

*Centre de recherche
pour l'étude
et l'observation
des conditions
de vie*

Sou1995-938

1

*142, rue du Chevaleret
75013 PARIS
Tél. (1) 40 77 85 00
Fax (1) 40 77 85 09*

CREDOC-DIRECTION

IMPORTANT

Ce rapport est actuellement soumis à embargo ou à diffusion restreinte par le commanditaire de l'étude dont il traite. Il vous est adressé au titre de vos responsabilités à l'égard du Centre.

**NOUS VOUS DEMANDONS DE NE PAS LE
DIFFUSER**

**Enq. cond. de vie et asp. des Fr. - Les
opinions et attitudes des Français en
matière de déchets, au début 1995 /
Ariane Dufour. Mai 1995.**

CREDOC•Bibliothèque



CREDOC

L'ENTREPRISE DE RECHERCHE



Enquête "Conditions de vie et Aspirations des Français"

**Les opinions et attitudes
des Français en matière de déchets,
au début 1995**

Ariane Dufour

**Rapport réalisé à la demande de
l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME)**

Secrétariat : Lucette Laurent

Mai 1995

142, rue du Chevaleret
7 5 0 1 3 - P A R I S

CONDITIONS DE VIE ET ASPIRATIONS DES FRANCAIS

Ce rapport a été réalisé à la demande de :

l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME)

Le Département "Conditions de vie et Aspirations des Français" est composé de :

Georges Hatchuel (Directeur adjoint du Crédoc) et de :

Franck Berthuit, Catherine Duflos, Ariane Dufour, Françoise Gros, Anne-Delphine Kowalski, Lucette Laurent.

CREDOC

Président : Bernard Schaefer

Directeur : Robert Rochefort

SOMMAIRE

	Pages
Note de synthèse	I à III
Introduction	1
SECTION 1 Les déchets dans l'avenir	5
1. Selon les Français, la quantité de déchets dans les poubelles sera au moins aussi importante dans dix ans	6
2. Les Français pensent qu'à l'avenir, il leur faudra davantage trier leurs déchets	7
3. Afin de limiter la quantité de déchets, les Français se déclarent prêts à trier leurs ordures ménagères	11
SECTION 2 Les emballages	15
1. Un constat sans appel : il y a trop d'emballages sur les produits de consommation courante	16
2. Un raz de marée d'intentions positives pour acheter des produits comportant moins d'emballages	18
SECTION 3 Les informations sur la gestion des déchets - Les actions des industriels	21
1. Les Français ne se sentent pas assez informés sur le traitement des déchets	22
2. ... et ils mettent en cause la crédibilité des informations fournies	24
3. Selon les Français, l'information sur les déchets doit plus provenir des collectivités locales et de l'Etat que des industriels	29
4. L'action prioritaire à engager par les industriels en matière de déchets : concevoir les produits différemment	32
SECTION 4 Les « produits verts » et le « label vert »	35
1. L'information sur les « produits verts » est considérée comme insuffisante et incomplète	37
2. Le label vert est plutôt bien accueilli dans la population	45
SECTION 5 Les actions individuelles pour la préservation de l'environnement	49
1. Le tri des bouteilles en verre	50
2. Le tri des vieux papiers et journaux	53
3. L'élimination des vieux pots de peinture	56

SECTION 6	Une synthèse des opinions et attitudes en matière de déchets et d'environnement	59
1.	Une représentation synthétique des opinions des Français en matière d'environnement	60
2.	Une classification en cinq groupes	69
Conclusion		77
 ANNEXES		
	Rappel de quelques résultats obtenus antérieurement dans l'enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français »	79
Annexe 1	Rappel de questions posées antérieurement sur l'acceptation du tri des déchets	81
Annexe 2	Rappel de questions posées au début 1991 sur les « produits verts »	83

Opinions et attitudes en matière de déchets, au début 1995

Note de synthèse

Ce rapport présente les résultats des questions posées, à la demande de l'Agence de l'Environnement et de la Maitrise de l'Energie (ADEME), dans la vague de fin 1994 - début 1995 de l'enquête sur les « **Conditions de vie et les Aspirations des Français** » du CREDOC. Ces questions portent sur les opinions et les attitudes de nos concitoyens en matière de déchets. Le rapport s'articule en six sections :

- *La première* est relative à la perception, par le grand public, de l'évolution future de la quantité de déchets et vise à apprécier les attitudes des Français face à l'idée d'une nécessité de tri.
- *La deuxième* concerne les emballages. Y en a-t-il trop sur les produits de consommation courante ? Nos concitoyens sont-ils prêts à acheter des produits en contenant moins ?
- *La troisième* aborde la question de la suffisance des informations sur la gestion des déchets ménagers et celle de leur crédibilité.
- *La quatrième* traite des éco-produits, de l'information sur les « produits verts » et de l'accueil que ferait la population à un « label environnement ».
- *La cinquième* est relative aux actions concrètes menées par les Français, en termes de tri, au cours des douze derniers mois.
- Enfin, *la dernière section* se veut une synthèse de l'ensemble des données recueillies sur les attitudes adoptées par les Français en matière d'environnement.

Trois enseignements principaux s'en dégagent :

- Il existe, chez les Français, **une forte attente d'informations**, tant sur la question des déchets que sur les produits verts. Nos concitoyens estiment, en effet, à 78 % que l'information donnée sur le traitement des déchets est insuffisante. Il en va de même (à 66 %) pour celle fournie sur les produits verts. De plus, un nombre important de Français mettent en cause la qualité et la validité des informations fournies. Ainsi, une majorité (55 %) estime que l'information sur le traitement des déchets n'est pas crédible. Parallèlement, même si 53 % de la population trouvent les renseignements sur les produits verts compréhensibles, 40 % ne croient pas qu'ils reposent sur des fondements scientifiques valables, et 28 % avouent n'en rien savoir. Les jeunes hommes sont les plus critiques, tandis que les personnes âgées sont les plus ignorantes sur ce sujet.

Au total, les Français sont en attente d'une plus grande transparence des industriels, pour ce qui est des produits verts, et des pouvoirs publics - d'abord des collectivités locales (communes, départements), ensuite de l'Etat - pour ce qui concerne la gestion et le traitement des déchets. Mettre en confiance les citoyens-consommateurs sur ces sujets passe donc d'abord par davantage d'informations et plus d'explications claires et scientifiques. De ce point de vue, la certification officielle, par une « labelisation », des produits plus respectueux de l'environnement pourrait commencer à répondre à cette attente, en même temps qu'elle pourrait être un bon moyen pour attirer une clientèle vers ce type de produits, même avec un coût supplémentaire. La population semble y être prête.

- **Les Français affichent beaucoup de bonnes intentions** qui permettraient de mieux maîtriser le problème des déchets. Il est vrai qu'ils ont conscience que la quantité de détritrus dans leurs poubelles risque d'augmenter dans les années à venir. Ils savent aussi qu'ils vont être amenés à opérer davantage de tris dans leurs ordures ménagères. De fait, ils se disent prêts (à 80 %) à trier leurs déchets à domicile, à acheter des produits comportant moins d'emballages. Les partisans de ces actions font preuve d'une plus grande sensibilité globale à l'environnement : ils déclarent, par exemple, un peu plus qu'en moyenne, déjà effectuer des actions visant à préserver l'environnement. Il s'agit, par ailleurs, plutôt de personnes d'un milieu socio-culturel élevé. En revanche, les réfractaires au tri des ordures ménagères, à l'achat de biens « moins emballés » (ou à l'acquisition de produits comportant le label vert) semblent peu motivés par les actions de défense de

l'environnement : ils sont moins disposés à apporter une contribution financière pour des actions de défense de la nature ; ils sont plus nombreux à n'avoir jamais effectué, depuis douze mois, d'actions dans ce sens. Mais il est vrai que ceux-ci disposent en général d'un niveau de vie moins élevé qu'en moyenne. Et ceci peut, en partie, expliquer cette réticence à mettre « la main à la poche ».

- Enfin, les actions réalisées concrètement en termes de tri des déchets révèlent des taux de participation très inégaux. Le tri des bouteilles en verre semble être bien entré dans les mœurs : les deux tiers des Français (68 %) déclarent l'avoir fait régulièrement au cours des douze derniers mois. Le mouvement est moins net en ce qui concerne les vieux papiers et journaux : seul un peu plus d'un tiers de la population (36 %) se déclare assidu de ce type de tri. Quant aux vieux pots de peinture, les trois quarts de la population ne se sont pas, dans l'année, déplacés dans des lieux spécifiques pour s'en débarrasser. Bien sûr, il est peu probable que tout le monde soit susceptible d'avoir des vieux pots de peinture à jeter. Mais, en tout état de cause, ces quelques éléments donnent une idée du taux de participation actuel à ces diverses actions. Il sera intéressant de suivre l'évolution de ces différents taux dans les années à venir.

INTRODUCTION

Au cours des trente dernières années, des modifications importantes sont intervenues dans les préoccupations écologiques des Français, sous l'effet probable d'un plus grand écho médiatique : les problèmes d'environnement et d'écologie touchent désormais le grand public et ne sont plus l'apanage de quelques groupes restreints de la population (militants d'associations de défense de l'environnement, par exemple). La « contestation écologique » s'est atténuée au profit d'une prise de conscience collective des problèmes posés. Cependant, même si la dégradation du système écologique préoccupe les Français, cette inquiétude doit être relativisée en regard d'autres sujets d'intérêt général qui, dans l'esprit de la population, passent bien avant, tels le chômage, les maladies graves, la pauvreté ou la drogue ...¹. Il n'en demeure pas moins que la connaissance des questions environnementales a progressé.

Parmi l'ensemble des problèmes touchant à l'environnement, il en est un qui tient une place de toute première importance : celui de la gestion des déchets, et en particulier des déchets ménagers. En effet, avec la loi du 13 Juillet 1992 interdisant la mise en décharge à l'horizon 2002 et fixant l'objectif de valoriser 75 % des déchets à cette même échéance, les pouvoirs publics ont engagé le pari de faire évoluer le comportement des industriels et des ménages. Il faut, pour y parvenir, réussir à changer les habitudes quotidiennes et pour cela, sensibiliser les différents acteurs à ce problème. Le développement des « éco-produits » (produits conçus avec une préoccupation du respect de l'environnement avant, pendant, et après leur consommation) devrait répondre non seulement à la logique de protection de l'environnement, mais aussi à celle de concurrence économique.

Ces différents éléments d'évolution sur la gestion des déchets ont conduit l'ADEME à insérer quelques questions dans la vague de début 1995 de l'enquête sur les « *Conditions de vie et les Aspirations des Français* ». Elles visaient à connaître la façon dont la population perçoit, de manière assez globale, la question de la gestion

¹ Une question généraliste, figurant dans le système d'enquêtes du CREDOC, aborde le problème de la dégradation de l'environnement, en le confrontant à toute une série d'autres domaines. Elle se présente sous la forme d'une liste de sujets au sein de laquelle il faut choisir les deux les plus préoccupants. « La dégradation de l'environnement » est citée au total (première et deuxième réponse confondues), au début 1995, par 7% des Français (2% en première réponse et 5% en seconde), ce qui la place au huitième rang des préoccupations actuelles de la population.

des déchets. Elles permettent également de mesurer quelques-unes des actions réalisées concrètement par nos concitoyens en matière de tri des déchets et leurs intentions en ce domaine.

Mais peut-être, avant d'entrer dans le coeur du rapport, faut-il, en préambule, émettre quelques avertissements. Qu'il s'agisse des intentions d'actions dans le domaine de l'environnement ou des appréciations sur l'information fournie sur ces sujets, les réponses des Français peuvent apparaître parfois quelque peu extrêmes. Nos concitoyens ont, à la fois, la critique facile et les intentions généreuses. Il convient donc de relativiser quelque peu les résultats lorsqu'ils sont apparemment très consensuels : on sait bien que les intentions ne sont pas toujours suivies d'actions, peut-être parce que les accords de principe sont d'autant plus faciles à donner qu'ils engagent peu les interviewés. D'ailleurs, on relève que les propositions nécessitant un engagement financier trouvent d'emblée un moindre écho dans la population. Quant aux informations fournies sur les produits verts ou sur les déchets, il faut avouer qu'il est toujours plus facile, pour le grand public, d'insister d'abord sur « ce qui ne va pas » plutôt que sur « ce qui va ».

Rappelons également que les opinions et les attitudes des Français dans ce domaine doivent être resituées dans leur contexte : cette année, on assiste à un recul brutal des opinions favorables aux efforts financiers pour la défense de l'environnement. Alors que depuis plusieurs années, l'idée de contribuer financièrement à la lutte contre la dégradation de l'environnement - y compris en subissant quelques sacrifices personnels - avait commencé à s'ancrer dans les esprits, le début 1995 marque un coup d'arrêt brutal à ce mouvement¹. Ainsi, un éventuel surcoût (de 10%) des produits reconnus comme préservant l'environnement n'est plus accepté que par 43% des Français au début 1995 (contre 66% au début 1994). Cette moindre acceptation n'est d'ailleurs pas seulement le fait des catégories confrontées aux difficultés économiques, c'est aussi le cas de celles qui sont issues d'un milieu social favorisé. De même, un tiers de nos concitoyens se disent prêts, aujourd'hui, à accepter un ralentissement économique pour préserver et protéger l'environnement, ce qui correspond à **17 points de moins en un an**. Ces éléments sont donc à garder en mémoire pour relativiser l'engouement apparent observé sur certaines questions touchant à l'environnement.

¹ Cf. « Janvier 1995 : radicalisme et inquiétudes progressent dans la société française, malgré un début d'amélioration économique », G. Hatchuel, Note complémentaire aux premiers résultats de la vague de début 1995, CREDOC, Mars 1995.

Le présent rapport s'articule en six sections :

- La première section est relative à la perception, par le grand public, de l'évolution de la quantité de déchets et à ses réactions face à l'idée d'une nécessité de tri : la quantité de déchets va-t-elle s'accroître dans l'avenir ? Les Français ont-ils le sentiment qu'ils devront davantage trier leurs ordures ? Sont-ils prêts à le faire ?
- La deuxième section concerne le sujet des emballages. Y en a-t-il trop sur les produits de consommation courante ? Nos concitoyens sont-ils prêts à acheter des produits qui en contiennent moins ?
- La troisième partie aborde la question des informations sur la gestion des déchets ménagers. L'information est-elle suffisante ? Crédible ? Qui doit la fournir au grand public ?
- La quatrième section traite des éco-produits. L'information sur les « produits verts » est-elle suffisante et complète ? Nos concitoyens sont-ils favorables aux produits comportant un label assurant du meilleur respect de l'environnement ? Sont-ils prêts à les payer un peu plus cher que les autres ?
- La cinquième section est relative aux actions concrètes menées, par les Français, en termes de tri au cours des douze derniers mois. Ont-ils trié le verre, le papier, les pots de peinture ?
- Enfin, la dernière partie se veut une synthèse de l'ensemble des résultats sur les attitudes adoptées par les Français en matière d'environnement. Elle est donc consacrée à la présentation d'une analyse factorielle et d'une classification effectuées à partir de l'essentiel des questions analysées dans les sections précédentes.

SECTION 1

Les déchets dans l'avenir

La question des déchets ménagers se pose d'année en année avec plus d'acuité. Les ménages français « produisent » annuellement environ 28 millions de tonnes de déchets (dont 20 millions d'ordures ménagères), dont les communes assurent la collecte. En 1989, un peu plus de la moitié des ordures ménagères étaient mises en décharge. Seule une faible partie du volume (environ 10%) faisait l'objet d'une réelle valorisation, soit par recyclage (4%), soit par compostage (6%), tandis qu'environ 30% subissaient une incinération avec récupération d'énergie, ce qui n'est pas véritablement considéré comme une valorisation¹. De fait, en 1992, la collecte et le traitement des seuls déchets ménagers représentaient pas loin de la moitié de la dépense nationale de gestion de l'ensemble des déchets (industriels et ménagers). C'est d'ailleurs surtout la collecte (et non le traitement) qui représente un poids considérable dans les dépenses courantes de gestion des déchets ménagers².

La loi du 13 Juillet 1992 impose la fermeture des décharges non autorisées à l'horizon 2002. Cette législation va nécessairement occasionner des changements dans les comportements et provoquer le développement du tri sélectif et de la valorisation des déchets. Or, jusqu'à présent, la collecte sélective reste marginale. Les expériences de tri à la source n'en sont encore qu'à leurs balbutiements³. Car il est vrai que les méthodes de collecte sélective font appel au civisme de nos concitoyens : elles demandent une collaboration très active des consommateurs.

¹ Source : ANRED, « *Les ordures ménagères* », Octobre 1991 (cinquième inventaire des unités de traitement des ordures ménagères en France).

² Source : « *Les données de l'environnement n°7* », IFEN, Aout-Septembre 1994. La collecte coûte en moyenne 380 F/tonne, soit à peu près 160 F/hab., alors que le traitement est estimé à 165 F/tonne, soit 60 F/hab.

³ Le rapport « *Collectes sélectives et comportements des ménages* », B. Maresca, G. Poquet, CREDOC, Mai 1994, dresse un état des lieux complet des expériences de collectes sélectives menées en France au cours des vingt dernières années.

C'est dans cette conjoncture de prise de conscience naissante que l'ADEME a souhaité connaître la manière dont les Français appréhendent le sujet. Comment nos concitoyens imaginent-ils l'évolution quantitative des déchets ménagers d'ici dix ans ? Pensent-ils qu'ils vont être amenés, dans un proche avenir, à trier davantage leurs ordures ?

1. Selon les Français, la quantité de déchets dans les poubelles sera au moins aussi importante dans dix ans

Près des trois quarts des Français pensent que la quantité de déchets dans les poubelles sera, dans dix ans, au moins aussi importante qu'elle l'est actuellement. Plus d'un tiers d'entre eux pensent même que cette quantité va aller en s'accroissant. Autrement dit, ceux qui croient que la quantité de déchets va s'amoindrir prochainement représentent seulement un cinquième de la population (22 %).

Tableau 1

Selon vous, la quantité de déchets dans vos poubelles sera-t-elle d'ici dix ans plus importante, moins importante ou aussi importante qu'aujourd'hui ?

	(en %)
. Plus importante	34,1
. Moins importante	22,0
. Aussi importante	39,7
. Ne sait pas	4,2
Ensemble	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Assez peu de caractéristiques socio-démographiques permettent d'établir le profil des personnes le plus pessimistes sur la quantité de déchets à l'horizon 2005. Il n'en demeure pas moins que les hommes, les cadres et professions libérales et les personnes entre 40 et 60 ans sont un peu plus nombreux à anticiper une quantité de déchets plus importante (tableau 2).

Les personnes âgées, les retraités, les individus peu diplômés vivant en milieu rural, croient davantage à une stabilisation de la quantité de déchets dans les poubelles dans les dix prochaines années.

Enfin, les hommes et femmes de moins de 25 ans, les étudiants, les célibataires, les locataires expriment un peu plus d'optimisme que la moyenne : ces catégories escomptent un peu plus que les autres une baisse du volume des déchets.

Tableau 2
Les opinions sur la quantité de déchets dans les poubelles d'ici dix ans,
selon l'âge et la profession exercée

	Quantité déchets plus importante	Quantité déchets moins importante	Quantité déchets aussi importante	(en %) Total (y compris Nsp)
<u>Age</u>				
Moins de 25 ans.....	28,6	34,4	31,7	100,0
25-39 ans.....	32,6	25,8	38,8	100,0
40-59 ans.....	38,0	20,2	39,0	100,0
60 ans et plus.....	33,8	13,2	45,7	100,0
<u>Profession exercée</u>				
Indépendants (1).	32,5	16,0	49,8	100,0
Cadre supérieur, profession intermédiaire	38,8	22,0	37,8	100,0
Employé.....	33,2	25,7	36,9	100,0
Ouvrier.....	32,7	28,1	36,1	100,0
Reste au foyer.....	33,4	20,9	41,3	100,0
Retraité.....	33,6	14,2	44,8	100,0
Autre inactif (étudiant).....	31,9	32,6	30,3	100,0
Ensemble	34,1	22,0	39,7	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise.

2. Les Français pensent qu'à l'avenir, il leur faudra davantage trier leurs déchets

Dans l'ensemble, les Français sont convaincus qu'ils auront à trier davantage leurs déchets dans les années à venir. Les trois quarts d'entre eux le pensent, tandis que 17% estiment qu'ils devront trier autant qu'ils le font à l'heure actuelle (tableau 3). Seule une infime partie de la population (5%) croit à la possibilité d'un moindre tri de ses déchets pour l'avenir proche.

L'opinion émise sur l'augmentation éventuelle du tri des déchets dans les années à venir est corrélée à celle sur l'évolution future de la quantité de déchets. Ainsi, quand on redoute un accroissement du volume des déchets d'ici dix ans, on est davantage

enclin à penser (à 85 %) qu'il faudra, dans les années à venir, davantage trier les détrit. Cependant, plus de 70% des Français estimant que la quantité de déchets va diminuer ou rester aussi importante qu'elle l'est aujourd'hui, pensent également qu'ils devront plus trier leurs ordures à l'avenir. Dans tous les cas de figure, nos concitoyens sont donc persuadés qu'il vont devoir davantage agir dans le domaine.

Tableau 3

Dans les années à venir, pensez-vous qu'il vous faudra trier vos déchets plus, moins ou autant qu'aujourd'hui ?

	Ensemble de la population	(en %)		
		dont, pense qu'à l'avenir :		
		la quantité de déchets sera plus importante	la quantité de déchets sera moins importante	la quantité de déchets sera aussi importante
. Plus qu'aujourd'hui	74,8	84,7	71,4	70,9
. Moins qu'aujourd'hui	4,9	2,7	12,8	2,9
. Autant qu'aujourd'hui	17,0	10,3	14,5	24,6
. Ne sait pas	3,3	2,2	1,3	1,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

D'une manière générale, toutes les catégories d'individus sont conscientes du fait qu'elles devront davantage trier leurs déchets. La proportion de personnes croyant à cette intensification du tri est d'ailleurs telle qu'on ne peut pas vraiment dégager de caractéristiques distinctives de cette catégorie d'individus. Les cadres et professions intermédiaires et les personnes de 40 à 60 ans y sont un peu plus nombreux. Mais, même si les jeunes croient un peu plus souvent à un moindre tri, ils restent convaincus en grande majorité d'avoir à agir davantage ou autant à l'avenir.

L'anticipation d'un tri plus important est révélatrice d'un plus grand souci de l'environnement

Les individus qui estiment que le tri des ordures ménagères va s'intensifier dans les années à venir ont un regard plus aiguisé sur la question. Ils sont en particulier un peu mieux disposés que les autres à effectuer certaines actions visant à limiter la quantité de déchets et/ou à préserver l'environnement.

Ainsi sont-ils plus nombreux à trouver que les produits de consommation courante sont « trop emballés » et à anticiper une croissance de la quantité de déchets future. Par ailleurs, ils déclarent être davantage prêts à trier leurs ordures à domicile ou à acheter des produits ayant moins d'emballages. Enfin, un plus grand nombre sont d'accord pour payer un peu plus cher des produits portant une certification officielle garantissant un meilleur respect de l'environnement.

Tableau 4

Quelques opinions sur-représentées chez les individus qui estiment qu'il leur faudra trier plus leurs déchets dans les années à venir (75 % de la population)

	(en %)	
Prêt à trier ses ordures ménagères à domicile pour limiter la quantité de déchets dans ses poubelles	87,3	+6
Estime que la quantité de déchets sera plus importante d'ici dix ans...	38,6	+5
Pense qu'il y a trop d'emballages sur les produits achetés.....	89,0	+4
Prêt à payer plus cher pour des produits verts disposant d'un label	59,5	+4
Prêt à acheter des produits ayant moins d'emballage	94,7	+3

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : Parmi ceux qui estiment qu'il leur faudra trier davantage leurs déchets dans les années à venir, 87% se disent prêts à trier leurs ordures ménagères à domicile (soit 6 points de plus qu'en moyenne)

Prévoir qu'on triera ses déchets autant qu'aujourd'hui : le révélateur d'une moindre sensibilité écologique

Les enquêtés qui estiment que l'on restera au même niveau de tri dans les années à venir semblent, d'une manière générale, bien moins préoccupés par la question. Ils se déclarent, en particulier, moins prêts que la moyenne à acheter des produits « écologiques ».

Ainsi, une bonne majorité d'entre eux (58 %) croient à une stagnation de la quantité de déchets d'ici dix ans (soit 18 points de plus que dans l'ensemble de la population). Ils ne sont pas prêts à acheter plus cher des produits disposant du label vert ou des produits reconnus comme préservant l'environnement. Un quart d'entre eux ne juge pas trop importante la quantité d'emballages sur les produits de consommation courante qu'ils achètent (contre 14 % en moyenne). Enfin, près de 30 % ne sont pas prêts à trier leurs ordures ménagères (contre 19 % en moyenne). Mais paradoxalement, alors qu'ils ne semblent pas porter un intérêt particulier à l'environnement et à la question des déchets, ces individus considèrent plus fréquemment qu'en moyenne que l'information sur le traitement des déchets est insuffisante.

Tableau 5
Quelques opinions sur-représentées chez les individus qui estiment
qu'il leur faudra trier autant dans les années à venir
 (17 % de la population)

	(en %)	
La quantité de déchets sera aussi importante d'ici dix ans	57,7	+ 18
N'est pas prêt à trier ses ordures ménagères pour limiter la quantité de déchets dans ses poubelles.....	28,9	+ 11
Estime que l'information sur le traitement des déchets est insuffisante	32,8	+ 11
Ne pense pas qu'il y a trop d'emballages sur les produits achetés	24,5	+ 10
Pas prêt à payer plus cher pour des produits verts disposant d'un label	53,3	+ 10
Pas prêt à payer plus de taxes directement affectées à la défense de l'environnement	74,0	+ 8
Pas prêt à payer plus cher des produits préservant l'environnement ...	64,6	+ 8

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : Parmi ceux qui estiment qu'il leur faudra autant trier leurs déchets dans les années à venir qu'aujourd'hui, 58 % pensent que la quantité de déchets sera aussi importante à l'avenir (soit 18 points de plus qu'en moyenne).

Quantité de déchets dans dix ans et perspective de tri pour les années à venir

Le tableau suivant présente la répartition globale des individus suivant leurs réponses aux deux questions « *Selon vous, la quantité de déchets dans vos poubelles sera-t-elle d'ici dix ans plus importante, moins importante ou aussi importante qu'aujourd'hui ?* » et « *Dans les années à venir, pensez-vous qu'il vous faudra trier vos déchets plus, moins ou autant qu'aujourd'hui ?* ».

Tableau 6
Répartition des individus selon leurs réponses aux deux questions
sur la quantité de déchets future et sur la perspective de tri dans les années à venir.

(en %)

		La quantité de déchets dans les poubelles d'ici dix ans sera ...				Total
		plus importante	moins importante	aussi importante	ne sait pas	
Dans les années à venir, il faudra trier ...	plus	28,9	15,8	28,1	2,0	74,8
	moins	1,0	2,8	1,1	-	4,9
	autant	3,5	3,1	9,9	0,4	17,0
	ne sait pas	0,7	0,3	0,6	1,7	3,3
	Total	34,1	22,0	39,7	4,2	100,0

Exemple de lecture : 29 % de la population pensent simultanément que la quantité de déchets dans les poubelles sera plus importante d'ici dix ans et qu'il faudra trier plus. 3 % estiment que la quantité de déchets sera moins importante et qu'il faudra trier moins.

Au total, près de trois Français sur dix pensent à la fois que la quantité de déchets dans leurs poubelles va être plus importante d'ici dix ans et qu'il faudra trier plus dans les années à venir. Une proportion presque aussi importante estime que la quantité de déchets va rester identique, mais qu'il va falloir trier davantage. 16 % de la population considèrent même que la quantité de déchets va s'amoinrir, mais qu'il faudra quand même trier plus qu'aujourd'hui. Enfin, 10 % des Français estiment que l'on va rester dans un statu-quo : autant de déchets d'ici dix ans et un tri identique à celui effectué aujourd'hui. Toutes les autres combinaisons de réponses recueillent moins de 4 % des suffrages.

3. Afin de limiter la quantité de déchets, les Français se déclarent prêts à trier leurs ordures ménagères

Conséquence directe de la perspective d'une quantité de déchets grandissante et du sentiment de devoir trier davantage les déchets dans les années à venir, l'engagement personnel des Français sur ce sujet est en apparence très fort : 82 % se disent disposés à trier leurs ordures ménagères à domicile (tableau 7).

Il convient toutefois de tempérer ce raz-de-marée d'intentions positives en rappelant qu'il peut exister un grand décalage entre les déclarations d'intentions et les pratiques réelles¹.

Il faut noter également que, dans le but de lutter contre la dégradation de l'environnement, 84 % des Français se disaient prêts, début 1991, à « utiliser plusieurs poubelles pour séparer les divers types de déchets » ; en début 1993, 85 % se déclaraient disposés à « trier leurs ordures ménagères ». Enfin, l'an dernier, 93 % étaient prêts à apporter leurs déchets préalablement triés dans des lieux (déchetteries) où ils pourraient être recyclés². Le pourcentage atteint cette année serait donc en léger recul, même si la nécessité d'opérer un tri dans les déchets ménagers est une nouvelle fois confirmée³. Celle-ci semble donc vraiment entrée dans l'esprit de nos concitoyens.

Doit-on imputer cette légère baisse au fait que cette année, on ne mettait pas en avant, dans le libellé de la question, l'idée de lutte contre la dégradation de l'environnement comme motif du tri, mais seulement la limitation de la quantité de déchets dans les poubelles (ce qui est relativement plus terre à terre) ? Ou bien doit-on rapprocher cette baisse de la forte diminution enregistrée, cette année, des opinions favorables aux efforts financiers pour la défense de l'environnement ?

Tableau 7

Pour limiter la quantité de déchets que vous mettez dans vos poubelles, seriez-vous prêt, vous personnellement à trier vos ordures ménagères à domicile ?

	(en %)
. Oui.....	81,7
. Non.....	17,8
. Ne sait pas.....	0,5
Ensemble	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

¹ On pourra se référer au rapport « *les Français, la nature et l'environnement* », A. Dufour, Collection des rapports du CREDOC n° 151, Etudes et travaux de l'IFEN n° 2, Septembre 1994.

² Voir, à l'annexe 1, les résultats détaillés de ces questions.

³ Voir à ce sujet « *Les Français sont-ils prêts à plonger les mains dans leurs poubelles ?* », B. Maresca, G. Poquet, Consommation et Modes de Vie n° 88, CREDOC, Juin 1994.

En tout état de cause, le pourcentage d'individus disposés à trier leurs ordures à domicile est tellement élevé qu'aucune caractéristique socio-démographique particulière ne permet vraiment de les qualifier. Tout au plus peut-on noter qu'ils se déclarent plus souvent prêts à engager des actions individuelles contribuant à la préservation de l'environnement.

Les opposants au tri des ordures ménagères sont peu motivés par la défense de l'environnement

Dans la minorité d'individus (18%) non disposés à trier ses ordures ménagères à domicile se trouvent des personnes plus farouchement opposées à une contribution personnelle en matière de protection de la nature et de gestion des déchets. Il s'agit un peu plus fréquemment de jeunes de moins de 25 ans et d'étudiants.

Ces individus n'ont d'ailleurs jamais, au cours des douze derniers mois, trié leurs bouteilles en verre, conservé les vieux papiers et journaux ou encore choisi des produits pour leur emballage respectueux de l'environnement.

Tableau 8
Quelques opinions sur-représentées chez les individus
non disposés à trier leurs ordures ménagères à domicile
(18 % de la population)

	(en %)	
N'a jamais, depuis un an, trié ses bouteilles en verre pour qu'elles soient recyclées.....	41,4	+22
Pas prêt à payer plus cher pour des produits verts disposant d'un label.	65,2	+21
Pas prêt à payer plus de taxes directement affectées à la défense de l'environnement	84,8	+19
N'a jamais, depuis un an, gardé des vieux papiers et journaux pour qu'ils soient recyclés	69,0	+18
Pas prêt à acheter des produits ayant moins d'emballage pour limiter la quantité de déchets	24,7	+17
N'a jamais, depuis un an, choisi des produits pour leur emballage respectueux de l'environnement	59,0	+16
Pas prêt à acheter des produits verts disposant d'un label	24,2	+13
Considère qu'il n'y a pas trop d'emballages sur les produits achetés	25,8	+12

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : Parmi ceux qui ne sont pas disposés à trier leurs ordures ménagères à domicile, 41 % n'ont jamais, depuis un an, trié leurs bouteilles en verre en vue d'un recyclage (soit 22 points de plus qu'en moyenne).

SECTION 2

Les emballages

Le poids des emballages (comprenant les papiers-cartons, le verre, les matières plastiques et les métaux) a doublé en l'espace de trente ans dans l'ensemble des ordures ménagères : il est passé de 16,5 % en 1960 à 33,5 % en 1990. En volume, les emballages représentent en 1990 plus de la moitié (58 %) du total des ordures, soit trois fois plus qu'en 1960¹.

Il est vrai que, depuis quelques années, on assiste à une inflation de produits comportant des suremballages, c'est-à-dire des emballages supplémentaires ne se trouvant pas en contact direct avec le produit commercialisé. Sous l'effet conjugué des nouveaux processus de production et des méthodes de marketing de plus en plus poussées, les produits jetables et ceux contenant beaucoup d'emballages se sont en effet progressivement développés, accompagnant des modifications des modes de consommation.

Comment nos concitoyens, qui sont aussi, bien évidemment, des consommateurs, perçoivent-ils les emballages ? Pensent-ils qu'il y en a trop sur les produits de consommation courante ? Sont-ils animés par le désir d'acheter des produits moins « emballés » ?

¹ Source : ADEME

1. Un constat sans appel : il y a trop d'emballages sur les produits de consommation courante

Au début 1995, 85% des Français pensent, d'une manière générale, qu'il y a trop d'emballages sur les produits qu'ils achètent. L'enquête « Consommation » du Crédoc de janvier 1994 avait déjà montré que 60% de la population considéraient que le nombre d'emballages inutiles avait augmenté ces dernières années¹. Cette proportion, certes en recul par rapport à celle de 1992 (73%), mettait bien en évidence l'impression générale ressentie par la population de l'existence d'un surplus d'emballage sur les produits de consommation courante. Cette impression est ici confirmée sans ambiguïté (tableau 9).

Tableau 9

D'une manière générale, pensez-vous qu'il y a trop d'emballages sur les produits que vous achetez ?

	(en %)
. Oui	85,2
. Non	14,3
. Ne sait pas	0,5
Ensemble	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

La plupart des cadres (90%), les femmes au foyer et une proportion identique de diplômés du baccalauréat trouvent qu'il y a trop d'emballages. De même, 90% des personnes âgées de 35 à 50 ans partagent ce sentiment. De façon plus générale, les individus estimant qu'il y a trop d'emballages montrent une plus grande sensibilité à l'environnement que l'ensemble de la population : celle-ci s'exprime aussi bien dans la perception qu'ils ont de « l'avenir des déchets » que dans leurs actions pour le compte de la protection de l'environnement (tri, achat de produits verts, ...).

¹ Cf. « Prix, qualité, service - Les arbitrages du consommateur » A. Collerie de Borely, CREDOC, Avril 1994.

Tableau 10

**Les opinions sur la quantité d'emballages des produits de consommation courante,
selon l'âge et la profession exercée**

	(en %)		
	Il y a trop d'emballages	Il n'y a pas trop d'emballages	Total (y compris Nsp)
Age			
Moins de 25 ans	84,1	14,9	100,0
25-34 ans.....	85,2	14,3	100,0
35-49 ans.....	89,6	10,0	100,0
50-64 ans.....	86,6	12,9	100,0
65 ans et plus.....	78,7	21,1	100,0
Profession exercée			
Indépendants (1).	91,7	6,6	100,0
Cadre supérieur, profession intermédiaire	90,4	9,4	100,0
Employé.....	85,9	13,7	100,0
Ouvrier.....	83,1	16,2	100,0
Reste au foyer.....	89,8	10,2	100,0
Retraité.....	78,2	21,6	100,0
Autre inactif (étudiant)	84,3	14,8	100,0
Ensemble	85,2	14,3	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise.

A l'inverse, c'est chez les retraités (20%) et les non-diplômés (18%) qu'on est un peu plus nombreux à estimer qu'il n'y a pas trop d'emballages. Mais, même dans ces groupes, une forte majorité considère les produits trop « emballés ».

Assez logiquement, quand on est peu sensible à la quantité d'emballage, on est moins disposé à acheter des produits dont les conditionnements seraient plus réduits. Mais on montre aussi, dans ce cas, une moins grande prédisposition au tri des déchets ou à l'achat de produits comportant un « label vert » (tableau 11).

Tableau 11
Quelques opinions sur-représentées chez les individus
n'estimant pas que les produits qu'ils achètent comportent trop d'emballages
 (14% de la population)

	(en %)	
Pas prêt à acheter des produits ayant moins d'emballage pour limiter la quantité de déchets dans les poubelles	29,2	+ 21
N'a jamais, depuis un an, choisi des produits pour leur emballage respectueux de l'environnement	62,4	+ 19
N'a jamais, depuis un an, acheté de produits biodégradables.....	50,5	+ 18
Pas prêt à trier ses ordures ménagères à domicile.....	32,2	+ 14
Pense qu'à l'avenir, il faudra autant trier qu'aujourd'hui	29,1	+ 12
Pas prêt à acheter des produits disposant d'un label vert	21,7	+ 10

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : 62% des personnes n'estimant pas que les produits sont trop emballés n'ont jamais choisi, depuis un an, de produits pour leur emballage respectueux de l'environnement (soit 19 points de plus qu'en moyenne).

2. Un raz de marée d'intentions positives pour acheter des produits comportant moins d'emballages

Conséquence directe du surplus de conditionnements ressenti, la quasi-totalité des Français (92%) se disent prêts à acheter des produits ayant moins d'emballages afin de limiter la quantité de déchets jetés dans les poubelles (tableau 12). Il convient cependant de prendre ce résultat avec beaucoup de précautions. Comme toujours lorsqu'on questionne sur des intentions, l'accord de principe est souvent obtenu, surtout quand il engage peu l'interviewé. Or, on sait qu'il peut y avoir un fossé entre les déclarations d'intentions et les pratiques réelles. Dans le cas présent, les dispositions à l'achat de produits moins emballés sont, dans l'absolu, très fortes mais on peut se demander si elles trouveront matière à véritablement se concrétiser.

Faut-il rappeler en effet que les techniques de marketing mettent beaucoup l'accent sur le packaging des produits ? Les concepts de « merchandising » de plus en plus élaborés conduisent bien souvent au développement du suremballage. Un produit attirant l'oeil du consommateur, mais comportant beaucoup d'emballages sera-t-il vraiment délaissé au profit d'un autre éventuellement moins attirant, mais moins emballé ? D'autant qu'un problème complémentaire demeure : au moment d'acheter un produit, le consommateur peut-il vraiment savoir, ou dispose-t-il des informations lui permettant de savoir, si celui-ci contient plus ou moins d'emballage qu'un autre ?

En tout état de cause, le principe de l'achat de « produits moins emballés » semble globalement acquis dans la population. Des campagnes de communications faites dans ce sens pourraient vraisemblablement trouver un écho positif, même s'il faut relativiser l'ampleur du résultat obtenu et probablement le conditionner à la réalisation de campagnes de sensibilisation sur la question, menées tout autant auprès du grand public que des industriels.

Tableau 12

Pour limiter la quantité de déchets que vous mettez dans vos poubelles, seriez-vous prêt, vous personnellement, à acheter des produits ayant moins d'emballages ?

	Ensemble de la population	(en %)	
		Dont, pense que :	
		il y a trop d'emballages sur les produits	il n'y a pas trop d'emballages sur les produits
. Oui.....	91,6	95,3	70,6
. Non.....	8,1	4,5	29,2
. Ne sait pas.....	0,3	0,2	2,2
Ensemble	100,0	100,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Bien évidemment, les individus qui pensent qu'il y a trop de conditionnements sur les produits de consommation courante sont plus nombreux à être d'accord (à 95 %) pour acheter des produits comportant moins d'emballages. Mais, même chez ceux qui pensent le contraire, 71 % donnent leur accord de principe pour l'achat de produits moins emballés (tableau 12).

Au début 1994, l'IFEN avait fait insérer une question dans l'enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », relative aux garanties de qualité attendues lors d'achat de produits alimentaires¹. Les « emballages reconnus comme préservant l'environnement » ne constituaient pas vraiment alors un élément auquel on faisait attention en premier lieu : seuls 1,5 % des individus le citaient en première réponse, loin derrière la date limite de consommation, le label de qualité, la connaissance de la région de provenance et les produits de l'agriculture biologique.

¹ Voir « *Les Français, la nature et l'environnement* » déjà cité.

Cette question n'était évidemment pas la même que celle concernant l'achat de produits moins emballés : d'une part, elle mettait en avant les emballages reconnus comme préservant l'environnement ; d'autre part, elle était restreinte aux achats de produits alimentaires. Néanmoins, elle donne une petite indication sur l'attachement relatif des Français à la question des emballages. Ces résultats permettent, en tout état de cause, de relativiser l'importance de l'accord quasi-unanime à l'achat de produits moins emballés : lorsque ce sujet est confronté à d'autres, il arrive aujourd'hui encore loin derrière les autres, même s'il s'agit là d'un exemple particulier et limité.

Etant donné le très grand nombre d'individus qui se déclarent prêts à acheter des produits comportant moins d'emballages, peu de distinctions caractéristiques apparaissent. En revanche, on note que la minorité d'individus (8%) qui ne veulent pas modifier leurs comportements d'achat pour tenir compte des emballages, expriment des opinions très tranchées sur les questions environnementales : ils font preuve d'une farouche opposition à toute contribution en faveur de la protection de l'environnement. Les réponses fournies laissent d'ailleurs entrevoir ici une certaine méconnaissance du sujet.

Tableau 13
Quelques opinions sur-représentées chez les individus
pas prêts à acheter des produits ayant moins d'emballages
(8 % de la population)

	(en %)	
Ne trouve pas qu'il y a trop d'emballages sur les produits de consommation courante	51,4	+37
N'est pas prêt à trier ses ordures ménagères à domicile	54,1	+36
N'a jamais, depuis un an, choisi de produit pour son emballage respectueux de l'environnement	75,0	+32
N'est pas prêt à acheter des produits disposant d'un label vert	41,4	+30
N'est pas prêt à payer plus cher pour des produits verts disposant d'un label	73,3	+30
N'a jamais, depuis un an, acheté de produits biodégradables	56,6	+24
N'est pas prêt à payer plus cher l'électricité pour qu'on enterre les lignes électriques	76,6	+23
Ne sait pas si la voiture électrique lutte efficacement contre la dégradation de l'environnement.....	33,7	+18
N'a jamais, depuis un an, trié ses bouteilles en verre	38,3	+20

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : 54 % des Français pas prêts à acheter des produits ayant moins d'emballages ne sont pas prêts non plus à trier leurs ordures ménagères à domicile (soit 36 points de plus que dans l'ensemble de la population).

Remarquons enfin que les personnes âgées de plus de 65 ans, les retraités et celles qui ne sont pas diplômées sont sur-représentées au sein de cette catégorie.

SECTION 3

Les informations sur la gestion des déchets - Les actions des industriels

Assurer une meilleure gestion du traitement des déchets passe par des modifications du comportement des agents et, en particulier, au premier chef, des consommateurs. Mais ces modifications ne peuvent être impulsées que par une information qui soit la plus complète et la plus claire possible : la politique de gestion des déchets doit d'abord être compréhensible et connue de tous ; elle doit aussi reposer sur la transparence, condition indispensable à l'établissement de liens de confiance entre les citoyens, les industriels et les pouvoirs publics.

C'est la raison pour laquelle l'ADEME a souhaité connaître le sentiment des Français sur l'information dont ils disposent sur la question du traitement des déchets. L'information est-elle, selon eux, suffisante et crédible ? De qui attendent-ils ces messages informatifs ?

1. Les Français ne se sentent pas assez informés sur le traitement des déchets

Force est de constater que nos concitoyens émettent un jugement plutôt sévère quant aux informations concernant la question du traitement des déchets. Plus des trois quarts d'entre eux (78%) considèrent que l'information fournie est insuffisante. Encore convient-il de relativiser ce résultat : les Français expriment souvent des jugements critiques quand on leur demande d'émettre une appréciation sur une institution ou sur des politiques mises en oeuvre¹. Il reste que le taux atteint ici est relativement élevé.

Tableau 14

Considérez-vous que l'information fournie aujourd'hui
sur le traitement des déchets est suffisante ?

	(en %)
. Oui	22,1
. Non	77,7
. Ne sait pas	0,2
Ensemble	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Le sentiment de manque d'information est plus fort chez les jeunes et les personnes de niveau socio-culturel élevé

Les cadres supérieurs et professions intermédiaires, les habitants de l'agglomération parisienne, les jeunes (25-39 ans) et les personnes disposant de revenus confortables se montrent ici plus critiques que la moyenne ; ils dénoncent à plus de 80% le déficit de renseignements sur le traitement des déchets (tableau 15).

Les personnes âgées de plus de 60 ans, les retraités et les individus ayant de faibles revenus sont, quant à eux, un petit peu plus enclins à penser que l'information fournie sur le traitement des déchets est suffisante. Cependant, même dans ces groupes, les pourcentages des individus satisfaits de l'information dépassent rarement les 30%.

¹ Ils sont, par exemple, très sévères sur l'action des pouvoirs publics dans le domaine de l'environnement, puisque 64% estiment que les pouvoirs publics ne s'occupent pas de ces problèmes et 29% qu'ils s'en occupent, mais que ce n'est pas efficace.

Tableau 15

Pourcentage d'individus estimant que l'information sur le traitement des déchets est insuffisante
 - Catégories où le taux est le plus élevé -

	(en %)
Parisien de moins de 40 ans.....	86,2
Femme active.....	84,3
Cadre supérieur, profession intermédiaire.....	83,9
Diplômé du bac ou du supérieur.....	83,3
Dispose, dans son foyer, d'un revenu mensuel supérieur à 15 000 F...	82,5
Est âgé de 25 à 39 ans.....	81,9
Réside dans l'agglomération parisienne.....	81,3
Ensemble de la population.....	77,7

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Mais les personnes qui considèrent insuffisante l'information concernant le traitement des déchets ne limitent pas là leurs critiques. Elles sont aussi généralement moins satisfaites des renseignements fournis sur les « produits verts » qu'elles trouvent insuffisants. De plus, elles critiquent davantage qu'en moyenne l'action des pouvoirs publics dans le domaine de l'environnement.

Tableau 16

Quelques opinions sur-représentées chez les individus
estimant que l'information fournie sur le traitement des déchets n'est pas suffisante
 (78 % de la population)

	(en %)	
L'information sur le traitement des déchets n'est pas crédible.....	63,7	+9
L'information sur les « produits verts » n'est pas suffisante.....	72,6	+7
Estime que les pouvoirs publics ne s'occupent pas des problèmes d'environnement.....	68,1	+4
L'information sur les produits verts n'est pas compréhensible.....	40,2	+3
Considère qu'à l'avenir, il faudra trier ses déchets plus qu'aujourd'hui.	77,7	+3
Est « très sensible » aux problèmes d'environnement.....	38,0	+3
L'information sur les produits verts n'est pas scientifique.....	42,2	+2

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : 73 % des personnes qui jugent insuffisante l'information fournie sur le traitement des déchets trouvent également insuffisante l'information sur les produits verts (soit 7 points de plus qu'en moyenne).

2. ... et ils mettent en cause la crédibilité des informations fournies

Non seulement la quantité des informations offertes sur le traitement des déchets n'est pas jugée suffisante, mais en plus, leur crédibilité même est mise en cause par une partie importante de la population (55%). Bien sûr, ceux qui jugent l'information suffisante sont plus enclins à lui accorder également une crédibilité plus grande (74%). C'est l'inverse pour ceux qui la trouvent insuffisante : 64% des enquêtés qui estiment insuffisants les renseignements fournis sur le traitement des déchets ne considèrent pas non plus crédibles les informations offertes sur ce sujet.

Tableau 17

Considérez-vous que l'information fournie aujourd'hui
sur le traitement des déchets est crédible ?

	Ensemble de la population	(en %)	
		Dont, pense que :	
		l'information est suffisante	l'information est insuffisante
. Oui	44,1	74,1	35,6
. Non	55,0	24,8	63,7
. Ne sait pas	0,9	1,1	0,7
Ensemble	100,0	100,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Au total, un Français sur deux considère que l'information sur le traitement des déchets est **à la fois** insuffisante et non crédible. Un peu plus d'un quart (28%) de la population dénonce l'insuffisance des renseignements sans mettre en cause leur crédibilité. 16% trouvent finalement qu'il n'y a rien à redire : l'information est bonne, tant sur son volume que sur sa crédibilité. Seule une poignée d'individus (5%) estime l'information suffisante, mais pas crédible (tableau 18).

Tableau 18

Les opinions des Français sur la quantité et la crédibilité des informations
sur le traitement des déchets

	(en %)
• Information insuffisante et pas crédible	49,5
• Information insuffisante, mais crédible.....	27,6
• Information suffisante et crédible.....	16,4
• Information suffisante, mais pas crédible	5,5
• Ne sait pas.....	1,0
Total.....	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Les jeunes femmes actives, les célibataires sont sur-représentés dans la catégorie des Français le plus critiques. Les jeunes hommes sont, en revanche, un peu plus nombreux dans la deuxième catégorie, celle où l'on ne met pas en cause la crédibilité des informations, mais où on déplore leur insuffisance.

Tableau 19
Les opinions sur la quantité et la crédibilité des informations
dans quelques catégories socio-démographiques

	(en %)
• Information insuffisante et pas crédible	49,5
. Femme de 25 à 39 ans	57,3
. Femme active	56,3
. Célibataire	56,2
• Information insuffisante, mais crédible.....	27,6
. Personne de 30-49 ans, diplômée du bac ou du supérieur ..	35,4
. Homme de 25-39 ans	34,2
• Information suffisante et crédible	16,4
. 65 ans et plus	23,6
. Retraité	22,2
. Aucun diplôme - CEP	19,9

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Un lien entre le jugement concernant l'information sur les déchets et celui portant sur l'action des pouvoirs publics en matière d'environnement

La position adoptée sur la qualité des informations relatives au traitement des déchets est très liée à celle concernant l'action des pouvoirs publics en matière de protection de l'environnement¹.

¹ Cette question a été financée par l'IFEN.

Tableau 20
Informations sur les déchets et jugements
sur l'action des pouvoirs publics : des opinions liées

(en %)

Jugement sur l'information relative au traitement des déchets :	Opinion sur l'action des pouvoirs publics en matière d'environnement :				
	Action efficace (1)	Action non efficace (2)	Pas assez d'action (3)	Aucune action (4)	Ensemble des Français
• Information insuffisante et pas crédible...	25,9	42,6	52,9	71,5	49,5
• Information insuffisante, mais crédible ...	23,2	30,4	28,0	16,6	27,6
• Information suffisante et crédible.....	41,8	18,9	13,7	6,4	16,4
• Information suffisante, mais pas crédible	7,3	6,9	4,6	5,5	5,5
• Ne sait pas	1,8	1,2	0,8	0	1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

(1) Libellé exact : les pouvoirs publics s'en occupent et c'est efficace.

(2) Libellé exact : les pouvoirs publics s'en occupent et ce n'est pas efficace.

(3) Libellé exact : les pouvoirs publics ne s'en occupent pas assez.

(4) Libellé exact : les pouvoirs publics ne s'en occupent pas du tout.

Dans la minorité d'individus (6 % des Français) jugeant l'action des pouvoirs publics en matière d'environnement efficace, 42 % estiment que l'information sur le traitement des déchets est suffisante et crédible (contre 16 % en moyenne). Par contre, les personnes qui expriment leur scepticisme sur l'action des pouvoirs publics en matière d'environnement (ils agissent, mais ce n'est pas efficace) sont un peu plus nombreuses à juger l'information sur les déchets crédible, mais insuffisante. Enfin, les enquêtés les plus critiques sur l'action des pouvoirs publics (« les pouvoirs publics ne s'occupent pas du tout des problèmes de protection de l'environnement ») sont les plus insatisfaits de la communication sur le traitement des déchets (tableau 20).

Autrement dit, l'appréciation de l'action des pouvoirs publics en matière de protection de l'environnement dénote de la confiance accordée par les citoyens aux autorités responsables dans ce domaine. Celle-ci influe sur la perception que chacun a des informations fournies dans le domaine plus précis du traitement des déchets.

Ainsi, à chacun des trois grands types d'attitudes concernant l'information sur les déchets correspond des jugements spécifiques sur les questions environnementales :

*** Groupe 1** (information insuffisante et pas crédible) : **des personnes plutôt sceptiques et inquiètes de l'état de l'environnement**

Dans le groupe des individus le plus critiques sur l'information concernant les déchets (information insuffisante et pas crédible), on relève un scepticisme plus grand à l'encontre des « produits verts » et de l'information diffusée sur eux.

Ce groupe se montre plus pessimiste que la moyenne sur l'état de l'environnement en général (dans le monde, en France, dans la CEE) et davantage critique sur l'action des pouvoirs publics (tableau 21). D'ailleurs, il semble que dans cette catégorie, on fasse preuve d'un plus grand pessimisme sur les conditions de vie en général.

*** Groupe 2** (information insuffisante mais crédible) : **des personnes plus engagées dans le domaine de l'environnement**

Dans ce groupe, la connaissance des questions environnementales est bonne. Ses membres sont plus nombreux à trouver les informations sur les produits verts compréhensibles et scientifiquement fondées.

On trouve ici des personnes plus attentives et plus sensibles à l'environnement que la moyenne, qui portent probablement plus d'intérêt aux informations concernant ce secteur. Elles sont « engagées » dans la mesure où elles se montrent davantage prêtes à s'impliquer elles-mêmes dans des actions individuelles susceptibles de protéger la nature.

*** Groupe 3** (information suffisante et crédible) : **des personnes plus confiantes et moins informées dans le domaine**

Ce troisième groupe exprime une certaine satisfaction sur l'information fournie tant sur les produits verts que sur le traitement des déchets. Ces individus témoignent aussi d'une confiance bien plus forte dans l'action des pouvoirs publics en matière d'environnement. Ils fondent, par ailleurs, plus d'espoirs dans le progrès scientifique pour résoudre, d'ici vingt ans, les problèmes d'environnement.

En fait, ces personnes semblent être moins au fait des problèmes de protection de la nature et de ce qui est bon ou pas pour lutter contre sa dégradation : par exemple, un quart d'entre elles ne savent pas dire si la voiture électrique est efficace contre la dégradation de l'environnement. Par ailleurs, elles ont peu souvent effectué, dans les douze derniers mois, d'actions concrètes dans le but de contribuer à la lutte pour la protection de l'environnement.

Tableau 21
Quelques opinions sur-représentées dans les trois principaux types d'attitudes
face à l'information concernant le traitement des déchets

(en %)

Information insuffisante et pas crédible		
. L'information sur les produits verts est insuffisante.....	75,0	+ 9
. L'information sur les produits verts est incompréhensible.....	45,7	+ 9
. L'information sur les produits verts n'est pas scientifique.....	47,1	+ 7
. Les pouvoirs publics ne s'occupent pas des problèmes d'environnement	71,3	+ 7
. Considère « très mauvais » l'état de l'environnement dans le monde	23,4	+ 5
Information insuffisante, mais crédible		
. L'information sur les produits verts est compréhensible.....	62,8	+10
. Pense que la voiture électrique est efficace contre la dégradation de l'environnement	80,0	+ 7
. Estime que la quantité de déchets, dans dix ans, sera moins importante	28,5	+ 7
. L'information sur les produits verts est scientifique.....	39,2	+ 7
. Prêt à payer plus de taxes affectées à l'environnement.....	39,4	+ 6
. Considère qu'à l'avenir, il faudra davantage trier ses déchets	80,5	+ 6
. Prêt à trier ses ordures ménagères à domicile.....	87,2	+ 6
Information suffisante et crédible		
. L'information sur les produits verts est suffisante	48,2	+22
. Estime que les pouvoirs publics s'occupent des problèmes d'environnement.	49,0	+14
. L'information sur les produits verts est compréhensible.....	64,3	+11
. Considère « bon » l'état de l'environnement dans sa région.....	50,2	+11
. L'information sur les produits verts est scientifique.....	43,6	+11
. Pense que le progrès scientifique résoudra probablement les problèmes d'environnement.....	49,5	+10
. N'a jamais, depuis un an, acheté de papier recyclé	54,4	+10
. Considère qu'à l'avenir, il faudra trier ses déchets autant qu'aujourd'hui	26,2	+ 9
. N'a jamais, depuis un an, choisi d'emballages respectueux de l'environnement.....	52,3	+ 9
. Ne sait pas si la voiture électrique est efficace contre la dégradation de l'environnement.	24,8	+ 9
. N'a jamais, depuis un an, acheté de produits biodégradables	41,2	+ 9
. Considère « bon » l'état de l'environnement en France	30,2	+ 8

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : 46% des individus qui estiment l'information sur les déchets insuffisante et pas crédible jugent par ailleurs l'information sur les produits verts incompréhensible, soit 9 points de plus que dans l'ensemble de la population.

3. Selon les Français, l'information sur les déchets doit plus provenir des collectivités locales et de l'Etat que des industriels

C'est davantage au niveau communal (villes, communes) ou national (Etat, administrations publiques) que l'information est avant tout attendue par les Français et moins au niveau régional ou départemental : 47% citent au total (somme des deux réponses fournies) « les villes et les communes » comme principaux acteurs devant informer sur le problème des déchets, tandis que 40% attendent sur ce point un effort de « l'Etat et des administrations publiques » (tableau 22).

« Les industriels » viennent ensuite, avec 38% de citations. Mais ceux-ci prennent la deuxième place des attentes si l'on ne retient que la première réponse.

Enfin, les associations (de protection de l'environnement ou de défense du consommateur) doivent, elles aussi, aux yeux de nos concitoyens, renseigner le public sur le problème des déchets. En tout état de cause, pour les Français, ce rôle n'est pas du ressort des distributeurs (magasins, grandes surfaces), ces derniers ne recueillant que 12% de citations au total (et 3% seulement des premières réponses).

Tableau 22
Selon vous, qui devrait surtout fournir des informations
sur le problème des déchets ?

(Classement par ordre décroissant du % de citations cumulés)	(en %)		
	1ère réponse	2ème réponse	% de citations
. Les villes, les communes	26,1	21,1	47,2
. L'Etat, les administrations publiques	20,3	19,9	40,2
. Les industriels	23,1	15,3	38,4
. Les associations (de consommateurs, de protection de l'environnement)	14,0	17,6	31,6
. Les départements, les régions	13,2	17,5	30,7
. Les magasins et grandes surfaces	3,2	8,4	11,6
. Ne sait pas	0,1	0,2	-
Ensemble	100,0	100,0	-

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

La collecte des déchets est organisée par les communes. Le coût de la collecte et du traitement est également supporté par celles-ci ; elle est réalisée grâce à la taxe d'enlèvement des ordures ménagères, la redevance d'enlèvement des ordures ménagères ou encore, à défaut, par le financement sur le budget général de la commune¹. Les municipalités se situent donc bien effectivement au premier rang des acteurs concernés par le problèmes des déchets. Dans ces conditions, il n'est pas surprenant de constater que c'est d'elles que les Français attendent d'abord la diffusion de l'information sur ces sujets.

Ce sont les Français les plus jeunes et les individus appartenant à un milieu socio-culturel élevé (cadres, diplômés) qui attendent davantage une information au niveau national. Les personnes âgées, les retraités et les employés se prononcent un peu plus pour une information communale ou régionale. Citent plus souvent les industriels : les jeunes et les indépendants.

Tableau 23
Origine des informations attendues sur les déchets,
selon l'âge et la profession exercée
(1ère réponse citée)

	(en %)					
	Villes, communes	Etat, adminis- trations	Industriels	Associa- tions	Départe- ments, régions	Total (y compris magasins et grandes surfaces ou nsp)
Age						
Moins de 25 ans	19,8	26,8	26,8	12,2	11,5	100,0
25-39 ans	23,3	22,6	23,2	16,7	11,3	100,0
40-59 ans	29,0	19,8	22,5	12,5	12,6	100,0
60 ans et plus	29,4	14,7	21,7	13,3	17,4	100,0
Profession exercée						
Indépendant (1)	18,0	21,9	26,5	15,8	12,8	100,0
Cadre supérieur, profession intermédiaire	22,2	25,4	25,8	12,6	10,9	100,0
Employé	29,2	20,9	20,3	14,9	11,3	100,0
Ouvrier	25,6	20,4	25,3	14,6	12,1	100,0
Reste au foyer	30,9	15,1	22,4	16,4	12,8	100,0
Retraité	29,1	16,0	21,7	12,0	17,4	100,0
Autre inactif (étudiant)	19,7	27,2	20,2	13,9	14,1	100,0
Ensemble	26,1	20,3	23,1	14,0	13,2	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise.

¹ Source : « *Le coût des déchets des ménages* », P. Quirion, S. Gastaldo, INSEE première, Novembre 1994.

Finalement, trois types d'acteurs sont à même de fournir des informations sur le problème des déchets : les **pouvoirs publics**, les **industriels** et les **associations**. Nos concitoyens attendent, avant tout, une information en provenance des pouvoirs publics, quels qu'ils soient (collectivité locale, territoriale, Etat ...) : 60 % d'entre eux ont cité un des acteurs du domaine public en première réponse. Mais notons qu'ils attendent plus cela des collectivités territoriales que de l'Etat (tableau 24).

Les industriels et les distributeurs sont mentionnés par un bon quart de la population. Enfin, les associations doivent également jouer un rôle d'informateur, mais seuls 14 % des Français les ont citées en première réponse.

Tableau 24

Selon vous, qui devrait surtout fournir des informations
sur le problème des déchets ? (1ère réponse)

	(en %)
• Les pouvoirs publics	59,6
<i>Dont : Communes, départements, régions</i>	<i>(39,3)</i>
<i>Etat</i>	<i>(20,3)</i>
• Les industriels et les distributeurs.....	26,3
• Les associations (consommateurs, protection de l'environnement	14,0
• Ne sait pas	0,1
Ensemble	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

4. L'action prioritaire à engager par les industriels en matière de déchets : concevoir les produits différemment

Pour les Français, les industriels doivent modifier la conception de leurs produits de manière à ce qu'ils génèrent moins de déchets. C'est, en effet, ce type d'action qui semble prioritaire aux yeux de nos concitoyens (44 % le citent). Il est même davantage retenu que l'idée qui consiste à faire prendre en charge une partie du traitement des déchets (tri, recyclage) par les industriels eux-mêmes.

La solution apparemment la plus simple (« mettre moins d'emballages sur les produits ») arrive, enfin, en troisième position, avec 22 % des réponses. Comme si les Français attendaient davantage sur ce point une action que l'on dira « de fond » : modifier le produit, plutôt que l'emballer différemment.

Tableau 25

En matière de déchets, quelle action parmi celles-ci pensez-vous que les industriels devraient engager en priorité ?

	(en %)
. Concevoir des produits de façon à ce qu'ils génèrent moins de déchets	44,1
. Prendre en charge une partie du traitement des déchets (tri, recyclage)	32,9
. Mettre moins d'emballages sur les produits	22,3
. Aucune de ces actions	0,6
. Ne sait pas	0,1
Ensemble	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Les citoyens sont donc conscients du fait qu'il faut d'abord essayer d'agir à la source des problèmes plutôt que d'intervenir après coup pour réparer les dégâts causés. Ainsi, faudrait-il que, dès la conception du produit, les industriels prennent en compte les conditions d'élimination des déchets ou leur recyclage éventuel.

Une première méthode pour maîtriser les déchets à la source est de réduire la quantité et la dangerosité des produits au stade de la production en agissant sur les modes de fabrication. Il s'agit des technologies propres : elles produisent moins de rejets générateurs de déchets¹.

¹ Voir « Les déchets en France », ADEME, Janvier 1993.

La seconde méthode pour réduire à la source pollutions et déchets consiste à agir sur la conception des produits et sur les habitudes des consommateurs en leur proposant des écoproduits. Ces productions répondent à la logique de protection de l'environnement et à la logique économique de concurrence par la qualité « écologique ».

Les partisans de la modification de la conception des produits afin qu'ils génèrent moins de déchets sont d'un niveau socio-culturel plus élevé que la moyenne : on y trouve en effet davantage de cadres supérieurs, de professions intermédiaires, de personnes diplômées de l'enseignement supérieur, disposant de revenus élevés (tableau 26).

Ce sont aussi des individus qui paraissent un peu plus sensibles aux questions environnementales, mieux informés et davantage prêts à s'engager que les autres dans le domaine.

Tableau 26
Caractéristiques et opinions sur-représentées chez les partisans
du changement de conception des produits dans le but de générer moins de déchets
(44 % de la population)

		(en %)
Opinions :		
. Prêt à accepter moins de confort pour protéger l'environnement.....	42,6	+4
. Pense qu'à l'avenir, il faudra trier davantage les déchets.....	78,8	+4
. Prêt à accepter un niveau de vie plus faible pour protéger l'environnement	30,6	+4
. Connaît la voiture électrique	58,8	+4
. L'information sur les produits verts n'est pas suffisante.....	69,3	+4
. A régulièrement acheté, depuis un an, des produits biodégradables	43,6	+3
. « Très sensible » aux problèmes d'environnement	38,7	+3
. Considère que le progrès scientifique ne résoudra probablement pas les problèmes d'environnement	40,1	+3
. Prêt à acheter des produits verts disposant d'un label	81,2	+3
Caractéristiques socio-démographiques :		
. Cadre supérieur, profession intermédiaire	22,5	+5
. Dispose, dans son foyer, d'un revenu mensuel supérieur à 15 000 Francs ...	28,2	+4
. Diplômé du bac ou du supérieur	33,3	+4
. Appartient à un couple dont les deux membres sont actifs	28,6	+3

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : 43 % des individus favorables à ce que les industriels tentent en priorité de concevoir des produits de façon à ce qu'ils génèrent moins de déchets se disent prêts à accepter moins de confort pour protéger l'environnement, soit 4 points de plus que dans l'ensemble de la population.

Enfin, les individus qui pensent qu'il y a trop d'emballages sur les produits de consommation courante et ceux qui sont prêts à acheter des produits moins emballés ne préconisent pas plus que les autres la nécessité pour les industriels de mettre moins de conditionnements sur les produits. Ils sont davantage attirés, eux aussi, par la nécessité de revoir la conception même des produits.

SECTION 4

Les « produits verts » et le « label vert »

Des changements importants sont intervenus dans les trente dernières années en ce qui concerne les préoccupations écologiques. De la fin des années 60 à la fin des années 70, on a d'abord assisté, dans le domaine, à un certain développement de la vie associative et à une remise en cause de la croissance industrielle. Mais, c'est au milieu des années 80 que la sensibilité écologique s'est diffusée dans le grand public, ne restant plus alors l'apanage de quelques groupes plus ou moins restreints de la population. L'écho médiatique donné à certains grands sujets et, notamment, à diverses catastrophes écologiques, y est certainement pour beaucoup. Dans le même temps, le mouvement s'est en quelque sorte institutionnalisé, avec l'émergence de partis politiques, la création d'un Ministère de l'Environnement, la mise en place d'agences spécifiques chargées de traiter les problèmes d'environnement (ANRED, AFME puis ADEME, IFEN ...)¹. En un mot, on est passé, en quelques années, de la « contestation écologique » au « consumérisme écologique ».

Plusieurs enquêtes ont, depuis le début des années 90, montré la sensibilité croissante des consommateurs potentiels à l'argument écologique. De fait, un certain intérêt a vu le jour à propos des « produits verts », doublé quand même, il faut le dire, d'une méfiance plus ou moins forte selon les groupes sociaux. Toujours est-il que de plus en plus d'industriels français, poussés par le nombre croissant de labels étrangers, s'y sont engagés, voyant dans les « produits verts » un nouveau marché à pénétrer.

¹ Voir « *Consumérisme vert et démarche marketing* », A. Louppe, A. Rocaboy, Revue Française de Gestion, Mai 1994.

Les « éco-produits » sont des produits dont le cycle ou une partie du cycle « production/consommation/élimination » génère le moins de nuisances possibles en fonction de critères préalablement définis.

Que pensent les Français de ces produits ? C'est pour tenter de répondre à cette question que nous les avons interrogés sur deux aspects précis :

- *L'information donnée sur les « produits verts »* : celle-ci est-elle considérée suffisante, compréhensible, scientifiquement fondée ?
- *L'accueil qui pourrait être fait à une « certification officielle » en la matière* : ce « label » pourrait-il être incitatif à l'achat de produits spécifiques ? Justifierait-il un prix un peu plus élevé ?

1. L'information sur les "produits verts" est considérée comme insuffisante et incomplète

Les produits « verts » pénètrent peu à peu le quotidien des consommateurs, les conduisant néanmoins à diverses interrogations quant à l'information diffusée sur les qualités respectueuses de l'environnement des produits proposés. En résumé, il semblerait que le message passe dans la population, mais que celle-ci aimerait en savoir plus, notamment sur les fondements scientifiques sur lesquels reposent les arguments écologiques (tableau 27) : 54% des Français trouvent, en effet, compréhensible l'information sur les produits verts, mais 66% la considèrent insuffisante et 40%, pas scientifiquement fondée.

Tableau 27

On vend aujourd'hui des produits dont une des qualités annoncée est de mieux respecter l'environnement ("produits verts").
Pensez-vous que l'information existante sur ces produits est :

	(en %)			
	Oui	Non	Nsp	Ensemble
. Suffisante ?	26,3	65,9	7,8	100,0
. Compréhensible ?	53,1	37,0	9,9	100,0
. Scientifiquement fondée ?	32,7	39,8	27,5	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Certaines enquêtes menées dans les années 1990-1991 avaient déjà fait état d'un certain scepticisme des Français envers l'argumentation écologique des produits dits « verts »¹. Dans l'enquête « *Conditions de vie et Aspirations des Français* » de fin 90-début 91, la moitié des personnes interrogées déclaraient ne pas tenir compte, lors de leurs achats, des caractéristiques de préservation de l'environnement mises en avant, dans leur publicité, par certains industriels. Les produits verts recevaient donc alors un accueil plutôt mitigé. C'est le scepticisme vis-à-vis d'une telle publicité qui constituait la raison principale du rejet de ces produits : près de la moitié des enquêtés ne tenant pas compte, lors de leurs achats, des caractéristiques environnementales de certains produits doutaient en fait de l'exactitude des informations fournies².

¹ Une enquête réalisée en 1990 par l'ADETEM avait montré qu'un consommateur sur trois était sceptique sur l'inscription « respecte l'environnement » apposée sur les produits d'entretien, ou ne voyait pas l'intérêt d'utiliser ces produits. Une enquête BVA de 1991 révélait qu'un Français sur cinq faisait confiance à l'argumentation « éco-produit ».

² Voir, en annexe 2, les résultats détaillés des réponses obtenues à ces questions. On pourra se reporter au rapport « *La dégradation de l'environnement : des opinions aux actions* », A. Dufour, Collection des rapports du CREDOC n°107, Octobre 1991.

Le consommateur souhaite donc disposer d'éléments d'informations objectifs quant aux performances écologiques des produits. En l'absence de telles informations ou de telles garanties, la confiance dans l'argumentation reste mitigée.

On en prendra pour preuve les réponses apportées par les Français à quelques questions de l'enquête « Consommation » du CREDOC : 38% de la population pensaient au début 1994 (37% en fin 1992) qu'en achetant des « produits verts », on contribue peu ou pas du tout à la protection de l'environnement¹. De même, 44% de nos concitoyens estimaient en janvier 1994 que les produits verts sont « une invention des fabricants pour vendre plus cher ».

C'est dire l'importance et la nécessité d'une information complète sur ces sujets.

1-1 Les deux tiers des Français jugent insuffisante l'information sur les produits verts.

D'une manière générale, nos concitoyens souhaitent être mieux informés sur ces sujets : tout comme ils critiquent l'information concernant le traitement des déchets, ils estiment qu'il y a des déficiences dans celle livrée sur les « produits verts ». Ainsi, les deux tiers des Français ne considèrent pas suffisante l'information fournie sur ces produits. Ce pourcentage atteint même 73% chez ceux qui, par ailleurs, estiment que l'information sur le traitement des déchets n'est pas assez développée.

Tableau 28

On veut aujourd'hui des produits dont une des qualités annoncée
est de mieux respecter l'environnement (« produits verts »).
Pensez-vous que l'information existant sur ces produits est suffisante ?

	Ensemble de la population	(en %)	
		Dont, pense que l'information sur les déchets est :	
		suffisante	insuffisante
Oui.....	26,3	46,7	20,5
Non	65,9	42,2	72,6
Ne sait pas	7,8	11,1	6,9
Total	100,0	100,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

¹ Voir « Prix, qualité, service. Les arbitrages du consommateur », déjà cité. Voir aussi « L'engagement idéologique des fabricants séduit les consommateurs - Vers une consommation engagée », Consommation et Modes de Vie, N° 75, CREDOC, Mars 1993.

Les individus qui critiquent plus qu'en moyenne l'insuffisance des informations sur les produits verts présentent des caractéristiques identiques à ceux qui dénoncent la carence de renseignements sur les déchets. Il s'agit plutôt de cadres supérieurs et professions intermédiaires, de jeunes, vivant dans l'agglomération parisienne et disposant de revenus élevés (tableau 29).

Tableau 29
Pourcentage d'individus estimant que l'information
sur les produits verts est insuffisante
 - Catégories où le taux est le plus élevé -

	(en %)
Cadre supérieur, profession intermédiaire.....	73,7
Diplômé du bac ou du supérieur	72,7
Femme active.....	72,4
Est âgé de 25 à 39 ans	70,5
Réside dans l'agglomération parisienne.....	69,6
Dispose, dans son foyer, d'un revenu mensuel supérieur à 12 000 F ...	69,3
Ensemble de la population	65,9

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Ces personnes émettent, de plus, des critiques assez aiguës sur les actions des pouvoirs publics touchant au domaine de l'environnement (les pouvoirs publics ne s'occupent pas assez de ces problèmes) et semblent d'ailleurs un peu mieux informés sur ces sujets (sur la voiture électrique, par exemple). Enfin, elles se montrent davantage disposées à effectuer elles-mêmes certaines actions en faveur de l'environnement (achat de produits ayant moins d'emballages, tri des ordures ménagères, taxes affectées directement à la défense de l'environnement, ...).

Tableau 30
L'opinion sur les informations concernant les produits verts,
selon différents jugements portés sur l'environnement

(en %)

	Considère l'information sur les produits verts :			
	Suffisante	Insuffisante	Nsp	Total
« Très sensible » aux problèmes d'environnement	25,7	69,4	4,9	100,0
« Assez sensible » aux problèmes d'environnement ...	25,8	66,6	7,6	100,0
« Pas sensible » aux problèmes d'environnement	32,4	46,2	21,4	100,0
Estime que :				
L'état de l'envir. dans le monde est bon	32,4	51,4	16,2	100,0
L'état de l'envir. dans le monde est moyen.....	28,5	62,9	8,6	100,0
L'état de l'envir. dans le monde est mauvais.....	25,0	68,2	6,8	100,0
Estime que les pouvoirs publics :				100,0
S'occupent des problèmes d'envir. et c'est efficace ...	26,2	55,1	18,7	100,0
S'occupent des problèmes d'envir. et ce n'est pas efficace	28,5	63,1	8,4	100,0
Ne s'occupent pas assez des problèmes d'envir.	25,7	67,8	6,4	100,0
Ne s'occupent pas du tout des problèmes d'envir.....	21,1	71,8	7,1	100,0
Estime que le progrès scientifique, d'ici 20 ans :				
Résoudra les problèmes d'environnement.....	30,2	61,8	8,0	100,0
Ne résoudra pas les problèmes d'environnement	23,0	69,4	7,6	100,0
Estime que :				100,0
L'information sur les déchets est crédible.....	34,5	58,0	7,5	100,0
L'information sur les déchets n'est pas crédible	19,8	72,2	8,0	100,0
Est prêt à acheter plus cher des produits verts				
disposant d'un label	25,7	69,1	5,2	100,0
N'est pas prêt à acheter plus cher des produits verts				
disposant d'un label	26,9	61,9	11,2	100,0
Est prêt à payer plus de taxes directement affectées à				
l'environnement	24,1	71,9	4,0	100,0
N'est pas prêt à payer plus de taxes directement				
affectées à l'environnement	27,2	63,0	9,8	100,0
Ensemble	26,3	65,9	7,8	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

1-2 L'information apparaît relativement compréhensible, sauf pour ceux qui ne la jugent pas scientifique

Mais même si le « message » apparaît compréhensible aux yeux d'une majorité de Français (53%), il reste des progrès à faire dans ce sens. En particulier, chez ceux qui critiquent déjà la quantité d'informations fournies, une majorité relative (49%) fait part de son incompréhension par rapport aux informations livrées (tableau 31). Ce phénomène est encore plus marqué chez les individus qui trouvent que l'information n'est pas scientifiquement fondée : 55 % d'entre eux ne la jugent pas compréhensible.

Tableau 31
Pensez-vous que l'information existant sur les « produits verts »
est compréhensible ?

	Ensemble de la population	(en %)	
		Dont, pense que l'information sur les produits verts est :	
		suffisante	insuffisante
Oui.....	53,1	80,2	46,4
Non	37,0	18,4	48,5
Ne sait pas	9,9	1,4	5,1
Total	100,0	100,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Notons que les hommes, plutôt jeunes, se montrent un peu plus sceptiques sur les explications fournies sur les qualités respectueuses de l'environnement des « produits verts ».

1-3 Une remise en cause et une méconnaissance des fondements scientifiques des éco-produits

Enfin, en ce qui concerne les fondements scientifiques de l'information circulant sur les « éco-produits », nos concitoyens font preuve d'une grande indécision : plus d'un quart d'entre eux (28%) avouent ne pas savoir si cette information repose réellement sur des fondements scientifiques valables et 40 % mettent en doute cette idée. Au total, seul un tiers de la population considère que l'information sur les produits verts repose sur des arguments écologiques scientifiquement fondés (tableau 32).

Les Français qui jugent l'information insuffisante sont d'ailleurs plus nombreux à mettre en cause les fondements scientifiques des arguments écologiques.

Tableau 32
Pensez-vous que l'information existant sur les « produits verts »
est scientifiquement fondée ?

	Ensemble de la population	(en %)			
		Dont, pense que l'information sur les produits verts est :		Dont, pense que l'information sur les produits verts est :	
		suffisante	insuffisante	compréhensible	incompréhensible
Oui.....	32,7	44,9	30,6	44,3	22,3
Non	39,8	32,0	47,1	32,0	59,5
Ne sait pas	27,5	23,1	22,3	23,7	18,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Les indécis : une population âgée, féminine, qui fait plus souvent part de son ignorance sur les questions environnementales

Les personnes qui ne savent pas dire si l'information concernant les produits verts est scientifiquement fondée sont plutôt âgées, retraitées. Il s'agit plus souvent de femmes. Ces individus semblent par ailleurs moins au courant de ce qui contribue à l'effet de serre, et de ce qui est efficace contre la dégradation de l'environnement.

Tableau 33
Quelques caractéristiques des individus
ne sachant pas si l'information sur les produits verts est scientifique
 (28 % de la population)

		(en %)
Caractéristiques socio-démographiques		
60 ans et plus	34,0	+ 9
Personne de plus de 50 ans, ne disposant d'aucun diplôme (ou du CEP seulement)	35,7	+ 8
Retraité	29,5	+ 7
Femme.....	59,3	+ 7
Femme vivant seule, inactive	19,0	+ 5
Autres caractéristiques		
Ne sait pas si l'info sur les produits verts est compréhensible..	29,7	+20
Ne sait pas si l'info sur les produits verts est suffisante	24,5	+17
Ne sait pas si les bombes aérosols contribuent à l'effet de serre	29,9	+11
Ne sait pas si les avions contribuent à l'effet de serre	34,7	+11
Ne sait pas si la voiture électrique est efficace contre la dégradation de l'environnement	25,6	+ 9
Ne sait pas si les voitures contribuent à l'effet de serre	26,4	+ 9

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : Chez les personnes qui ne savent pas si l'information sur les produits verts est scientifique, on trouve 59 % de femmes, soit 7 points de plus qu'en moyenne.

Une interrogation sur les fondements scientifiques des produits verts chez les jeunes hommes actifs

Les jeunes de 25 à 39 ans, les hommes sont ceux qui croient le plus que l'information sur les éco-produits n'est pas scientifiquement fondée. Ils expriment, par ailleurs, un plus grand pessimisme sur l'état de l'environnement dans le monde et croient moins aux seuls progrès de la science pour résoudre les problèmes d'environnement.

Tableau 34
Quelques caractéristiques des individus qui
ne trouvent pas l'information sur les produits verts scientifiquement fondée
 (40 % de la population)

	(en %)	
Caractéristiques socio-démographiques		
Est âgé de 25 à 39 ans	37,1	+ 6
Vit en couple, les deux membres étant actifs	31,0	+ 6
Homme de 25 à 39 ans	18,7	+ 4
Autres caractéristiques		
L'information sur les produits verts n'est pas compréhensible.....	55,3	+18
L'information sur les produits verts n'est pas suffisante	77,8	+12
Le progrès scientifique ne résoudra certainement pas, d'ici vingt ans, les problèmes d'environnement	21,8	+ 5
Considère que l'état de l'environnement dans le monde est « très mauvais »	23,2	+ 5

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : 37% de ceux qui ne croient pas que l'information sur les produits verts est scientifiquement fondée ont de 25 à 39 ans, soit 6 points de plus qu'en moyenne.

Finally, c'est bien une transparence maximale des informations sur les éco-produits que les industriels doivent viser s'ils veulent élargir le champ des consommateurs susceptibles d'acheter « vert ». Les Français réclament en effet, sur ce sujet, des explications claires et scientifiques et, tout simplement, davantage d'informations. Mieux on connaît un produit, plus on a confiance dans les qualités présumées de cette production et plus on est susceptible de l'acheter.

1-4 Un regroupement des réponses aux trois questions

Au total, force est de constater que la position la plus fréquemment adoptée par les Français en ce qui concerne l'information sur les produits verts est que celle-ci est à la fois **insuffisante, incompréhensible et pas fondée scientifiquement** : un cinquième de nos compatriotes pensent cela. Ce résultat ne fait que renforcer l'idée qu'il est nécessaire d'intensifier les campagnes d'informations concernant ces produits.

12% de la population estiment que les renseignements sont insuffisants, mais sont compréhensibles et scientifiques. 11% ne retiennent positivement que le fait que l'information est compréhensible, mais dénoncent son absence de fondements scientifiques et son insuffisance (tableau 35).

Enfin, 11 % des Français ont la vision la plus favorable sur l'information concernant les produits verts : il estiment qu'elle se comprend aisément, qu'elle repose sur des arguments scientifiques et qu'elle est suffisante telle qu'elle est. Il s'agit un peu plus souvent qu'en moyenne d'ouvriers et de personnes sans diplômes.

Tableau 35
Récapitulatif des combinaisons de réponses
à propos de l'information sur les produits verts. L'information est ...

	(en %)
• Insuffisante, incompréhensible et pas scientifique	19,8
• Insuffisante, compréhensible et scientifique	12,4
• Insuffisante, compréhensible et pas scientifique	10,8
• Suffisante, compréhensible et scientifique	10,7
• Insuffisante, compréhensible et ne sait pas si elle est scientifique	7,4
• Insuffisante, incompréhensible mais scientifique	7,1
• Suffisante, compréhensible mais pas scientifique	6,1
• Ne sait pas si elle est suffisante, compréhensible et scientifique.	5,8
• Total des autres combinaisons (inférieures à 5%)	19,9
Total	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

2. Le label vert est plutôt bien accueilli dans la population

Une certification officielle, assurant du meilleur respect de l'environnement de certains produits, pourrait conduire les Français à acheter ces biens de consommation de préférence à d'autres : 88 % l'affirment. Plus de la moitié de la population (56 %) se dit même prête à payer éventuellement un peu plus cher ces productions. Le « label vert » garantissant les qualités écologiques de certains produits pourrait donc déclencher un comportement d'achat plus engagé.

Mais, encore une fois, ces deux questions mesurent ici des intentions, et non des pratiques. Il faut donc rester prudent quant à l'interprétation de ces chiffres¹.

2-1 Un accord de principe massif pour l'achat de produits ayant un « label » environnemental

Près de neuf Français sur dix (88 % exactement) sont d'accord pour acheter en priorité certains produits disposant d'un label officiel garantissant qu'ils respectent mieux l'environnement. Cet accord de principe est tel que peu de caractéristiques distinctives se dégagent explicitement de cette population. Il est en revanche plus intéressant de savoir qui sont les réfractaires aux produits munis d'un « label vert ».

Tableau 36

Si certains produits disposaient d'une certification officielle (un label) assurant qu'ils respectent mieux l'environnement, seriez-vous prêt à les acheter de préférence à d'autres ?

	(en %)
Oui.....	88,3
Non.....	11,7
Total	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

¹ Le décalage « intentions-actions effectives » a en effet été observé à de nombreuses reprises quand on évoque les questions d'environnement. Voir en particulier « *La dégradation de l'environnement : des opinions aux actions* », déjà cité.

Les réfractaires aux produits disposant d'un « label vert »

Ces individus, qui ne présentent pas de caractéristiques socio-démographiques distinctives, si ce n'est qu'ils sont faiblement diplômés (65 % n'ont aucun diplôme ou seulement le CEP, contre 50 % en moyenne), se caractérisent, en revanche, par deux types d'attitudes :

- Ils déclarent, plus que les autres, n'avoir jamais, depuis un an, effectué d'actions concrètes dans le but de préserver l'environnement.
- Ils ne sont pas disposés à faire des sacrifices financiers pour participer à la lutte contre la dégradation de la nature.

Autrement dit, les réfractaires au label vert sont surtout des personnes peu motivées par le sujet. Ils en sont d'ailleurs assez mal informés : ils ignorent plus souvent qu'en moyenne ce qui contribue à provoquer l'effet de serre ; ils ne savent pas si la voiture électrique est un moyen de lutte efficace contre la dégradation de l'environnement.

Tableau 37

Quelques opinions sur-représentées chez les individus qui ne sont pas prêts
à acheter des produits disposant d'un label vert
(12 % de la population)

	(en %)	
Opinions majoritaires dans le groupe :		
N'a jamais, depuis un an, choisi des emballages respectueux de l'environnement.	72,9	+29
N'a jamais, depuis un an, acheté de produits biodégradables	56,1	+24
N'est pas prêt à payer plus cher des produits préservant l'environnement.	74,9	+18
N'a jamais, depuis un an, acheté de produits de l'agriculture biologique	86,6	+17
N'a jamais, depuis un an, acheté de papier recyclé	61,2	+17
N'est pas prêt à payer plus de taxes pour la défense de l'environnement.....	82,2	+16
Estime que l'information sur les produits verts n'est pas scientifiquement fondée	55,6	+16
N'est pas prêt à payer l'électricité plus cher pour permettre d'enterrer les lignes électriques	67,7	+14
N'est pas prêt à accepter moins de confort pour la protection de l'environnement.	74,8	+13
N'a jamais, depuis un an, trié ses vieux papiers et journaux	63,5	+13
Opinions non majoritaires, mais sur-représentées dans le groupe :		
N'est pas prêt à acheter des produits ayant moins d'emballages	28,7	+21
N'est pas prêt à trier ses ordures ménagères à domicile	36,8	+19
Ne sait pas si les bombes aérosols contribuent à l'effet de serre	35,3	+16
Ne sait pas si les voitures contribuent à l'effet de serre	32,9	+15
Ne sait pas si les avions contribuent à l'effet de serre	35,9	+13
Ne pense pas qu'il y a trop d'emballages sur les produits	26,5	+12
Ne sait pas si la voiture électrique est efficace contre la dégradation de l'environnement	28,1	+12
N'est « pas sensible » aux problèmes d'environnement.....	19,4	+11

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : 73 % de ceux qui ne sont pas prêts à acheter des produits disposant d'un label vert n'ont jamais choisi de produit pour son emballage respectueux de l'environnement, soit 29 points de plus que dans l'ensemble de la population.

2-2 Un engouement moindre, mais encore significatif, pour des produits « labélisés » plus chers que les autres

Si 88 % des Français sont prêts à acheter des produits « labélisés » de préférence à d'autres, 56 % sont disposés à payer « un peu plus cher » de tels produits.

On retrouve là, dans la comparaison de ces deux chiffres, le décalage déjà signalé entre intentions et actions effectives : dès qu'il est question de « mettre la main à la poche », les propositions trouvent un écho moindre dans la population. Il reste que 56 % des Français se disent prêts à l'achat de produits labélisés un peu plus coûteux : le pourcentage est important, même si le flou de la formulation (« éventuellement un peu plus cher ») a pu ici quelque peu gonfler les réponses positives (tableau 38).

On note que le pourcentage passe même à 62 % chez les Français se déclarant prêts à acheter des produits verts disposant d'un label.

Tableau 38

Si certains produits disposaient d'une certification officielle (un label) assurant qu'ils respectent mieux l'environnement, seriez-vous prêt à les payer éventuellement un peu plus cher ?

		(en %)
	Ensemble de la population	Dont : personnes se déclarant prêtes à acheter des produits verts disposant d'un label
Oui.....	56,0	61,8
Non.....	43,8	38,0
Ne sait pas.....	0,2	0,2
Total.....	100,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Les individus plus disposés qu'en moyenne à payer plus cher des produits ayant un « label environnement » présentent quelques caractéristiques socio-démographiques spécifiques, révélatrices d'un niveau de vie confortable. Il s'agit, en effet, plus souvent de personnes d'un milieu socio-culturel élevé (cadres, diplômés du supérieur), disposant de revenus importants. Ce type de constat est fréquent dès lors que l'on s'intéresse à des propositions mettant en jeu une contribution financière¹.

¹ Voir par exemple « *Les Français, la nature et l'environnement* », déjà cité. On observe le même phénomène pour les individus disposés à payer plus de taxes directement affectées à la défense de l'environnement.

Tableau 39
Pourcentage d'individus disposés à payer plus cher
des produits comportant le label vert
 - Catégories où le taux est le plus élevé -

	(en %)
Personne de 50 ans et plus, diplômée du bac ou du supérieur.....	70,5
Dispose, dans son foyer, d'un revenu mensuel supérieur à 15 000 F	66,5
Diplômé du bac ou du supérieur	63,3
Cadre supérieur, profession intermédiaire	61,3
Ensemble de la population	56,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Confirmation de cet « effet revenu » : les individus prêts à payer plus cher des produits labélisés adoptent systématiquement des attitudes plus favorables qu'en moyenne quand on les interroge sur leur acceptation de contributions financières ; ils sont ainsi davantage disposés à payer plus de taxes affectées à la défense de l'environnement, à payer plus cher une eau de meilleure qualité, à payer plus cher des produits meilleurs pour la santé,... Les écarts à la moyenne sont ici particulièrement nets (tableau 40).

Tableau 40
Payer plus cher des produits disposant du label vert, signe d'une
prédisposition à accepter des contributions financières pour préserver l'environnement

	(en %)		
	Etes-vous prêt à payer plus cher des produits verts disposant d'un label ?		
	Oui	Non	Total
Prêt à payer plus de taxes directement affectées à l'environnement	77,9	22,1	100,0
Pas prêt à payer plus de taxes directement affectées à l'environnement	45,0	54,7	100,0
Prêt à payer plus cher une eau de meilleure qualité.....	66,2	33,7	100,0
Pas prêt à payer plus cher une eau de meilleure qualité	51,4	48,4	100,0
Prêt à payer l'électricité plus cher pour pouvoir enterrer les lignes aériennes ...	69,4	30,6	100,0
Pas prêt à payer l'électricité plus cher pour pouvoir enterrer les lignes aériennes	44,5	55,3	100,0
Prêt à accepter un ralentissement économique pour protection environnement..	67,3	32,8	100,0
Pas prêt à accepter ralentissement économique pour protection environnement.	50,4	49,3	100,0
Prêt à accepter un niveau de vie plus faible pour protection environnement.....	73,3	26,7	100,0
Pas prêt à accepter un niveau de vie plus faible pour protection environnement.	49,6	50,2	100,0
Prêt à payer 10 % plus cher des produits préservant l'environnement.....	76,4	23,6	100,0
Pas prêt à payer 10 % plus cher des produits préservant l'environnement.	40,4	59,3	100,0
Prêt à payer 10 % plus cher des produits meilleurs pour la santé	64,6	35,3	100,0
Pas prêt à payer 10 % plus cher des produits meilleurs pour la santé.....	38,7	60,9	100,0
Ensemble	56,0	43,8	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : Parmi les Français prêts à payer plus de taxes affectées à l'environnement, 78 % sont prêts à payer plus cher des produits verts labélisés, contre 56 % en moyenne.

SECTION 5

Les actions individuelles pour la préservation de l'environnement

Sachant la difficulté qu'il existe aujourd'hui de mesurer avec précision, au niveau national, la participation réelle de la population à certaines actions précises relatives au domaine de l'environnement (tri des bouteilles en verre, des vieux papiers, etc), une série de questions a été insérée dans l'enquête pour mesurer, cette fois, non plus les intentions des Français, mais quelques-unes de leurs pratiques. Bien sûr, les réponses obtenues ne sont que des déclarations des enquêtés ; elles ne fournissent donc pas une mesure exacte de la réalisation effective de ces actions ; mais ce type d'informations donne néanmoins une bonne indication sur les ordres de grandeur de certaines pratiques actuelles touchant aux questions environnementales.

Trois de ces actions, limitées au tri des ordures ménagères, ont été retenues ici : le tri des bouteilles en verre, celui des journaux et vieux papiers, celui des pots de peinture. A chaque fois, c'est la fréquence de réalisation de ces actions, dans l'année passée, qui visait à être mesurée.

1. Le tri des bouteilles en verre

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 12 derniers mois. Il reste que 20 % ne l'ont jamais effectué (tableau 41).

Il est vrai que le développement du recyclage du verre a commencé vers le milieu des années 70 et que désormais toutes les communes de plus de 500 habitants (soit 22 000 communes) sont équipées de conteneurs à verre¹. Il est donc relativement aisé pour toute personne de trouver un conteneur à proximité de chez elle et d'aller y jeter ses bouteilles. Rappelons également que la collecte sélective du verre est associée, à Paris, à une grande cause humanitaire : la recherche contre le cancer. Ceci peut également expliquer la plus forte mobilisation des citoyens sur ce type de tri.

Tableau 41

Pour contribuer à préserver l'environnement, chacun peut agir individuellement.
Vous-même, au cours des 12 derniers mois, avez-vous régulièrement, rarement ou jamais, trié vos bouteilles en verre pour qu'elles soient recyclées ?

	(en %)
Régulièrement	67,7
Rarement	12,9
Jamais	19,4
Total	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Même si les deux tiers de la population déclarent trier régulièrement ses bouteilles en verre, quelques catégories d'individus expriment un plus fort engagement dans ce sens (tableaux 42 et 43). Ainsi, les personnes âgées sont manifestement plus mobilisées sur ce sujet : 78 % des retraités ont régulièrement, au cours des 12 derniers mois, trié leurs bouteilles en verre dans le but d'un recyclage. Ceci peut paraître un peu surprenant quand on sait que, pour ces personnes, cela demande probablement un plus grand effort. Cependant, elles disposent peut-être de plus de temps pour se déplacer aux conteneurs à verre, ou tout au moins, prennent davantage le temps de le faire. Enfin, leur civisme est-il peut-être plus aigu ? Par contre, les jeunes et les étudiants, en particulier, sont moins enclins au tri des bouteilles.

¹ Au total, en 1991, 46 000 conteneurs sont installés dans les 22 000 communes. En 1992, on estime le verre récupéré à un million de tonnes, soit deux fois plus qu'en 1984 (Source : *Verre Avenir*).

Tableau 42
Pourcentage d'individus triant régulièrement leurs bouteilles en verre
 - Catégories où le taux est le plus élevé -

	(en %)
Appartient à un couple d'inactifs	80,2
Retraité	77,5
A 65 ans ou plus	77,4
A plus de 40 ans et vit en province	77,1
Personne de 50 ans et plus, ne disposant d'aucun diplôme (ou seulement du CEP)	77,1
Ensemble de la population.....	67,7

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Tableau 43
Assiduité au tri des bouteilles en verre
 selon l'âge et la profession exercée

	(en %)			
	Régulier	Rare	Jamais	Total
Age				
Moins de 25 ans.....	55,0	18,3	26,7	100,0
25-39 ans.....	60,7	17,6	21,7	100,0
40-59 ans.....	72,9	10,0	17,1	100,0
60 ans et plus.....	76,4	7,9	15,7	100,0
Profession exercée				
Indépendants (1).	72,1	14,8	13,1	100,0
Cadre supérieur, profession intermédiaire	68,3	15,4	16,3	100,0
Employé.....	60,0	15,0	25,0	100,0
Ouvrier	64,1	15,1	20,8	100,0
Reste au foyer	69,4	9,4	21,2	100,0
Retraité	77,5	8,0	14,5	100,0
Autre inactif (étudiant).....	53,4	17,1	29,5	100,0
Ensemble	67,7	12,9	19,4	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise.

L'assiduité au tri des bouteilles en verre est très corrélée aux caractéristiques de l'habitat. En effet, les personnes qui vivent en province, en milieu rural ou dans un pavillon (souvent les trois conditions sont réunies) sont plus nombreuses à déclarer trier le verre¹, de même que celles qui sont propriétaires de leur logement. En revanche, les locataires, les citadins, les habitants de HLM-ILN déclarent plus souvent n'avoir jamais trié leurs bouteilles en verre depuis un an. Notons que les

¹ Le comportement plus favorable au tri chez les habitants de milieu rural a déjà été mis en évidence.
 Cf. « Collectes sélectives et comportements des ménages », déjà cité.

jeunes parisiens le font rarement¹ (56% ne l'ont jamais ou rarement fait dans les douze derniers mois).

Tableau 44

Assiduité au tri des bouteilles en verre selon les caractéristiques de l'habitat

(en %)

	Régulier	Rare	Jamais	Total
Habite dans un pavillon	74,2	9,9	15,9	100,0
Habite en HLM-ILN.....	53,0	17,8	29,2	100,0
Habite dans un autre type d'immeuble.....	58,7	19,1	22,2	100,0
Habite en ville-centre ville.....	60,0	16,0	24,0	100,0
Habite en périphérie-banlieue	60,5	15,0	24,5	100,0
Vit dans un village, bourg	77,4	9,4	13,2	100,0
Vit en habitat dispersé.....	84,4	7,2	8,4	100,0
Habite dans une agglo de moins de 2000 hab.	80,7	7,7	11,6	100,0
Habite dans une agglo de plus de 2000 hab..	65,9	12,5	21,6	100,0
Vit à Paris ou dans son agglomération.....	51,1	23,7	25,2	100,0
Est accédant de son logement	69,5	14,8	15,7	100,0
Est propriétaire de son logement	77,8	8,9	13,3	100,0
Est locataire ou logé gratuitement	56,3	16,7	27,0	100,0
Ensemble	67,7	12,9	19,4	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Les citoyens effectuant un tri régulier du verre se montrent d'ailleurs plus assidus à effectuer d'autres gestes contribuant à préserver l'environnement. D'une manière générale, ils sont davantage disposés à engager des actions ayant des répercussions positives sur l'environnement.

Tableau 45

Quelques opinions sur-représentées chez les individus
qui trient régulièrement leurs bouteilles en verre
(68% de la population)

(en %)

A régulièrement, depuis un an, trié ses vieux papiers et journaux.....	48,4	+ 12
A régulièrement, depuis un an, acheté des produits biodégradables.....	45,4	+ 5
A régulièrement, depuis un an, choisi des produits pour leur emballage respectueux de l'environnement.....	34,7	+ 5
A régulièrement, depuis un an, apporté ses pots de peinture dans une déchetterie	22,6	+ 5
A régulièrement, depuis un an, acheté du papier recyclé.....	34,1	+ 4
Est prêt à payer plus cher des produits verts disposant d'un label	60,0	+ 4

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : 48% des personnes qui ont régulièrement trié leurs bouteilles en verre au cours des douze derniers mois ont aussi régulièrement trié leurs vieux papiers, soit 12 points de plus qu'en moyenne.

¹ La moins bonne participation des personnes vivant en habitat collectif a également été repérée dans divers programmes de collectes sélectives recensés dans le rapport « *Collectes sélectives et comportements des ménages* », déjà cité.

2. Le tri des vieux papiers et journaux

La conservation des vieux papiers et journaux en vue d'un recyclage est moins fréquente que celle des bouteilles en verre : 36% de nos concitoyens s'y sont régulièrement pliés, mais une personne sur deux ne l'a jamais fait au cours des 12 derniers mois (tableau 46). Il est vrai que la collecte du papier des particuliers est moins développée que celle du verre¹. Certes, les poubelles bleues destinées à récupérer les vieux papiers et journaux commencent à se diffuser, mais le phénomène est récent². On estime que 44% des agglomérations de plus de 30 000 habitants assurent une collecte sélective pour le papier, contre 96% pour le verre.

Tableau 46

Pour contribuer à préserver l'environnement, chacun peut agir individuellement.
Vous-même, au cours des 12 derniers mois, avez-vous régulièrement, rarement ou jamais, gardé des vieux papiers et journaux pour qu'ils soient recyclés ?

	Ensemble de la population	(en %)		
		Dont, a trié ses bouteilles en verre :		
		Régulièrement	Rarement	Jamais
Régulièrement.....	36,4	48,4	15,4	8,5
Rarement.....	12,8	12,7	26,2	4,1
Jamais	50,8	38,9	58,4	87,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Parmi les personnes qui trient régulièrement leurs bouteilles en verre, près d'une sur deux a également conservé ses vieux papiers et journaux pour qu'ils fassent l'objet d'un recyclage. Au total, c'est donc un tiers de la population qui déclare avoir régulièrement trié, au cours de l'année écoulée, à la fois ses bouteilles en verre et ses vieux papiers et journaux.

Comme pour le verre, les personnes de plus de 50 ans, et en particulier les retraités, font preuve d'une plus grande assiduité au tri des vieux papiers. Mais un autre élément intervient : celui du niveau de vie. En effet, les personnes qui disposent de revenus élevés, qui sont propriétaires de leur logement, déclarent à près de 50% conserver leurs papiers et vieux journaux pour qu'ils soient recyclés. La proportion

¹ Ceci est un peu 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. Voir « *Les données de l'environnement* » n°9, IFEN, Novembre 1994.

² A Paris, par exemple, la collecte des vieux papiers et journaux ne se fait sur toute la ville que depuis juin 1993.

est également plus élevée chez les diplômés de l'enseignement supérieur (tableau 47). Peut-on rapprocher ce phénomène du fait que la lecture des journaux est plus étendue dans les milieux socio-culturels élevés ?

Tableau 47
Pourcentage d'individus triant régulièrement leurs vieux papiers et journaux
- Catégories où le taux est le plus élevé -

	(en %)
Personne de 50 ans et plus, disposant du bac ou d'un diplôme du supérieur...	55,3
A l'usage d'une résidence secondaire.....	48,6
Est propriétaire de son logement	46,4
Dispose, dans son foyer, de 15 000 F mensuels ou plus	45,1
50-64 ans.....	44,7
65 ans et plus	44,3
Retraité	42,8
Diplômé du bac ou du supérieur.....	41,1
Vit en pavillon	40,6
Ensemble de la population.....	36,4

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

D'ailleurs, les ouvriers, les personnes locataires de leur logement, celles qui vivent en HLM-ILN, les chômeurs et les individus disposant de faibles revenus indiquent plus fréquemment n'avoir jamais trié de vieux papiers et journaux dans l'année écoulée (tableau 48). Est-ce réellement par absence de désir de tri ou plutôt simplement par manque de « papier » à trier ?

Tableau 48
Pourcentage d'individus n'ayant jamais trié leurs vieux papiers et journaux,
au cours des douze derniers mois
- Catégories où le taux est le plus élevé -

	(en %)
Personnes de moins de 30 ans, ne disposant d'aucun diplôme...	79,0
Habite dans un HLM-ILN	64,9
Ouvrier.....	64,2
Chômeur	63,1
Locataire de son logement	62,2
25 à 34 ans	61,7
Dispose, dans son foyer, de moins de 6 000 F par mois.....	60,9
Ensemble de la population	50,8

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Il reste que les pratiquants les plus réguliers du tri des papiers-journaux se révèlent être également des pratiquants des autres actions contribuant à préserver l'environnement. A l'inverse, les irréductibles du tri du papier expriment une faible prédisposition à un « engagement environnemental ».

Tableau 49
Assiduité au tri des vieux papiers et journaux,
selon l'âge et la profession exercée

	(en %)			
	Régulier	Rare	Jamais	Total
Age				
Moins de 25 ans.....	25,0	15,9	59,1	100,0
25-39 ans.....	30,0	10,7	59,3	100,0
40-59 ans.....	42,0	12,2	45,8	100,0
60 ans et plus.....	43,3	14,4	42,3	100,0
Profession exercée				
Indépendants (1).....	40,1	9,5	50,4	100,0
Cadre supérieur, profession intermédiaire	39,3	17,0	43,7	100,0
Employé.....	33,0	10,3	56,7	100,0
Ouvrier.....	27,6	8,2	64,2	100,0
Reste au foyer.....	40,0	12,2	47,8	100,0
Retraité.....	42,8	14,5	42,7	100,0
Autre inactif (étudiant).....	26,3	17,2	56,5	100,0
Ensemble	36,4	12,8	50,8	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise.

Tableau 50
Assiduité au tri des vieux papiers et journaux,
selon les caractéristiques de l'habitat

	(en %)			
	Régulier	Rare	Jamais	Total
Habite dans un pavillon.....	40,6	12,3	47,1	100,0
Habite en HLM-ILN.....	23,4	11,7	64,9	100,0
Habite dans un autre type d'immeuble.....	34,7	16,4	48,9	100,0
Habite en ville-centre ville.....	36,0	12,1	52,9	100,0
Habite en périphérie-banlieue.....	32,6	12,5	54,9	100,0
Vit dans un village, bourg.....	39,2	14,5	46,3	100,0
Vit en habitat dispersé.....	41,3	9,4	49,3	100,0
Habite dans une agglo de moins de 2000 hab.	38,3	13,4	48,3	100,0
Habite dans une agglo de plus de 2000 hab..	36,0	11,4	52,6	100,0
Vit à Paris ou dans son agglomération.....	34,4	16,8	48,8	100,0
Est accédant de son logement.....	34,5	12,8	52,7	100,0
Est propriétaire de son logement.....	46,4	12,7	40,9	100,0
Est locataire ou logé gratuitement.....	26,4	12,8	60,7	100,0
Ensemble	36,4	12,8	50,8	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

3. L'élimination des vieux pots de peinture

Enfin, le déplacement sur des lieux spécifiques (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. Deux raisons expliquent la moindre mobilisation sur ce type d'action par rapport aux deux précédentes. Tout d'abord, une partie de la population n'est probablement pas concernée : tout le monde n'est pas susceptible d'avoir des pots de peinture à jeter. Ensuite, ce type d'action est nettement plus contraignant puisqu'il est question de se « déplacer » dans une déchetterie (pas forcément proche de chez soi), et non pas simplement d'effectuer un tri à son domicile. 18 % des Français l'ont cependant régulièrement pratiqué dans l'année écoulée. Le taux passe à 20 % chez ceux qui disposent d'une voiture.

Tableau 51

Pour contribuer à préserver l'environnement, chacun peut agir individuellement. Vous-même, au cours des 12 derniers mois, avez-vous régulièrement, rarement ou jamais, apporté des pots de peinture dans un lieu spécifique (déchetterie par exemple) ?

	Ensemble de la population	(en %) Dont, a trié ses bouteilles en verre :		
		Régulièrement	Rarement	Jamais
Régulièrement.....	17,8	22,6	11,5	5,4
Rarement.....	7,2	7,2	13,8	2,7
Jamais	75,0	70,2	74,7	91,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Même parmi les assidus du tri des bouteilles en verre, 70 % n'ont jamais apporté leurs pots de peinture dans des endroits prévus à cet effet.

Enfin, même dans les catégories pratiquant le plus régulièrement le dépôt des pots de peinture dans des lieux spécifiques, la régularité de ce geste ne dépasse jamais un taux de 25-28 % dans l'année.

Tableau 52
Assiduité au dépôt des pots de peinture dans les déchetteries,
selon l'âge et la profession exercée

	(en %)			
	Régulier	Rare	Jamais	Total
Age				
Moins de 25 ans.....	9,0	7,1	83,9	100,0
25-39 ans.....	14,5	8,3	77,2	100,0
40-59 ans.....	26,3	6,3	67,4	100,0
60 ans et plus.....	16,1	6,8	77,1	100,0
Profession exercée				
Indépendants (1).....	15,8	9,3	74,9	100,0
Cadre supérieur, profession intermédiaire	22,0	8,9	69,1	100,0
Employé.....	15,6	6,6	77,8	100,0
Ouvrier.....	17,8	6,3	75,9	100,0
Reste au foyer.....	18,9	8,8	72,4	100,0
Retraité.....	18,4	5,6	76,0	100,0
Autre inactif (étudiant).....	10,9	5,6	83,5	100,0
Ensemble	17,8	7,2	75,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

(1) Exploitant agricole, commerçant, artisan, chef d'entreprise.

Tableau 53
Assiduité au dépôt des pots de peinture dans les déchetteries,
selon les caractéristiques de l'habitat

	(en %)			
	Régulier	Rare	Jamais	Total
Habite dans un pavillon.....	22,7	7,1	70,2	100,0
Habite en HLM-ILN.....	8,2	7,7	84,1	100,0
Habite dans un autre type d'immeuble.....	9,4	6,4	84,2	100,0
Habite en ville-centre ville.....	13,6	6,8	79,6	100,0
Habite en périphérie-banlieue.....	21,1	5,3	73,6	100,0
Vit dans un village, bourg.....	20,2	9,3	70,5	100,0
Vit en habitat dispersé.....	19,6	4,3	76,1	100,0
Habite dans une agglo de moins de 2000 hab.	19,1	7,2	73,7	100,0
Habite dans une agglo de plus de 2000 hab..	18,7	6,3	75,0	100,0
Vit à Paris ou dans son agglomération.....	12,4	10,1	77,5	100,0
Est accédant de son logement.....	22,7	4,7	72,6	100,0
Est propriétaire de son logement.....	23,4	7,2	69,4	100,0
Est locataire ou logé gratuitement.....	10,6	7,8	81,6	100,0
A l'usage d'une ou plusieurs voitures.....	20,3	7,7	72,0	100,0
N'a pas l'usage d'une ou plusieurs voitures..	7,8	4,7	87,5	100,0
Ensemble	17,8	7,2	75,0	100,0

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

SECTION 6

Une synthèse des opinions et attitudes en matière de déchets et d'environnement

On l'a vu, les Français réclament davantage d'informations sur la question du traitement des déchets comme sur les produits verts. Ils sont, par ailleurs, souvent animés de bonnes intentions en ce qui concerne nombre d'actions visant à protéger la nature. Enfin, ils expriment une relative sensibilité à l'environnement et la lutte contre sa dégradation.

Ces différentes questions ont été successivement abordées dans les sections précédentes. Mais il était tentant d'essayer de synthétiser l'ensemble des opinions exprimées par les Français sur ce sujet, afin d'apprécier simultanément les différents liens existant entre les diverses opinions exprimées. Une analyse des correspondances multiples (ACM) a donc été réalisée afin de caractériser ce qu'on peut nommer « l'espace des opinions en matière d'environnement ». Cette analyse, complétée par une classification, permet d'élaborer une typologie de la population en cinq groupes différents, caractéristiques de positions très distinctes sur ces questions.

Pour ce faire, il nous a semblé intéressant de ne pas nous contenter d'utiliser les seules questions financées par l'ADEME, mais d'élargir l'analyse à un grand nombre de variables touchant à l'environnement. En effet, le questionnaire de l'enquête « *Conditions de vie et Aspirations des Français* » contenait, cette année, un certain nombre d'autres questions se rapportant aux mêmes thèmes. Par exemple, L'IFEN a posé, en complément des questions de l'ADEME, une série d'interrogations concernant quelques actions concrètes éventuellement effectuées au cours des douze derniers mois pour contribuer à préserver l'environnement (il s'agit d'autres types d'actions que le tri des déchets). Cet institut a également fait insérer des questions plus généralistes sur la sensibilité globale de la population à l'environnement et sur les actions des pouvoirs publics dans le domaine.

D'autre part, Electricité de France (EDF) insère, depuis déjà un certain nombre d'années, des questions relevant du même domaine dans l'enquête « *Conditions de vie*

et Aspirations ». Elles concernent, en particulier, l'appréciation portée par nos concitoyens sur l'état de l'environnement (de l'échelle régionale à l'échelle mondiale)¹ et les sacrifices que les Français sont prêts à consentir pour préserver et protéger l'environnement (moins de confort, niveau de vie plus faible, ralentissement économique, augmentation du chômage)².

Finalement, l'analyse réalisée ci-après tient donc compte de l'ensemble des questions de connaissances, de jugements et d'implication de nos concitoyens par rapport à l'environnement.

1. Une représentation synthétique des opinions des Français en matière d'environnement

L'analyse des correspondances multiples (ACM) est une analyse synthétique qui permet, en quelque sorte, d'effectuer un résumé des variables traitées. Pour le cas, il s'agit des opinions des Français sur les déchets, et de leurs connaissances, jugements et implications sur les questions environnementales. Ce type d'analyse prend en considération les liaisons qui existent entre les différentes variables et fait apparaître les principaux clivages séparant les divers groupes de population. On peut ainsi construire un « espace des opinions » qui permet de mettre en évidence les affinités existant entre les jugements exprimés par réponse à plusieurs questions différentes.

Plusieurs ACM successives ont été réalisées à partir de l'ensemble des questions de l'enquête touchant à l'environnement. Au départ, un grand nombre de variables ont été intégrées, puis, peu à peu, ont été éliminées celles qui n'apportaient pas de fortes contributions à l'analyse. Finalement, l'analyse présentée ci-après porte sur 24 variables : il s'agit de celles qui sont les plus structurantes en termes d'opinions sur l'environnement. La liste des questions concernées figure dans l'encadré de la page suivante.

¹ Cf. « *Attitudes et opinions des Français en matière d'énergie au début 1994* », CREDOC, Novembre 1994. Il apparaît, de façon générale, que les jugements des Français sont d'autant plus défavorables que la zone géographique de référence est vaste et éloignée de l'enquête : 16% des Français considèrent « mauvais » l'état de l'environnement dans leur région, 22% pensent cela pour la France, 28% pour la CEE et 62% pour l'état de l'environnement dans le monde

² Il est remarquable de constater, cette année, un net recul de l'acceptation par les Français des sacrifices en faveur de l'environnement.

Liste des variables actives de l'analyse

- Sensibilité aux problèmes d'environnement (très sensible/assez sensible/pas sensible) *
- Qualification de l'état de l'environnement en France (bon/moyen/mauvais) **
- Qualification de l'état de l'environnement dans le monde (bon/moyen/mauvais/très mauvais) **
- Opinion sur l'action des pouvoirs publics en matière d'environnement (action efficace/action pas efficace/pas assez d'action/pas du tout d'action) *
- Prêt à acheter des produits ayant moins d'emballages ? (oui/non)
- Prêt à trier ses ordures ménagères à domicile ? (oui/non)
- Estime qu'il y a trop d'emballages sur les produits ? (oui/non)
- L'information sur le traitement des déchets est-elle suffisante ? (oui/non)
- L'information sur le traitement des déchets est-elle crédible ? (oui/non)
- L'information sur les produits verts est-elle suffisante ? (oui/non)
- L'information sur les produits verts est-elle compréhensible ? (oui/non)
- L'information sur les produits verts est-elle scientifiquement fondée ? (oui/non)
- Prêt à acheter de préférence des produits disposant d'un « label environnement » ? (oui/non)
- Prêt à payer éventuellement un peu plus cher des produits disposant d'un « label environnement » ? (oui/non)
- A trié, depuis un an, ses bouteilles en verre ? (régulièrement/rarement/jamais)
- A gardé, depuis un an, ses vieux papiers et journaux ? (régulièrement/rarement/jamais)
- A apporté, depuis un an, ses pots de peinture dans un lieu spécifique (déchetterie) ? (régulièrement/rarement/jamais)
- A acheté, depuis un an, des produits de l'agriculture biologique ? (régulièrement/rarement/jamais) *
- A acheté, depuis un an, des produits biodégradables ? (régulièrement/rarement/jamais) *
- A choisi, depuis un an, des produits pour leur emballage respectueux de l'environnement ? (régulièrement/rarement/jamais) *
- A acheté, depuis un an, du papier recyclé ? (régulièrement/rarement/jamais) *
- Prêt à payer plus de taxes affectées directement à la défense de l'environnement ? (oui/non) *
- Prêt à accepter un ralentissement économique pour protéger l'environnement ? (oui/non) **
- Prêt à payer 10% plus cher des produits reconnus comme préservant l'environnement ? (oui/non) **

* Questions financées par l'Institut Français de l'Environnement (IFEN).

** Questions financées par Electricité de France (EDF).

1-1 L'espace des opinions sur l'environnement

L'analyse effectuée à partir des 24 variables met en évidence 2 axes¹, qui structurent l'espace des opinions sur les déchets et l'environnement (graphique 1).

Le premier axe (horizontal) mesure l'implication des enquêtés vis-à-vis des questions d'environnement. Il oppose, d'un côté, les individus très sensibles dans le domaine, qui s'investissent dans des actions concrètes pour la protection de la nature, et qui sont prêts à s'impliquer encore davantage, à ceux, d'un autre côté, qui sont peu sensibles à ce sujet, qui ne s'engagent pas dans des actions de défense de l'environnement et ne souhaitent pas le faire. Cet axe reflète donc le degré d'engagement personnel des Français dans la lutte contre la dégradation de l'environnement.

Le second axe (vertical) est un axe d'information et de jugement. Il oppose des individus qui se sentent bien informés sur la question du traitement des déchets et sur les « produits verts », qui ont une bonne opinion de l'état de l'environnement, à ceux qui sont mitigés quant à la validité des informations fournies et sont assez pessimistes sur l'état actuel de l'environnement (en France et dans le monde).

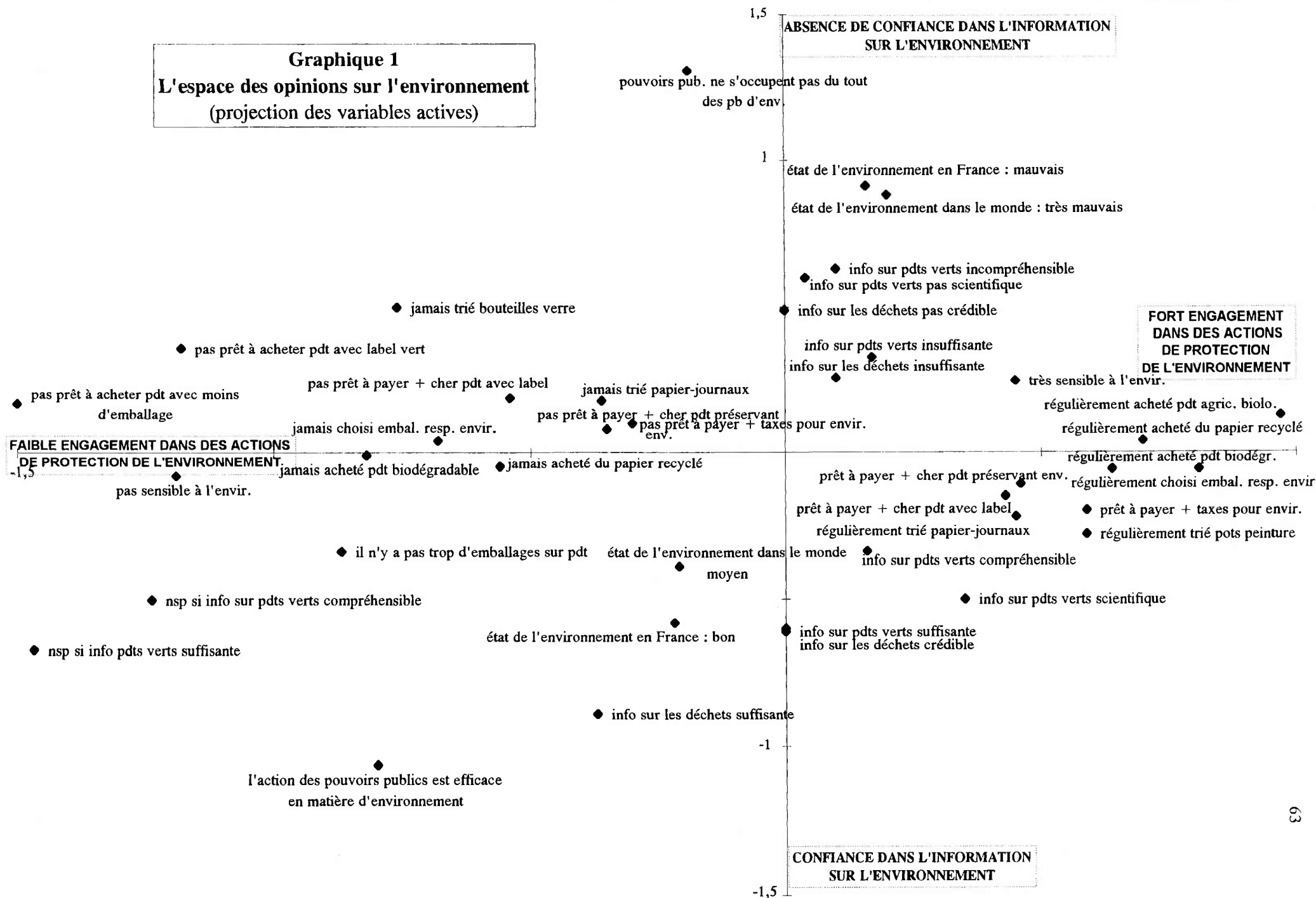
L'axe 1 : un axe d'implication en matière de protection de l'environnement

L'axe horizontal oppose donc à droite, les individus qui se sentent concernés par les problèmes d'environnement et qui s'impliquent dans des actions de protection de la nature, à ceux, à gauche, qui ne s'impliquent pas du tout dans ce type d'actions.

On trouve ainsi, à droite de l'axe, les personnes « très sensibles » à l'environnement, qui ont régulièrement, au cours des douze mois écoulés, acheté des produits de l'agriculture biologique, des produits biodégradables, du papier recyclé, ont choisi des produits pour leur emballage respectueux de l'environnement, ont trié leurs bouteilles en verre, gardé leurs vieux papiers et journaux pour qu'ils soient recyclés. Ils déclarent, de plus, être prêts à payer plus de taxes affectées directement à la défense de l'environnement, à payer éventuellement un peu plus cher des produits ayant un label assurant du respect de la nature.

¹ Le pourcentage d'inertie expliquée par les deux premiers axes s'élève à 15,2%.

Graphique 1
L'espace des opinions sur l'environnement
 (projection des variables actives)



Au contraire, à gauche de l'axe, figurent les individus peu ou pas sensibles aux questions environnementales. Ils n'ont jamais, au cours des 12 mois écoulés, trié leurs bouteilles en verre ou leurs vieux papiers et journaux. Ils n'ont pas choisi de produits pour leur emballage respectueux de l'environnement, ni acheté de papier recyclé ou de produits biodégradables. Ils ne sont, par ailleurs, pas prêts à trier leurs ordures ménagères pour limiter la quantité de déchets dans leurs poubelles, ni à acheter des produits moins emballés, ni encore des produits comportant le label vert.

La manière dont se projettent les réponses tout au long de l'axe reflète une certaine gradation entre les différentes actions mesurées. A l'extrême gauche, figurent les types d'actions le moins difficiles à réaliser, celles qui reçoivent un accord très large dans l'ensemble de la population. Ainsi, les individus qui ne se disent pas prêts à acheter des produits ayant moins d'emballages, ni de produit vert comportant une certification officielle et qui n'ont jamais, depuis un an, effectué le tri des bouteilles en verre sont les plus farouches opposants à l'engagement individuel en matière environnementale. A l'opposé, à l'extrême droite de l'axe, se trouvent les plus forts partisans de l'investissement individuel en faveur de l'environnement. En effet, ceux qui sont prêts à payer une « taxe environnementale », qui achètent régulièrement du papier recyclé et des produits de l'agriculture biologique sont les plus impliqués dans la lutte contre la dégradation de la nature.

L'axe 2 : un axe de perception de l'état de l'environnement et des informations fournies sur les déchets ou les produits verts

L'axe vertical opère un clivage entre les individus critiques sur les informations fournies sur les déchets ou sur les produits verts, qui ont le sentiment que l'état de l'environnement n'est pas bon, et ceux qui ont une perception très positive de l'information et de l'état de l'environnement.

En bas du graphique, figurent ainsi les individus qui expriment une confiance totale dans les renseignements sur l'environnement. Ils se sentent plutôt bien informés sur la question du traitement des déchets : ils estiment que cette information est suffisante et crédible. En ce qui concerne les produits verts, les individus de cette zone trouvent également que l'information est suffisante, compréhensible et scientifiquement fondée. Ils font un peu plus confiance, d'une manière générale, aux pouvoirs publics en matière d'environnement, puisqu'ils estiment que ces derniers s'occupent de ces problèmes avec efficacité. Ils portent par ailleurs un jugement positif sur l'état de l'environnement en France et dans le monde.

A l'opposé, en haut de l'axe, se projettent les individus qui critiquent les informations concernant les déchets et les produits verts (l'information sur ces produits n'est pas compréhensible, ni ne repose sur des bases scientifiques solides ; l'information sur le traitement des déchets n'est pas crédible). D'ailleurs, ces personnes déplorent, dans les deux cas, l'insuffisance des informations fournies. Elles sont, par ailleurs, très critiques sur l'action des pouvoirs publics dans le domaine de l'environnement, estimant que les autorités ne s'occupent « pas du tout » de ces problèmes. L'état de l'environnement en France et dans le monde est d'ailleurs considéré ici comme mauvais.

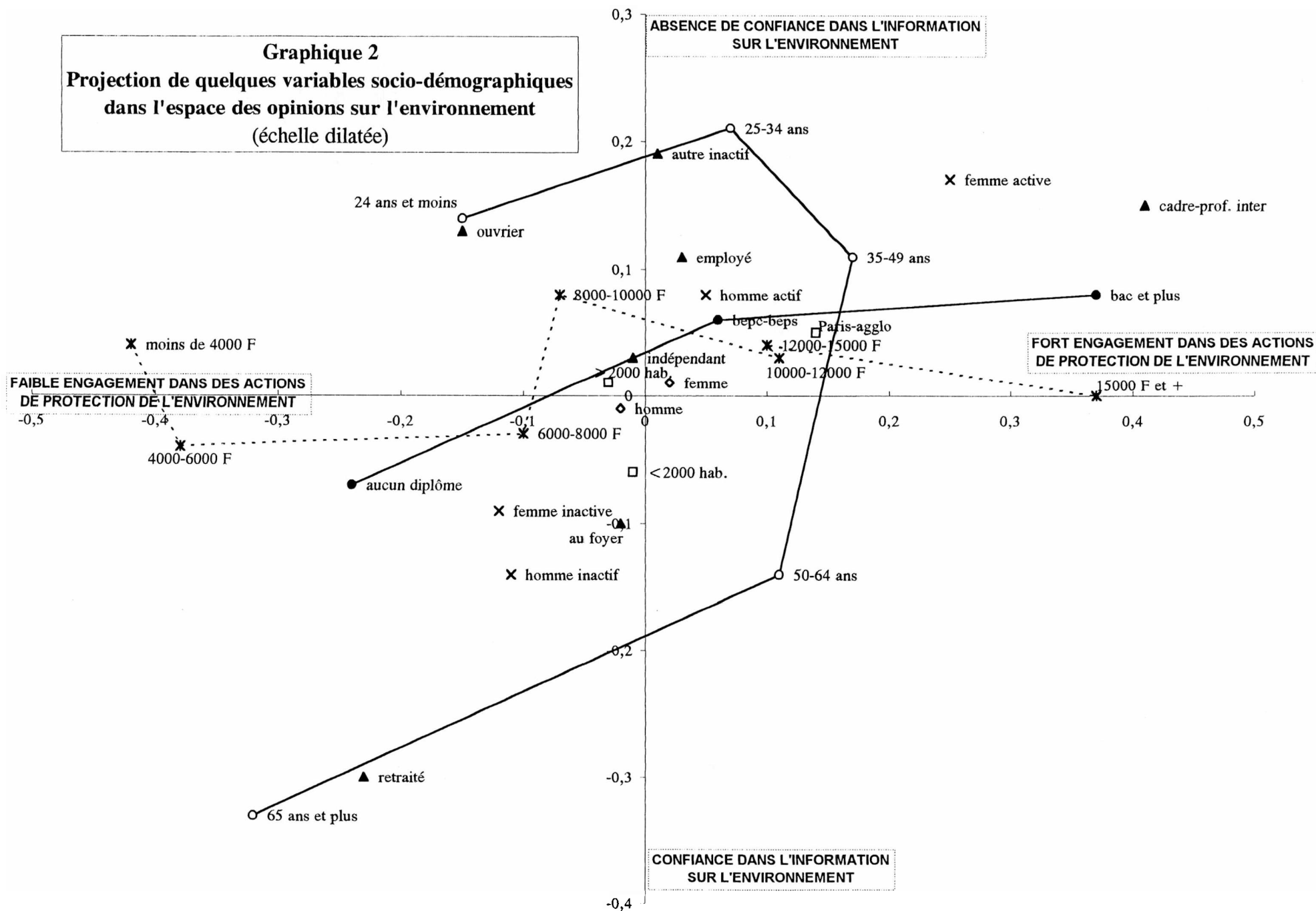
Cet axe reflète donc en quelque sorte la confiance de nos concitoyens envers l'information qu'ils reçoivent au sujet de l'environnement.

1-2 Projection des caractéristiques socio-démographiques dans l'espace des opinions sur l'environnement.

Dans le cadran inférieur gauche, qui correspond à la zone dans laquelle les individus se sentent plutôt bien informés, mais ne sont pas tellement disposés à s'impliquer pour les actions de protection de l'environnement, figurent les personnes âgées (65 ans et plus), les retraités, les personnes sans diplômes et celles qui ont des revenus relativement faibles (graphique 2).

A l'opposé, le cadran supérieur droit regroupe des individus davantage prêts à s'impliquer dans des actions de protection de l'environnement, mais qui mettent en cause la fiabilité des informations fournies sur les déchets et sur les produits verts. On y trouve davantage de cadres, d'employés, de personnes entre 25 et 50 ans, d'habitants de Paris et de son agglomération, de diplômés du supérieur, d'actifs et de personnes disposant de revenus élevés.

Les ouvriers et les enquêtés les plus jeunes (moins de 25 ans) figurent dans le cadran supérieur gauche. Ils expriment des critiques sur les informations et sont faiblement impliqués dans les actions de protection de l'environnement (en partie pour des raisons liées à leur niveau de vie).

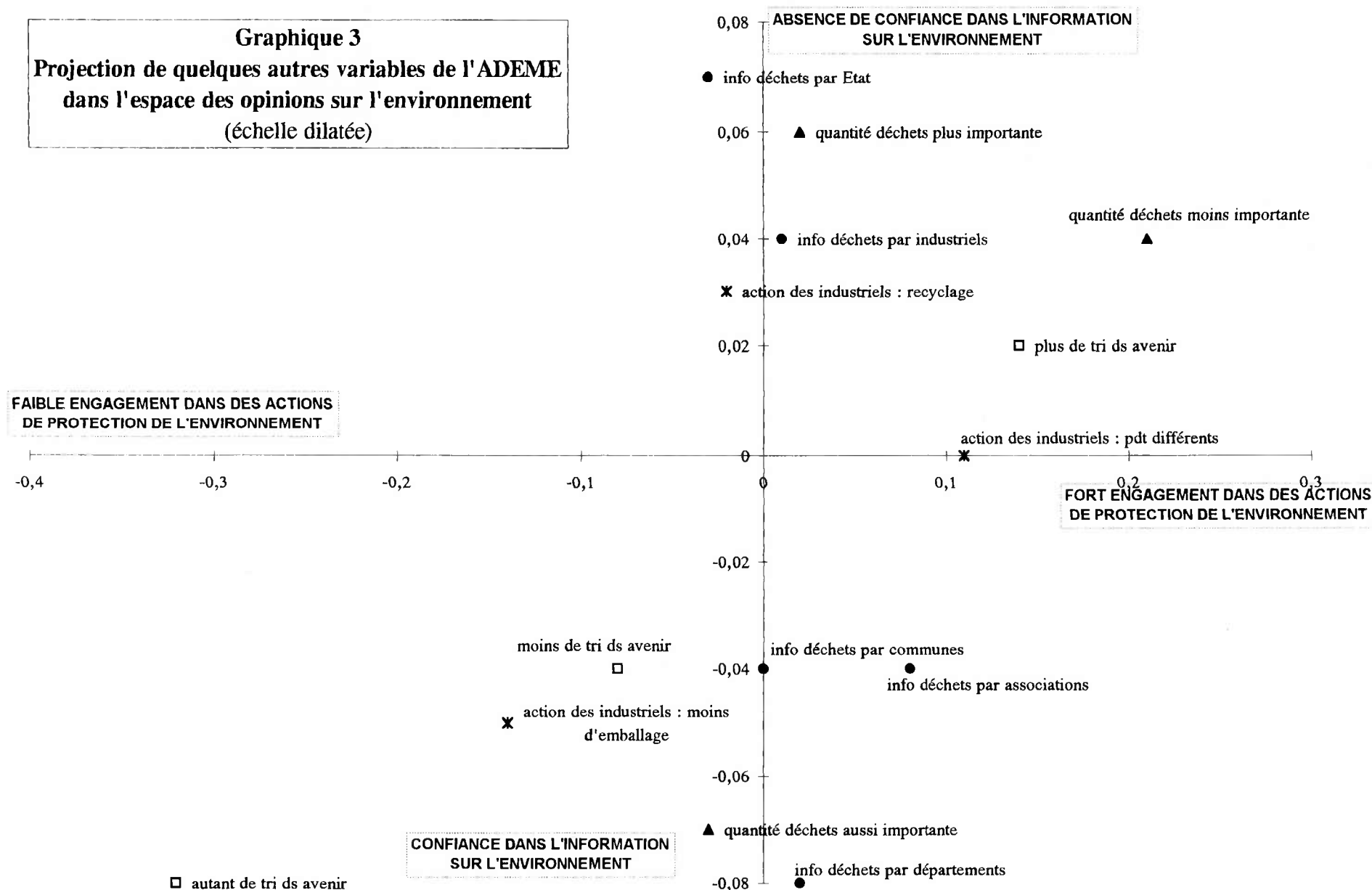


1-3 Projection des autres variables de l'ADEME dans l'espace des opinions sur l'environnement

Si on prend en compte les autres variables de l'ADEME qui n'étaient pas structurantes pour l'analyse globale et qu'on les projette, comme variables illustratives, dans l'espace des opinions sur l'environnement (graphique 3), on remarque qu'elles se projettent au centre du graphique (avec une très faible amplitude, en particulier sur l'axe vertical), ce qui confirme l'absence de contribution pour l'analyse.

On peut cependant remarquer que vers le haut du graphique, du côté où se trouvent les individus insatisfaits et critiques sur les informations traitant de l'environnement, se projettent ceux qui estiment que l'information doit avant tout provenir de l'Etat. On trouve aussi, dans cette zone, des personnes qui anticipent une quantité de déchets plus importante pour les années à venir. A l'opposé, vers le bas du graphique, du côté des personnes satisfaites et confiantes dans les informations fournies, se projettent des individus qui ne font pas de catastrophisme sur la quantité de déchets qu'il y aura dans 10 ans (elle sera aussi importante) et qui attendent une information en la matière provenant surtout des régions et des départements.

Graphique 3
Projection de quelques autres variables de l'ADEME
dans l'espace des opinions sur l'environnement
 (échelle dilatée)



2. Une classification en cinq groupes

A partir de l'analyse précédente, la population française a été scindée en cinq catégories, chacune d'elles regroupant des personnes ayant des opinions assez proches ou identiques en matière d'information et d'implication vis-à-vis de l'environnement. A chacun de ces groupes correspondent, en réalité, quelques caractéristiques socio-démographiques précises.

Les cinq groupes peuvent être projetés comme variables supplémentaires dans l'espace des opinions sur l'environnement. Cette projection figure au graphique 4 ci-après. Chacun de ces groupes peut être ainsi qualifié :

Classe 1 : Les individus impliqués dans des actions de protection de l'environnement, ayant confiance dans les informations fournies (26 % de la population).

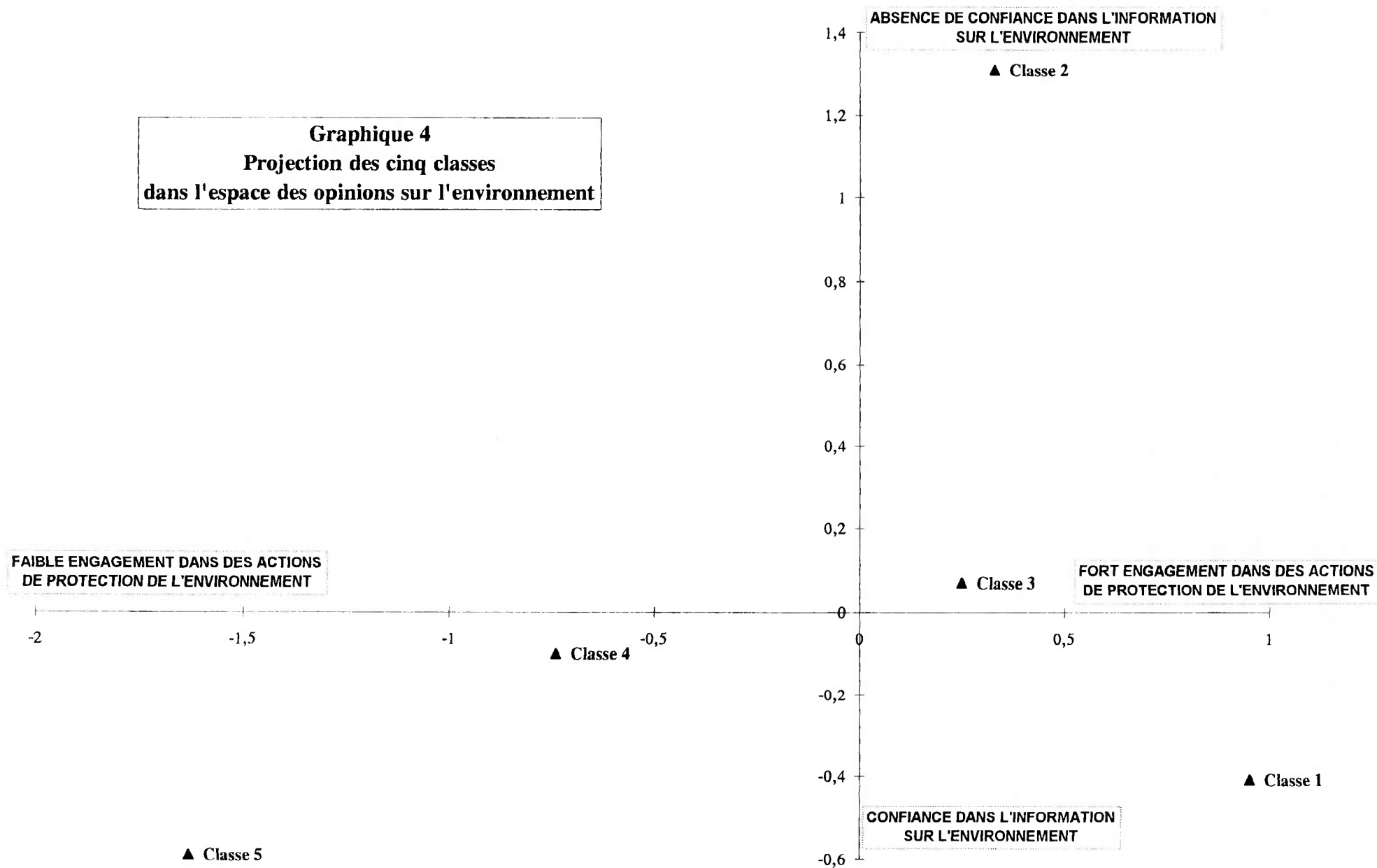
Classe 2 : les personnes sceptiques sur les informations et pessimistes sur l'état de l'environnement (13 % des Français).

Classe 3 : les personnes faiblement impliquées, mais pleines de bonnes intentions (24 %).

Classe 4 : les individus pas du tout concernés, ni engagés dans des actions de protection de l'environnement (29 %).

Classe 5 : les individus mal informés et peu impliqués (8 % de la population).

Graphique 4
Projection des cinq classes
dans l'espace des opinions sur l'environnement



Classe 1 : Les individus impliqués dans des actions de protection de l'environnement, ayant confiance dans les informations fournies

Cette classe représente un quart de la population. Elle regroupe des individus qui effectuent bien plus régulièrement que la moyenne des actions personnelles afin de protéger et préserver l'environnement et qui se disent disposés à faire d'autres gestes dans ce sens, même s'ils ont des implications financières. Ces enquêtés expriment une certaine confiance dans les informations diffusées au sujet du traitement des déchets et des produits verts. Une majorité d'entre eux reconnaissent d'ailleurs la crédibilité de ces informations.

Il s'agit là souvent d'individus qui jouissent d'un niveau de vie élevé (36% ont des revenus supérieurs à 15 000 Francs mensuels), appartenant assez fréquemment à un milieu socio-culturel privilégié (cadres, diplômés du supérieur).

Tableau 53

Principales caractéristiques distinctives des membres de la classe 1
(26 % de la population)

	(en %)	
	% de réponses dans la classe	% de réponses dans l'ensemble de la population
Opinions sur l'environnement		
• A régulièrement, depuis un an, choisi des produits pour leur emballage respectueux de l'environnement	79,4	29,7
• A régulièrement, depuis un an, acheté des produits biodégradables	84,3	40,2
• A régulièrement, depuis un an, acheté du papier recyclé	66,2	30,1
• A régulièrement, depuis un an, apporté ses pots de peinture dans un lieu spécifique ...	38,3	17,8
• A régulièrement, depuis un an, trié ses vieux papiers et journaux	57,8	36,4
• A régulièrement, depuis un an, trié ses bouteilles en verre.....	87,0	67,7
• A régulièrement, depuis un an, acheté des produits de l'agriculture biologique	23,4	9,7
• Prêt à payer plus cher des produits verts disposant d'un label	79,0	56,0
• Prêt à payer plus de taxes pour la défense de l'environnement.....	53,3	33,2
• Prêt à payer 10% plus cher des produits reconnus comme préservant l'environnement	60,3	43,2
• Prêt à trier ses ordures ménagères à domicile.....	93,9	81,8
• Prêt à acheter des produits ayant moins d'emballages	98,6	91,6
• Estime que l'information sur les produits verts est scientifique.....	48,4	32,7
• Estime que l'information sur les produits verts est compréhensible.....	67,5	53,1
• Estime que l'information sur les déchets est crédible.....	51,6	44,1
Caractéristiques socio-démographiques		
• Dispose, dans son foyer, d'un revenu mensuel supérieur à 15 000 F.....	35,6	24,0
• Possède le bac ou un diplôme de l'enseignement supérieur.....	39,6	29,1
• Femme	57,6	52,7
• Cadre (supérieur ou moyen)	23,6	17,8
• Est âgé de 35 à 49 ans	29,9	25,4

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : les personnes diplômées du bac ou du supérieur constituent 40% des membres de la classe 1, alors qu'elles ne représentent que 29% de la population au total.

Classe 2 : Les sceptiques sur les informations fournies, qui portent un jugement pessimiste sur l'état actuel de l'environnement

Ce groupe représente 13 % de la population. Il s'agit d'individus « très sensibles » aux problèmes environnementaux : ils sont très inquiets de l'état de l'environnement, aussi bien à l'échelle nationale que mondiale. Ils n'ont pas confiance dans les informations livrées sur les déchets et sur les produits verts : non seulement, ils les trouvent insuffisantes, mais de plus, ils critiquent leur crédibilité et leur clarté. Il n'est pas surprenant, dans ces conditions, de constater qu'ils jugent quasiment inexistante l'action des pouvoirs publics en la matière. Mais cette critique ne se limite pas là : ces individus attendent souvent des changements radicaux de la société et trouvent que la justice fonctionne mal.

On trouve dans ce groupe une sur-représentation des jeunes (25-34 ans) et des ouvriers.

Tableau 54
Principales caractéristiques distinctives des membres de la classe 2
(13 % de la population)

	(en %)	
	% de réponses dans la classe	% de réponses dans l'ensemble de la population
Opinions sur l'environnement		
• Estime que l'état de l'environnement dans le monde est très mauvais.....	77,8	18,2
• Estime que l'état de l'environnement en France est mauvais ou très mauvais.....	74,1	17,5
• Estime que l'information sur les produits verts n'est pas scientifique.....	63,5	39,8
• Estime que l'information sur les déchets n'est pas crédible.....	77,0	55,0
• Estime que l'information sur les produits verts n'est pas compréhensible.....	53,6	37,0
• Estime que l'information sur les déchets n'est pas suffisante.....	90,5	77,7
• Estime que l'information sur les produits verts n'est pas suffisante.....	77,9	65,8
• Estime que les pouvoirs publics ne s'occupent pas du tout des problèmes d'environnement.....	30,1	6,6
• Est « très sensible » aux problèmes d'environnement.....	60,6	35,5
Autres opinions		
• Estime que son niveau de vie personnel depuis dix ans va beaucoup moins bien.....	34,2	17,2
• Estime que ses conditions de vie vont se détériorer dans les cinq ans à venir.....	48,7	33,9
• S'impose régulièrement des restrictions.....	76,6	62,4
• Trouve que la justice fonctionne très mal.....	38,6	23,5
• Souhaite des réformes radicales pour changer la société.....	49,8	32,2
Caractéristiques socio-démographiques		
• Ouvrier.....	25,4	16,3
• Est âgé de 25 à 34 ans.....	32,7	22,2

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : les jeunes de 25 à 34 ans constituent un tiers des membres de la classe 2, alors qu'ils représentent 22 % de l'ensemble de la population.

Classe 3 : Les personnes faiblement impliquées, mais pleines de bonnes intentions

Dans cette classe, regroupant environ un quart de la population, les actions que l'on effectue pour protéger l'environnement le sont de manière assez épisodique : les individus de ce groupe ont « rarement », au cours des douze derniers mois, acheté des produits biodégradables, des produits de l'agriculture biologique, du papier recyclé ou choisi des biens dont l'emballage est respectueux de l'environnement. En revanche, ils se disent très largement prêts à trier leurs ordures ménagères, à acheter des produits moins « emballés », et à acquérir des productions disposant d'un label vert. Leurs bonnes intentions ne les empêchent pas de dénoncer plus vivement la carence des informations sur les déchets et sur les produits verts. On peut, de fait, supposer que c'est surtout dans ce groupe qu'une amélioration de l'information pourrait contribuer à faire changer les comportements en matière de déchets ou de pratiques quotidiennes dégradant moins la nature.

Comme les membres de la classe 1, il s'agit ici d'individus un peu plus souvent issus d'un milieu socio-culturel favorisé.

Tableau 55

Principales caractéristiques distinctives des membres de la classe 3
(24% de la population)

	(en %)	
	% de réponses dans la classe	% de réponses dans l'ensemble de la population
Opinions sur l'environnement		
• A rarement, depuis un an, choisi des produits pour leur emballage respectueux de l'environnement	73,3	26,9
• A rarement, depuis un an, acheté des produits biodégradables	62,9	27,4
• A rarement, depuis un an, acheté du papier recyclé	54,7	25,8
• A rarement, depuis un an, acheté des produits de l'agriculture biologique	40,3	21,1
• A rarement, depuis un an, trié ses vieux papiers et journaux	24,8	12,9
• Estime que les pouvoirs publics ne s'occupent pas assez des problèmes de protection de l'environnement	67,0	57,8
• Prêt à acheter des produits verts disposant d'un label	95,4	88,3
• Prêt à trier ses ordures ménagères à domicile	87,6	81,8
• Prêt à acheter des produits ayant moins d'emballages	95,2	91,6
• L'information sur les produits verts est insuffisante	76,6	65,8
• L'information sur les déchets est insuffisante	83,4	77,7
• « Assez sensible » aux problèmes d'environnement	62,1	55,8
Caractéristiques socio-démographiques		
• Cadre (supérieur ou moyen)	22,3	17,8
• Homme actif	32,6	28,1
• Dispose, dans son foyer, d'un revenu mensuel de 12 000 à 15 000 F	16,5	13,1
• Diplômé du bac ou de l'enseignement supérieur	35,3	29,1

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : Les personnes diplômées du bac ou du supérieur constituent 35% des membres de la classe 3, alors qu'elles constituent, au total, 29% de la population.

Classe 4 : Les individus pas du tout concernés, ni engagés dans des actions de protection de l'environnement

Cette classe est la plus importante en nombre : elle regroupe 29 % de la population. Elle rassemble les fervents opposants à la participation individuelle aux actions de protection de l'environnement : ceux-ci déclarent n'avoir jamais effectué d'actions concrètes dans ce sens depuis un an. Ils sont également assez farouchement opposés à engager des actions de ce type, surtout si elles nécessitent une implication financière directe telle que payer 10 % plus cher des produits préservant l'environnement, ou acquitter une « taxe environnementale ».

On trouve ici plus de non diplômés qu'en moyenne (+ 11 points).

Tableau 56
Principales caractéristiques distinctives des membres de la classe 4
(29 % de la population)

	(en %)	
	% de réponses dans la classe	% de réponses dans l'ensemble de la population
Opinions sur l'environnement		
• N'a jamais, depuis un an, choisi des produits pour leur emballage respectueux de l'environnement	88,4	43,5
• N'a jamais, depuis un an, acheté des produits biodégradables	70,0	32,5
• N'a jamais, depuis un an, acheté du papier recyclé	77,1	44,1
• N'a jamais, depuis un an, acheté des produits de l'agriculture biologique	90,0	69,2
• N'a jamais, depuis un an, trié ses vieux papiers et journaux	73,0	50,8
• N'a jamais, depuis un an, trié ses bouteilles en verre	31,4	19,4
• N'a jamais, depuis un an, apporté ses pots de peinture dans un lieu spécifique	86,1	75,0
• N'est pas prêt à payer plus cher des produits verts disposant d'un label	58,3	43,8
• N'est pas prêt à payer plus de taxes pour la défense de l'environnement	75,2	66,0
• N'est pas prêt à payer 10 % plus cher des produits reconnus comme préservant l'environnement	69,8	56,6
• N'est pas prêt à trier ses ordures ménagères à domicile	28,7	17,8
• N'est pas prêt à acheter des produits ayant moins d'emballages	14,9	8,1
Caractéristiques socio-démographiques		
• Ouvrier	20,2	16,3
• Ne dispose d'aucun diplôme (ou du CEP seulement)	61,2	50,4

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : les personnes non diplômées forment 61 % de la classe, alors qu'elles ne représentent que 50 % de l'ensemble de la population.

Classe 5 : Les individus mal informés et peu impliqués

Cette dernière classe est la plus petite en nombre puisqu'elle représente 8% de la population. Les individus qui la composent se caractérisent par trois types d'attitudes très marquées :

- * Une quasi-ignorance des informations circulant au sujet des « produits verts ».
- * L'absence de réalisation, dans l'année écoulée, d'une quelconque action individuelle effectuée dans le but de protéger l'environnement
- * Une absence de volonté d'engagement dans des actions susceptibles de contribuer à la préservation de la nature.

Tableau 57
Principales caractéristiques distinctives des membres de la classe 5
 (8% de la population)

	(en %)	
	% de réponses dans la classe	% de réponses dans l'ensemble de la population
Opinions sur l'environnement		
• Ne sait pas si l'information sur les produits verts est compréhensible	92,3	9,9
• Ne sait pas si l'information sur les produits verts est suffisante	82,5	7,8
• Ne sait pas si l'information sur les produits verts est scientifique.....	92,6	27,5
• N'a jamais, depuis un an, choisi des produits pour leur emballage respectueux de l'environnement	74,9	43,5
• N'a jamais, depuis un an, acheté des produits biodégradables	66,5	32,5
• N'a jamais, depuis un an, acheté du papier recyclé.....	72,3	44,1
• N'a jamais, depuis un an, acheté des produits de l'agriculture biologique.....	85,2	69,2
• N'a jamais, depuis un an, apporté ses pots de peinture dans un lieu spécifique	86,4	75,0
• N'est pas prêt à payer plus cher pour des produits verts disposant d'un label	65,4	43,8
• N'est pas prêt à payer plus de taxes pour la défense de l'environnement.....	86,6	66,0
• N'est pas prêt à payer 10% plus cher des produits reconnus comme préservant l'environnement	72,9	56,6
• N'est pas prêt à trier ses ordures ménagères à domicile.....	31,4	17,8
• N'est pas prêt à accepter un ralentissement économique pour protéger l'environnement	79,4	66,0
• N'est pas prêt à acheter des produits ayant moins d'emballages	25,5	8,1
Autres opinions		
• N'a pas d'opinion sur ses conditions de vie dans les cinq ans à venir	18,5	5,0
• Estime que la famille est le seul endroit où on se sent bien et détendu	83,0	67,1
Caractéristiques socio-démographiques		
• Est âgé de 65 ans et plus	42,2	18,7
• Retraité.....	46,3	22,7
• Ne dispose d'aucun diplôme (ou du CEP seulement).....	73,6	50,4
• Femme inactive.....	47,6	33,0
• Dispose, dans son foyer, d'un revenu mensuel inférieur à 6 000 F	37,7	29,1

Source : CREDOC, Enquête Conditions de vie et Aspirations des Français, début 1995.

Exemple de lecture : les personnes de plus de 65 ans représentent 42% des membres de la classe 5, alors qu'elles ne constituent que 19% de l'ensemble de la population.

On trouve dans ce groupe plus de retraités qu'en moyenne, donc plus de personnes âgées de 65 ans et plus. Y sont également sur-représentés : les non-diplômés, les femmes inactives et les personnes disposant de faibles revenus. Enfin, ces individus sont plus souvent sans opinion à propos de leurs conditions de vie.

CONCLUSION

Cette étude constitue une sorte de photographie de l'opinion des Français, au début de 1995, sur la question des déchets ménagers et sur les moyens permettant de mieux maîtriser la quantité des ordures ménagères (tri à la source, achat d'éco-produits). Trois enseignements principaux s'en dégagent :

- Il existe, chez les Français, **une forte attente d'informations**, tant sur la question des déchets que sur les produits verts. Nos concitoyens estiment, en effet, à 78 % que l'information donnée sur le traitement des déchets est insuffisante. Il en va de même (à 66 %) pour celle fournie sur les produits verts. De plus, un nombre important de Français mettent en cause la qualité et la validité des informations fournies. Ainsi, une majorité (55 %) estime que l'information sur le traitement des déchets n'est pas crédible. Parallèlement, même si 53 % de la population trouvent les renseignements sur les produits verts compréhensibles, 40 % ne croient pas qu'ils reposent sur des fondements scientifiques valables, et 28 % avouent n'en rien savoir. Les jeunes hommes sont les plus critiques, tandis que les personnes âgées sont les plus ignorantes sur ce sujet.

Au total, les Français sont en attente d'une plus grande transparence des industriels, pour ce qui est des produits verts, et des pouvoirs publics - d'abord des collectivités locales (communes, départements), ensuite de l'Etat - pour ce qui concerne la gestion et le traitement des déchets. Mettre en confiance les citoyens-consommateurs sur ces sujets passe donc d'abord par davantage d'informations et plus d'explications claires et scientifiques. De ce point de vue, la certification officielle, par une « labelisation », des produits plus respectueux de l'environnement pourrait commencer à répondre à cette attente, en même temps qu'elle pourrait être un bon moyen pour attirer une clientèle vers ce type de produits, même avec un coût supplémentaire. La population semble y être prête.

- Les Français affichent beaucoup de bonnes intentions qui permettraient de mieux maîtriser le problème des déchets. Il est vrai qu'ils ont conscience que la quantité de détritrus dans leurs poubelles risque d'augmenter dans les années à venir. Ils savent aussi qu'ils vont être amenés à opérer davantage de tris dans leurs ordures ménagères. De fait, ils se disent prêts (à 80 %) à trier leurs déchets à

domicile, à acheter des produits comportant moins d'emballages. Les partisans de ces actions font preuve d'une plus grande sensibilité globale à l'environnement : ils déclarent, par exemple, un peu plus qu'en moyenne, déjà effectuer des actions visant à préserver l'environnement. Il s'agit, par ailleurs, plutôt de personnes d'un milieu socio-culturel élevé. En revanche, les réfractaires au tri des ordures ménagères, à l'achat de biens « moins emballés » (ou à l'acquisition de produits comportant le label vert) semblent peu motivés par les actions de défense de l'environnement : ils sont moins disposés à apporter une contribution financière pour des actions de défense de la nature ; ils sont plus nombreux à n'avoir jamais effectué, depuis douze mois, d'actions dans ce sens. Mais il est vrai que ceux-ci disposent en général d'un niveau de vie moins élevé qu'en moyenne. Et ceci peut, en partie, expliquer cette réticence à mettre « la main à la poche ».

- **Enfin, les actions réalisées concrètement en termes de tri des déchets révèlent des taux de participation très inégaux.** Le tri des bouteilles en verre semble être bien entré dans les moeurs : les deux tiers des Français (68%) déclarent l'avoir fait régulièrement au cours des douze derniers mois. Le mouvement est moins net en ce qui concerne les vieux papiers et journaux : seul un peu plus d'un tiers de la population (36%) se déclare assidu de ce type de tri. Quant aux vieux pots de peinture, les trois quarts de la population ne se sont pas, dans l'année, déplacés dans des lieux spécifiques pour s'en débarrasser. Bien sûr, il est peu probable que tout le monde soit susceptible d'avoir des vieux pots de peinture à jeter. Mais, en tout état de cause, ces quelques éléments donnent une idée du taux de participation actuel à ces diverses actions. Il sera intéressant de suivre l'évolution de ces différents taux dans les années à venir.

A N N E X E S

**Rappel de quelques résultats obtenus antérieurement
dans l'enquête « Conditions de Vie et Aspirations des Français »**

Annexe 1

Rappel de questions posées antérieurement sur l'acceptation du tri des déchets

(en %)

	Début 1991	
	Oui	Non
Etes-vous prêt à utiliser plusieurs poubelles pour séparer les divers types de déchets ?.....	84,2	15,6

(en %)

	Début 1993	
	Oui	Non
Etes-vous prêt à trier vos ordures ménagères (verre, emballages, papier).....	84,7	14,8

(en %)

	Début 1994	
	Oui	Non
Pour lutter contre la dégradation de l'environnement, seriez-vous prêt, vous personnellement, à apporter vos déchets triés dans des lieux où ils peuvent être recyclés ?....	92,9	7,0

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

Annexe 2

Rappel de questions posées au début 1991 sur les « produits verts »

**Certains industriels mettent en avant dans leur publicité les caractéristiques de préservation de l'environnement de leurs produits (produits verts, biodégradables, etc ...).
En tenez-vous compte lors de vos achats ?**

	Début 1991
Oui.....	49,2
Non.....	50,8
Total	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français »

Pourquoi n'en tenez-vous pas compte ?

(Question posée aux 51% de Français
ayant répondu négativement à la question précédente)

	Début 1991
• Parce que ce n'est pas, pour vous, un critère de choix important....	9,9
• Parce que vous doutez de l'exactitude des informations	44,0
• Parce que ce n'est pas cela qui règlera les problèmes de dégradation de l'environnement	16,9
• Parce que ces produits sont plus chers	16,5
• Autre.....	11,0
• Ne sait pas.....	1,7
Total.....	100,0

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français »

