification pour les individus qui possèdent une voiture et ceux qui n'en possèdent pas. Seuls 13 % des possesseurs d'un véhicule ont délibérément fait le choix de régulièrement prendre les transports en commun pour contribuer à préserver l'environnement. Parmi les non-possesseurs, cette proportion s'élève à 42 %. Le taux élevé dans ce dernier cas conduit à être prudent : il se peut qu'une bonne partie d'entre eux n'aient pas renoncé délibérément à la voiture pour leurs trajets quotidiens ; ils y ont renoncé contraints et forcés, faute de posséder un véhicule.

Le tri des bouteilles en verre et des vieux papiers augmente avec l'âge

Proportion de Français ayant effectué un tri régulier au cours des douze derniers mois en %



Source : CREDOC-ADEME, Enquête «Conditions de vie et Aspirations des Français», début 1995

imposés cette contrainte. Bien entendu, une partie de la population n'est probablement pas concernée : nous n'avons pas tous, au cours des douze derniers mois ou même avant, repeint une chambre à coucher, un meuble ou les grilles de notre jardin. De plus, ce type d'action est nettement plus contraignant puisqu'il est question de se déplacer dans un lieu spécifique : 88 % des Français n'ayant pas de voiture n'ont d'ailleurs jamais apporté de pots de peinture dans une déchetterie au cours des douze derniers mois.

Les achats pour préserver l'environnement : surtout des produits de nettoyage

Parmi les achats effectués pour préserver l'environnement, ce sont ceux relatifs aux produits biodégradables pour le ménage qui sont le plus fréquents : 40 % des Français en ont régulièrement acheté dans les douze derniers mois. Plusieurs éléments permettent d'expliquer cette mobilisation. D'abord, les fabricants de produits ménagers mettent de plus en plus en avant les caractéristiques écologiques de leurs productions : elles constituent aujourd'hui un argument de vente. De plus, la distribution de ces produits est bien assurée. Il est désormais courant d'en trouver dans les grandes surfaces. Enfin, on modifie probablement plus facilement ses comportements d'achat pour des produits ménagers que pour d'autres types de biens, les produits alimentaires par exemple.

Depuis un an, 30 % des Français déclarent avoir régulièrement acheté du papier recyclé, et 44 % ne l'avoir jamais fait (ce der-

nier chiffre inclut les personnes qui n'achètent pas de papier). Les proportions sont les mêmes pour les produits disposant d'emballages respectueux de l'environnement : 30 % des Français en ont régulièrement acheté depuis un an, 44 % jamais.

Produits biodégradables, papier recyclé et emballages respectueux de l'environnement sont des achats plus souvent effectués par les personnes ayant un niveau socioculturel élevé, cadres supérieurs et professions intermédiaires en particulier. À l'opposé, retraités, ouvriers et personnes non diplômées sont à la traîne.

Un quatrième type d'achat « écologique » concerne une population plus marginale : 10 % des Français disent avoir régulièrement, depuis un an, acheté des produits de l'agriculture biologique tandis que 70 % ne l'ont jamais fait. L'agriculture biologique n'est pas encore reconnue par les Français comme une garantie de qualité. Le prix souvent élevé de ces produits peut également expliquer cette réticence des consommateurs.

Une prise de conscience plus forte que les pratiques

À l'exception du tri des bouteilles en verre, les actions « écologiques » des Français sont donc encore le fait d'une minorité de la population. Or, la prise de conscience et les bonnes intentions sont, dans les déclarations, bien plus importantes.

Ainsi, plus de neuf Français sur dix déclarent être, dans l'absolu, « très » ou « assez » sensibles aux problèmes d'envi-

Les « achats écologiques » augmentent avec le niveau d'études

Proportion de Français ayant effectué régulièrement des « achats écologiques » au cours des douze derniers mois en %



Exemple de lecture : 15 % des Français diplômés du Bac ou du supérieur ont régulièrement acheté des produits de l'agriculture biologique au cours des douze derniers mois, contre 7 % des non diplômés.

Source : CRÉDOC-IFEN, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1995

ronnement. D'autre part, près des trois quarts pensent que la quantité de déchets dans leurs poubelles sera, dans dix ans, au moins aussi importante qu'elle l'est actuellement. Enfin, 75 % sont convaincus qu'ils auront à trier davantage leurs déchets dans les années à venir.

De fait, l'engagement personnel des Français sur ce sujet est en apparence très fort : 82 % se disent disposés à trier leurs ordures ménagères à domicile. D'ailleurs, entre huit et neuf Français sur dix se disent prêts à « utiliser plusieurs poubelles pour séparer les divers types de déchets ». Or, en 1994, une enquête du CRÉDOC a montré que, dans les communes ayant mis en place une collecte sélective des déchets, seuls 30 à 40 % des ménages participent assidûment au tri à la source.

Ce décalage apparaît aussi vis-à-vis des emballages. Ainsi, au début 1995, 85 % des Français pensent, d'une manière générale, qu'il y a trop d'emballages sur les produits qu'ils achètent. De même, la quasi-totalité (92 %) se disent prêts à acheter des produits ayant moins d'emballages afin de limiter la quantité de déchets jetés. Or, on l'a vu, seuls 30 % ont fait dans l'année des efforts de ce type.

« Label vert » : le prix réfrène les ardeurs

Un label officiel garantissant un meilleur respect de l'environnement aurait un certain succès auprès des consommateurs : près de neuf Français sur dix (88 %) achè-

Moins de Français sont prêts à supporter le coût de la protection de l'environnement

Proportion de Français prêts, personnellement, à payer plus de taxes affectées directement à la défense de l'environnement

Début 1991	Début 1993	Début 1994	Début 1995
29	35	42	33

Source : CRÉDOC-ADEME-IFEN, 1995

teraient en priorité des produits bénéficiant d'un tel label. Toutefois, seuls 56 % seraient prêts à payer un peu plus cher cette certification officielle. Il s'agit d'ailleurs plus souvent de personnes ayant des revenus élevés.

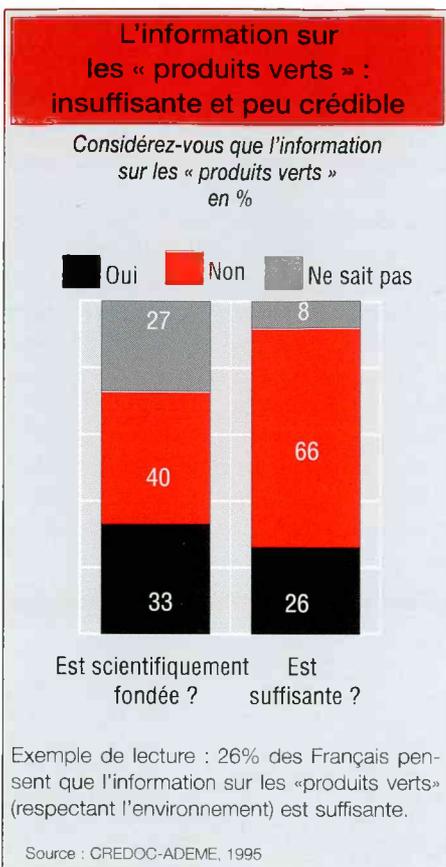
Mais, passe encore de payer un « produit vert » un peu plus cher si on en bénéficie directement. Toutefois, lorsqu'il s'agit de contribuer à une action plus large, plus collective, les ardeurs se refroidissent. Ainsi, pour lutter contre la dégradation de l'environnement, seuls 33 % des Français seraient prêts à payer plus de taxes. Ce chiffre est en nette régression puisqu'il atteignait 42 % au début de l'année 1994. Il apparaît donc un certain retournement de tendance, l'idée d'apporter une contribution financière pour des actions de protection de l'environnement ayant sensiblement progressé les années précédentes. Pour les achats également, les consommateurs sont, maintenant, en cette période de crise du début 1995, moins nombreux à accepter le coût de la protection de l'environnement : 43 % se disent prêts à payer 10 % plus cher des « produits verts », contre 66 % l'année dernière.

Un besoin d'information

Si les informations sur l'environnement inquiètent nos concitoyens – pensons à celles très médiatisées ces derniers mois sur les pics de pollution de l'air en région parisienne –, elles ne les incitent visiblement pas à adopter la politique de l'autruche. Sur le traitement des déchets par exemple, plus des trois quarts considèrent que l'information fournie est insuffisante. Ce sentiment est même plus fort chez les personnes de niveau socioculturel élevé (cadres notamment), peut-être parce qu'elles sont plus sensibles aux problèmes d'environnement, mais aussi plus aptes à comprendre certaines informations techniques. Toujours est-il que la quantité des informations offertes sur le traitement des déchets n'est pas seulement jugée insuffi-

La moitié des Français économise l'eau du robinet

Au cours des douze derniers mois, 52 % des Français ont volontairement économisé chez eux l'eau du robinet. Dans un cas sur deux, il s'agissait d'alléger la facture et dans l'autre cas, d'éviter le gaspillage de cette ressource naturelle. Les retraités et les personnes disposant de faibles revenus évoquent davantage la raison financière alors que les personnes de milieu socioculturel élevé ont plus souvent des motivations écologiques. Les deux tiers (64 %) de la population boivent habituellement l'eau du robinet lorsqu'ils sont chez eux. Ce pourcentage est important, mais il a sensiblement diminué en six ans (72 % en 1989). Ce n'est pas tant par phobie des maladies ou par crainte d'être intoxiqué qu'une partie de la population ne boit pas l'eau du robinet, mais surtout « en raison de son mauvais goût », ou par préférence de l'eau minérale. Il faut dire que 40 % de nos concitoyens estiment que l'eau du robinet est de moins bonne qualité aujourd'hui qu'il y a dix ans et que 30 % seraient prêts à payer plus cher pour bénéficier d'une amélioration.



sante. Leur crédibilité même est mise en cause par une partie importante de la population (55 %).

Les informations sur les déchets, les Français les attendent surtout de leurs communes : il est vrai que les municipalités sont, de ce point de vue, concernées au premier chef puisqu'elles organisent la collecte des déchets et en supportent le coût, de même que celui du traitement.

Enfin, sur le registre des « produits verts », l'information subit les mêmes critiques : pour deux Français sur trois, elle est insuffisante. De plus, elle manque de crédibilité : seuls 33 % de nos concitoyens pensent qu'elle est scientifiquement fondée.

Ce besoin affiché d'informations et de transparence pourra paraître à certains comme le révélateur d'un état d'esprit, par nature, sceptique et critique. Mais, sur le sujet de l'environnement, elle est aussi générée, n'en doutons pas, par le besoin d'être rassuré dans un domaine que l'opinion connaît encore mal : les implications planétaires des risques de pollution apparaissent souvent aux Français sans commune mesure avec leurs pratiques quotidiennes. ■

3615-3616 CRÉDOC
(1,29 F la min)
Les principaux chiffres des enquêtes du CRÉDOC sur les opinions, les modes de vie et la consommation des Français.

Pour en savoir plus

- Les données présentées sont issues des enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français » du CRÉDOC, réalisées en janvier et juin de chaque année auprès d'un échantillon de 2 000 personnes représentatives de la population française. Les résultats présentés ici sont ceux de la vague d'enquête du début 1995. Ils ont fait l'objet de deux rapports réalisés pour l'ADEME et pour l'IFEN :
 - « Les opinions et attitudes des Français en matière de déchets, au début 1995 », A. Dufour, étude ADEME-CRÉDOC, mai 1995.
 - « Quelques opinions des Français sur l'environnement et appréciations sur l'eau du robinet », A. Dufour, juin 1995, Collection des rapports du CRÉDOC n°162 et Collection Etudes et travaux de l'IFEN n°6.
 - Voir également, « Les Français sont-ils prêts à plonger les mains dans leurs poches ? », B. Maresca, G. Poquet, CRÉDOC, Consommation et Modes de vie, n°88, juin 1994.

Cinq groupes de Français face aux problèmes d'environnement

LES ATTITUDES DES FRANÇAIS VIS-À-VIS DE L'ENVIRONNEMENT ET DES DÉCHETS SE STRUCTURENT PRINCIPALEMENT AUTOUR DE DEUX AXES :

- Le premier dépend de l'implication de chaque Français vis-à-vis de l'environnement. Il oppose les individus très sensibles dans le domaine et qui s'investissent déjà dans des actions concrètes, à ceux qui sont peu sensibles au sujet et ne souhaitent pas s'y impliquer.
- Le second oppose les individus qui se sentent bien informés sur ces sujets (déchets, produits verts) et satisfaits de l'état de l'environnement, à ceux qui mettent en cause la validité des informations fournies.

LA POPULATION SE RÉPARTIT EN CINQ GROUPES :

- Les individus pas du tout engagés dans des actions de protection de l'environnement (29 % de la population), c'est-à-dire n'ayant effectué ni achat de « produits verts » ni tri des déchets, etc. : on trouve ici plus de non-diplômés qu'en moyenne.
- Les individus impliqués dans des actions de protection de l'environnement, ayant confiance dans les informations fournies (26 %) : il s'agit d'individus qui jouissent d'un niveau de vie élevé, appartenant à un milieu socioculturel privilégié (cadres, diplômés du supérieur), ce sont souvent des femmes.
- Les personnes faiblement impliquées, mais pleines de bonnes intentions déclaratives (24 %) : il s'agit d'individus plutôt issus d'un milieu socioculturel favorisé, ce sont souvent des hommes actifs.
- Les personnes sceptiques sur les informations fournies et pessimistes sur l'état de l'environnement (13 %) : on trouve dans ce groupe une sur-représentation des jeunes de 25 à 34 ans et des ouvriers.
- Les individus mal informés et peu impliqués (8 %) : ce groupe comprend bon nombre de retraités.

CRÉDOC Consommation et Modes de Vie

Publication du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CRÉDOC)

Directeur de la publication : Robert Rochefort

Rédacteur en chef : Yvon Rendu

Relations publiques : Brigitte Ezvan

142, rue du Chevaleret, 75013 Paris
Tél. : (1) 40 77 85 01

Diffusion par abonnement uniquement
180 francs par an
Environ 10 numéros

Commission paritaire n° 2193
AD/PC/DC