

La sensibilité des Français à la prévention des déchets



Enquête Ifop pour ADEME

Contacts Ifop :
Adeline Merceron / Marion Chasles-Parot
Département Opinion et Stratégies d'Entreprise
01 45 84 14 44
prenom.nom@ifop.com

Octobre 2015

1 | La méthodologie

Etude réalisée par l'Ifop pour l'ADEME

Echantillon	Méthodologie	Mode de recueil
 L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 1001 personnes, représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.	 La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé) après stratification par région et catégorie d'agglomération.	 Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne du 22 septembre au 2 octobre 2015.

Remarque 1 : Attention, les résultats présentés ici ne tiennent pas compte de l'ordre du questionnaire



Remarque 2 : Les éditions précédentes ont été réalisées par téléphone sur la base d'un échantillon représentatif de 1000 personnes âgées de 15 ans et plus. La représentativité a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

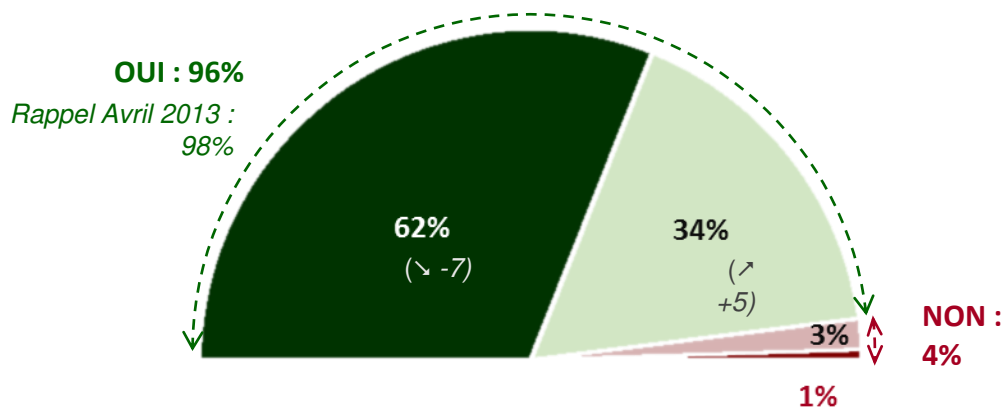
Remarque 3 : La variable « niveau de vie » correspond au revenu disponible du ménage divisé par le nombre d'unités de consommation (ou « UC », qui dépend du nombre d'adultes et d'enfants composant le foyer). Il est ici calculé selon la méthode utilisée par l'Insee et l'OCDE.

2 | Les résultats de l'étude

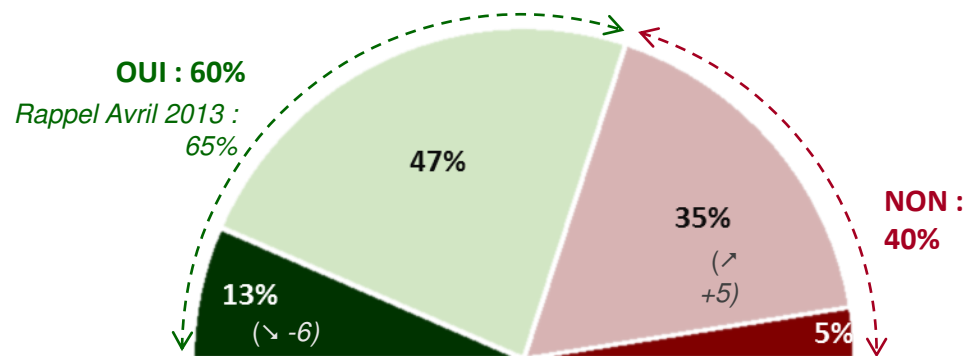
A I La sensibilisation à la prévention des déchets

Le jugement sur la quantité de déchets produite

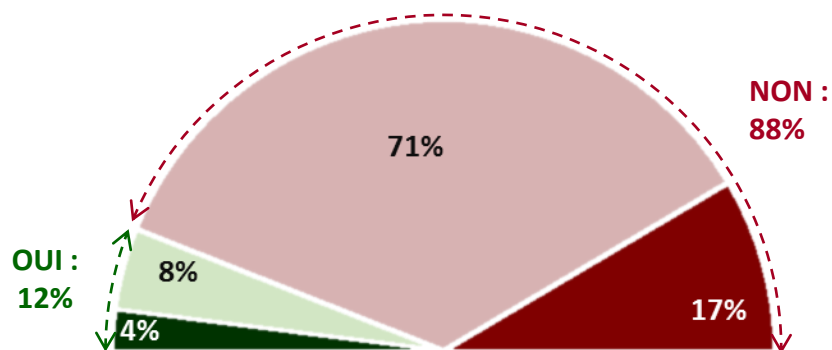
Question : Diriez-vous qu'aujourd'hui **LA SOCIÉTÉ** dans son ensemble produit trop de déchets ?



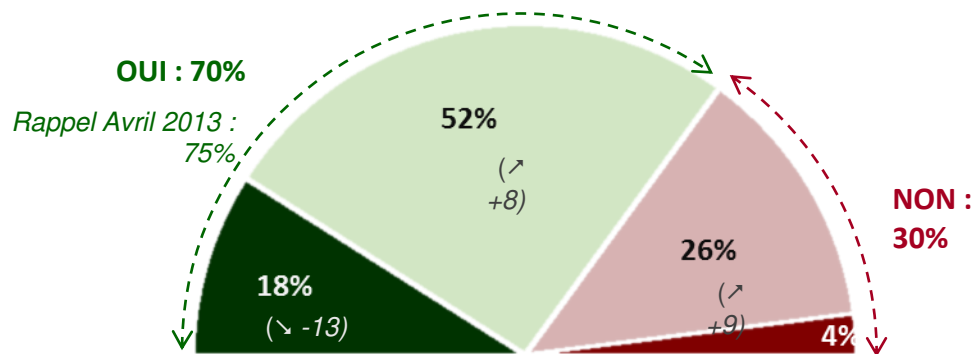
Question : Et vous personnellement, au niveau de **VOTRE FOYER** considérez-vous ... **que vous produisez trop de déchets** ?



Question : Et vous personnellement, au niveau de **VOTRE FOYER** considérez-vous ... **vous produisez plus de déchets que la moyenne des Français** ?



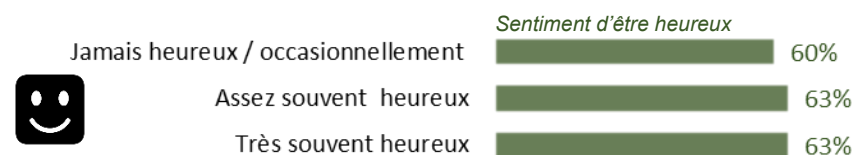
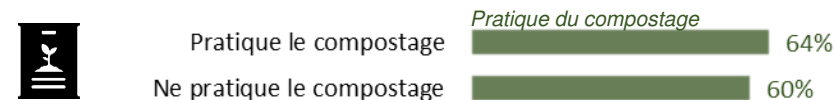
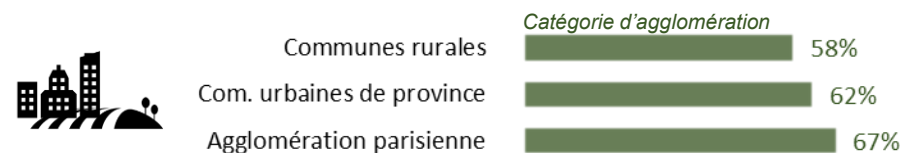
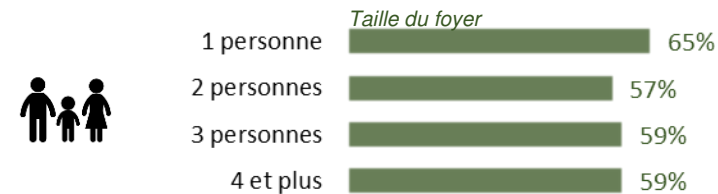
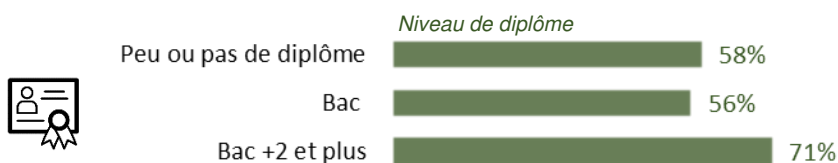
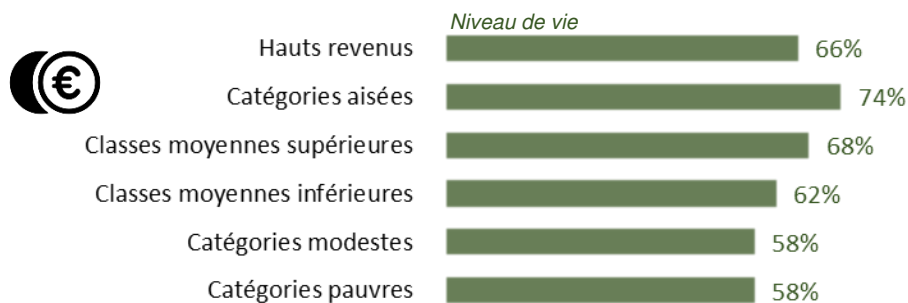
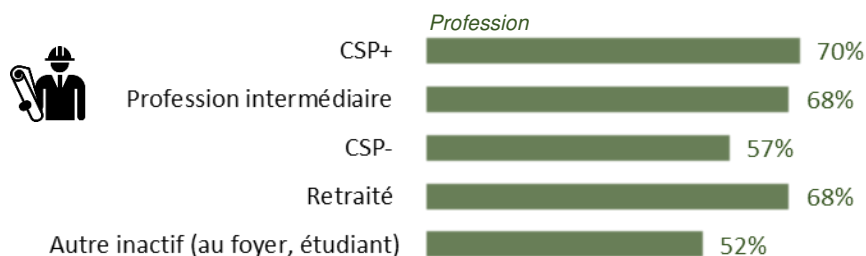
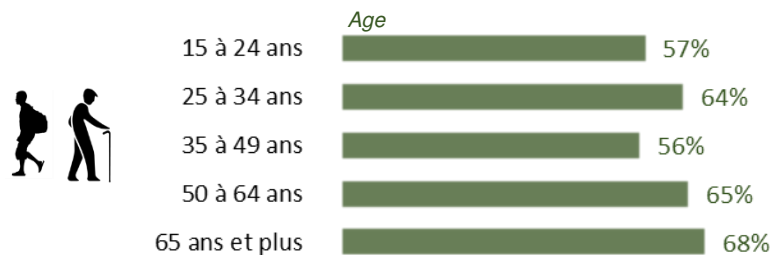
Question : Et pensez-vous que **vous** pourriez en produire **MOINS** ?



La SOCIETE produit trop de déchets

TOTAL : « OUI, tout à fait » = 62%

Question : Diriez-vous qu'aujourd'hui **LA SOCIÉTÉ** dans son ensemble produit trop de déchets ?

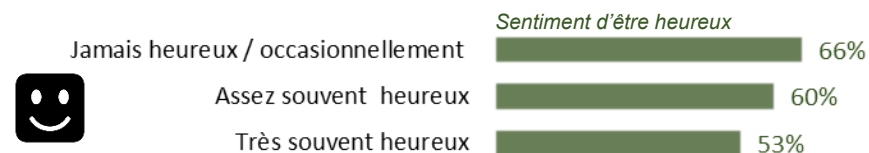
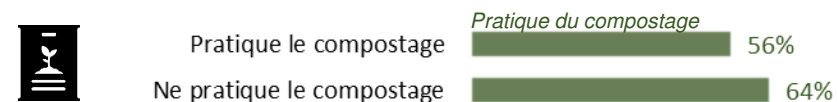
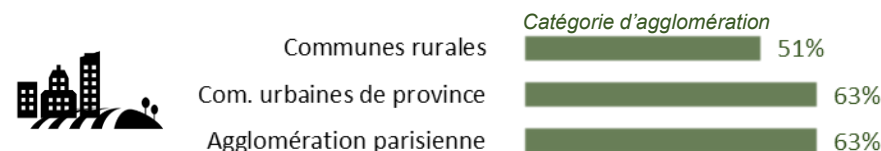
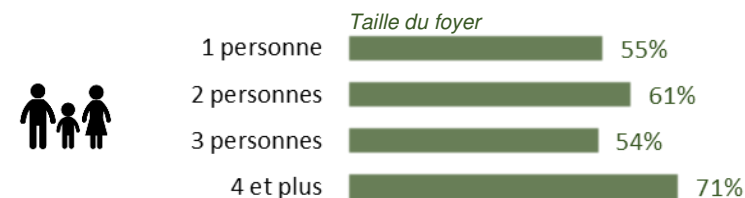
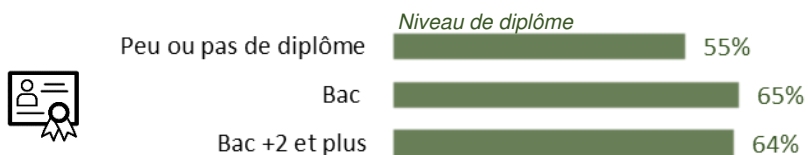
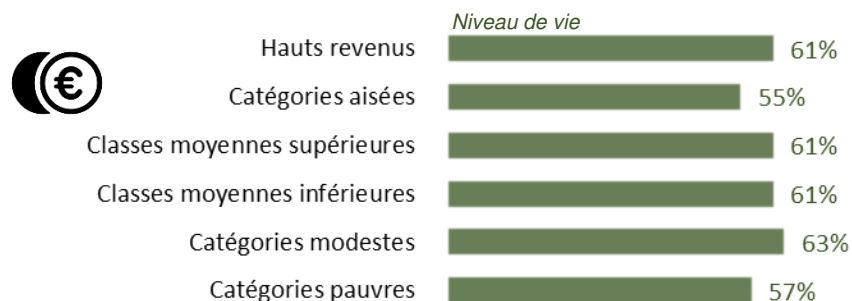
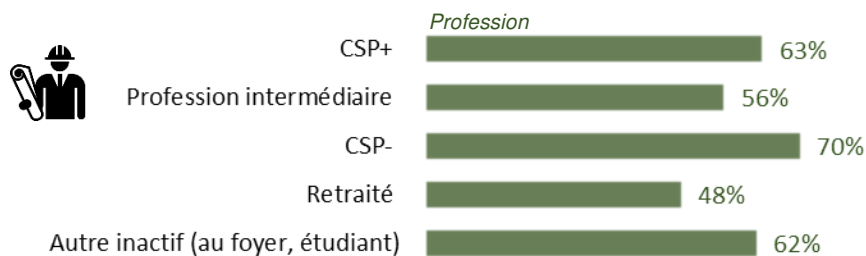
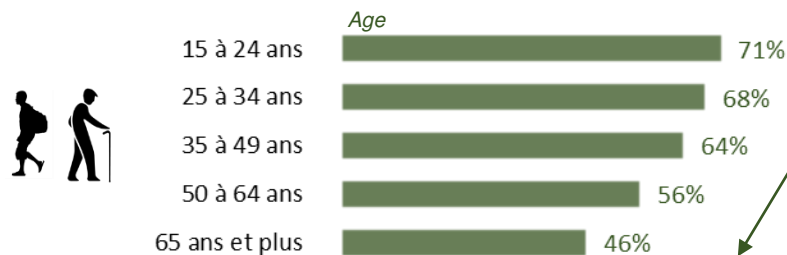


(*) Note de lecture – Les ventilations sont à lire comme suit : sur 100 femmes interrogées, 61% pensent que la société aujourd'hui produit trop de déchets ».

Trop de déchets produits dans le FOYER

TOTAL : « OUI » = 60%

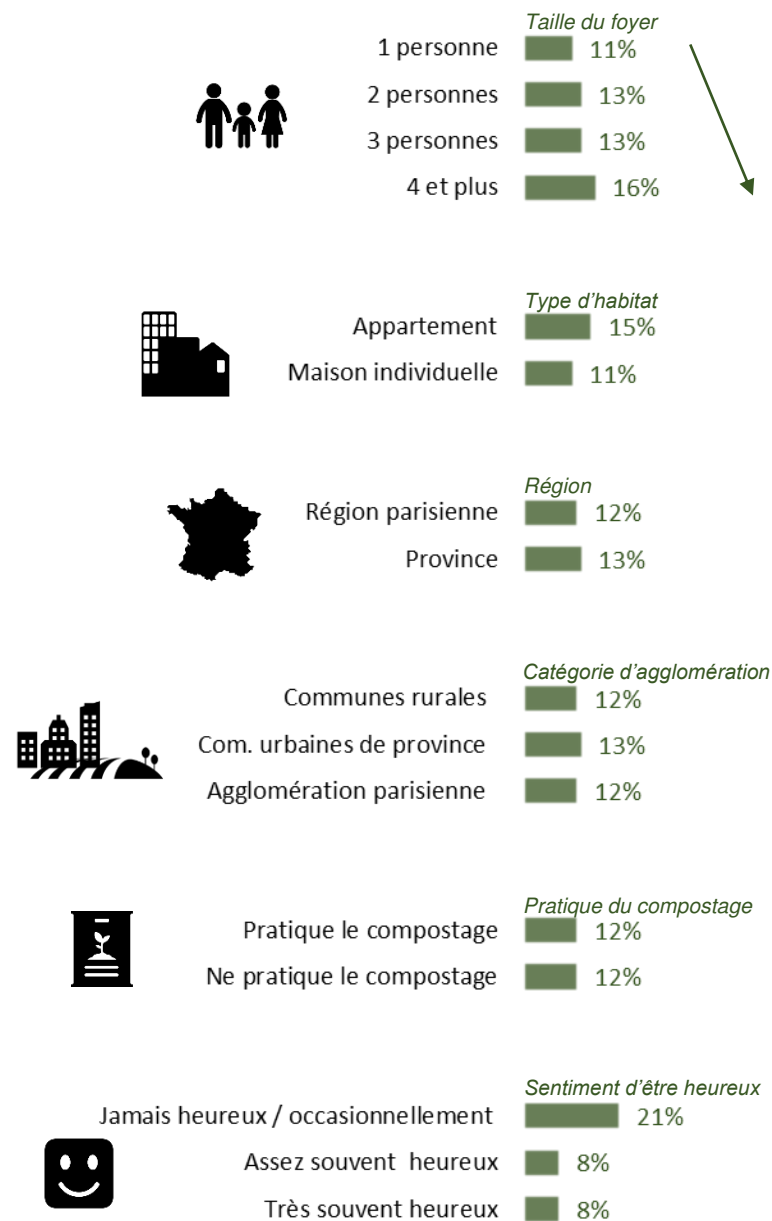
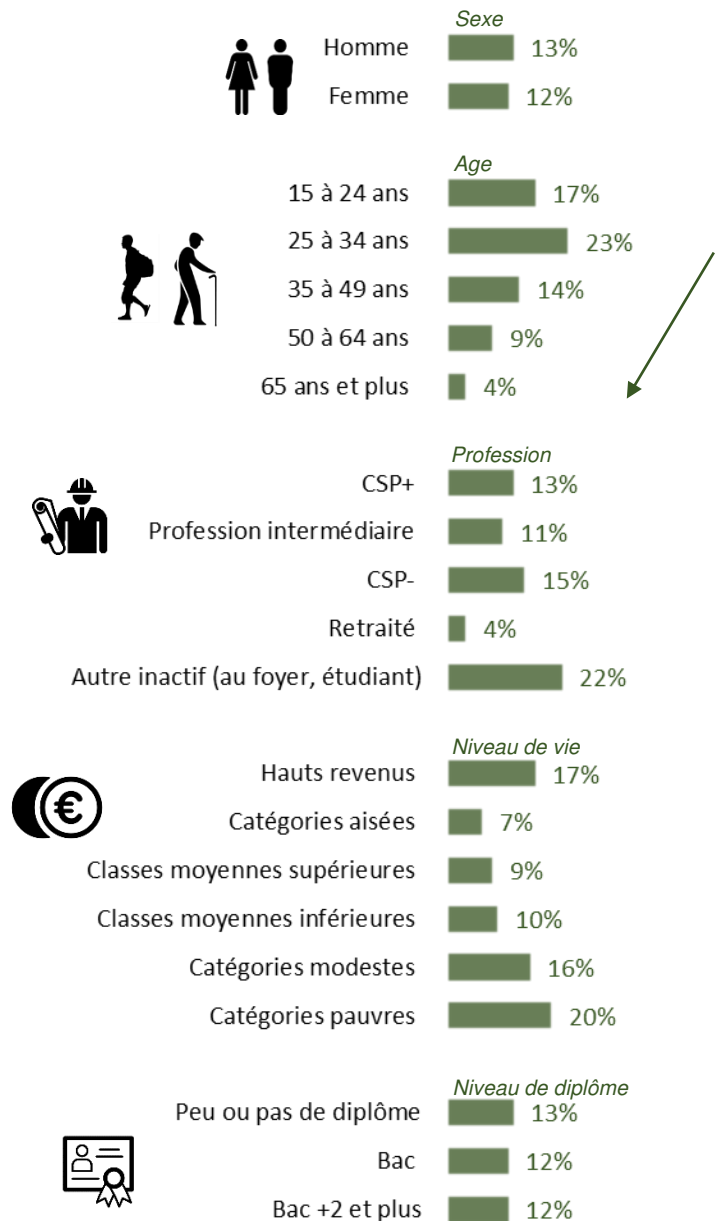
Question : Et vous personnellement, au niveau de **VOTRE FOYER** considérez-vous ... **que vous produisez trop de déchets ?**



Produit plus de déchets que la moyenne des Français

TOTAL : « OUI » = 12%

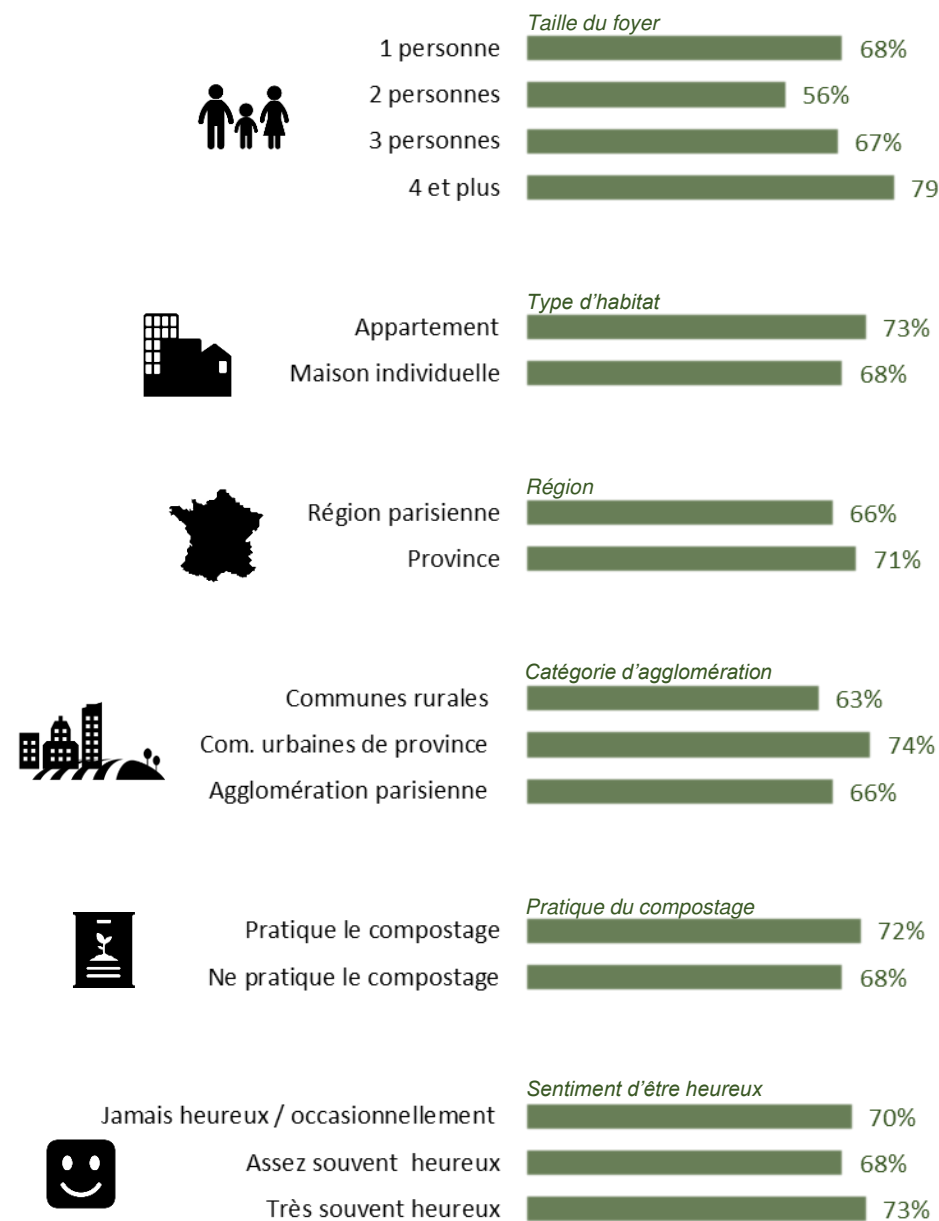
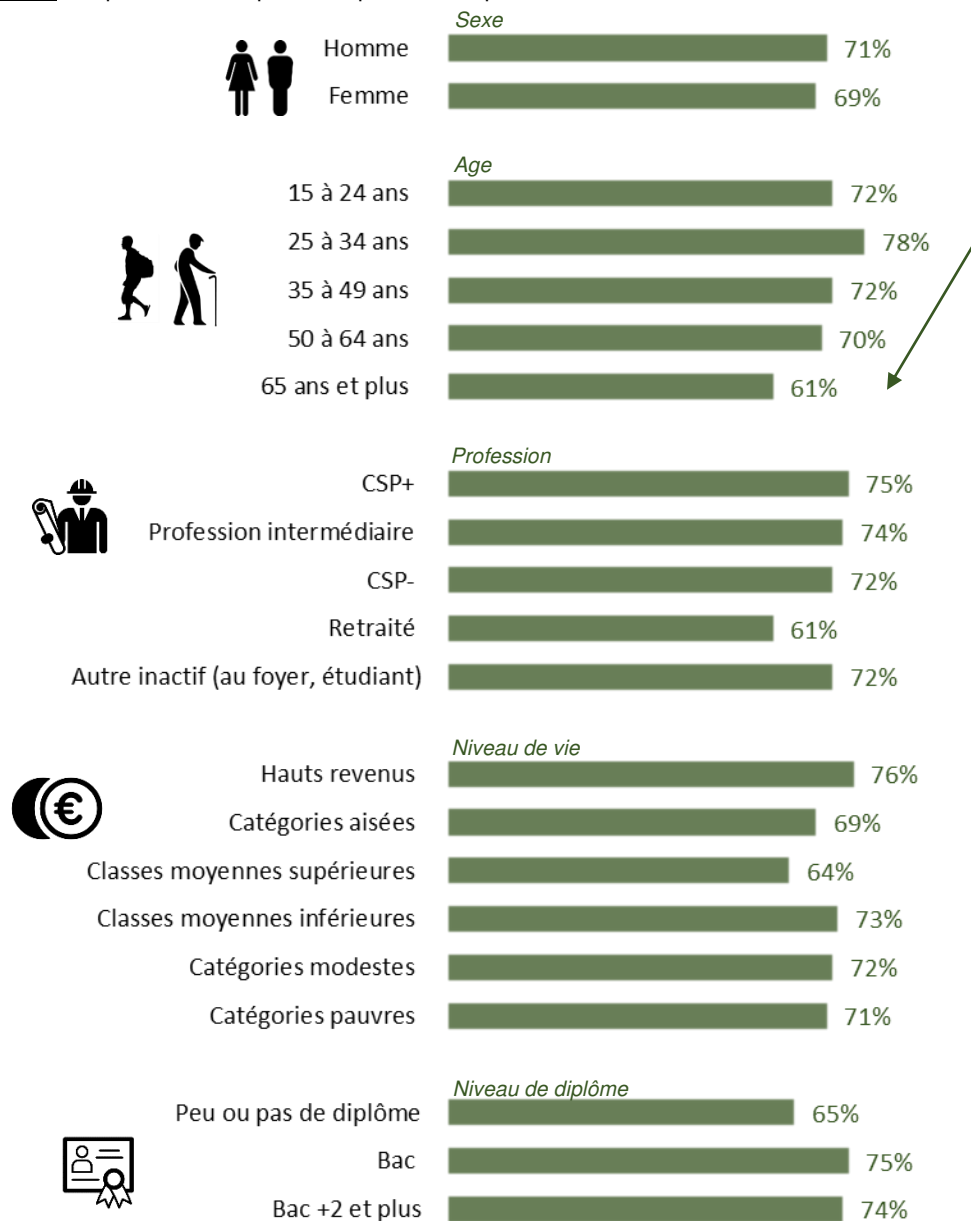
Question : Et vous personnellement, au niveau de **VOTRE FOYER** considérez-vous ... **vous produisez plus de déchets que la moyenne des Français ?**



Pourrait produire moins de déchets

TOTAL : « OUI » = 70%

Question : Et pensez-vous que **vous** pourriez en produire **MOINS** ?



Ce qu'il faut retenir...

L'idée que la société dans son ensemble produit trop de déchets continue d'être partagée par la quasi-intégralité des Français (96%, -2 points depuis la dernière mesure d'avril 2013), près des deux tiers d'entre eux en étant même persuadés (62% de « oui, tout à fait »).

Ce fort sentiment est davantage partagé par :

- les plus diplômés (71% des bac+2 et diplômés du supérieur),
- par les catégories aisées (74%)
- dans les zones les plus urbaines (67% contre 52% dans les communes rurales).

En revanche, à la question de savoir s'ils produisent personnellement, au niveau de leur foyer, trop de déchets, les interviewés sont de plus en plus partagés, 6 sur 10 d'entre eux répondant par la positive (60%, -5 points par rapport à 2013). Plus encore, quand ils comparent leur production de déchets à celle de leurs voisins, seule une poignée d'interviewés estime produire plus de déchets (12% des interviewés pensent que leur foyer produit plus que la moyenne des Français).

Autrement dit, si dans la majorité des foyers Français on a conscience de produire beaucoup de déchets (60%), rares sont ceux qui considèrent en produire plus que « les autres » (12%).

Dans le détail, on observe paradoxalement que les personnes les moins convaincues de l'importance de la quantité de déchets produite par la société sont celles qui sont les plus affirmatives à l'égard leur production individuelle : 69% des moins de 35 ans, 70% des CSP modestes, 66% des personnes vivant en appartement et 71% de celles vivant dans un foyer de 4 personnes et plus, déclarent davantage que les autres produire trop de déchets. En outre, ces mêmes catégories d'individus consentent également de manière plus franche qu'elles produisent plus de déchets comparativement à la moyenne des Français (respectivement 19%, 15%, 15% et 16% vs 12% en moyenne).

Ces franges de la population que nous observons traditionnellement comme étant les plus en retrait en matière de tri et de prévention des déchets – les personnes les plus jeunes, les plus modestes, les plus urbaines et qui vivent dans les foyers les plus grands - se révèlent être particulièrement lucides et finalement assez honnêtes quant à leur mode de consommation et aux déchets qu'elles génèrent parce qu'elles l'assumeraient. En effet, probablement motivées dans leurs habitudes de vie et dans leur mode de consommation par d'autres logiques et d'autres motivations que celles environnementales (praticité, contraintes objectives liées à la structure du foyer, etc.), ces segments apparaissent comme les plus difficiles à convertir aux bonnes pratiques en matière de prévention de déchets.

Ce qu'il faut retenir...

Pour autant, **sept Français sur dix affirment pouvoir produire moins de déchets au sein de leur foyer, une part ici aussi légèrement moindre que par le passé (70%, -5 points par rapport à 2013).**

Il semblerait que ce jugement soit davantage partagé par :

- **des personnes probablement déjà impliquées mais qui estiment pouvoir l'être encore plus** : 23% des personnes pratiquant le compostage estiment qu'elles peuvent tout à fait produire moins de déchets, tout comme celles privilégiant les circuits d'achat dit « responsables » (27% des personnes fréquentant des coopératives bio, 25% de celles fréquentant des ventes directes)
- **des personnes moins appliquées mais qui pensent certainement pouvoir faire un effort** : 27% des moins de 35 ans, 22% des personnes résidant en appartement et 24% de celles vivant dans un foyer de 4 personnes et plus.

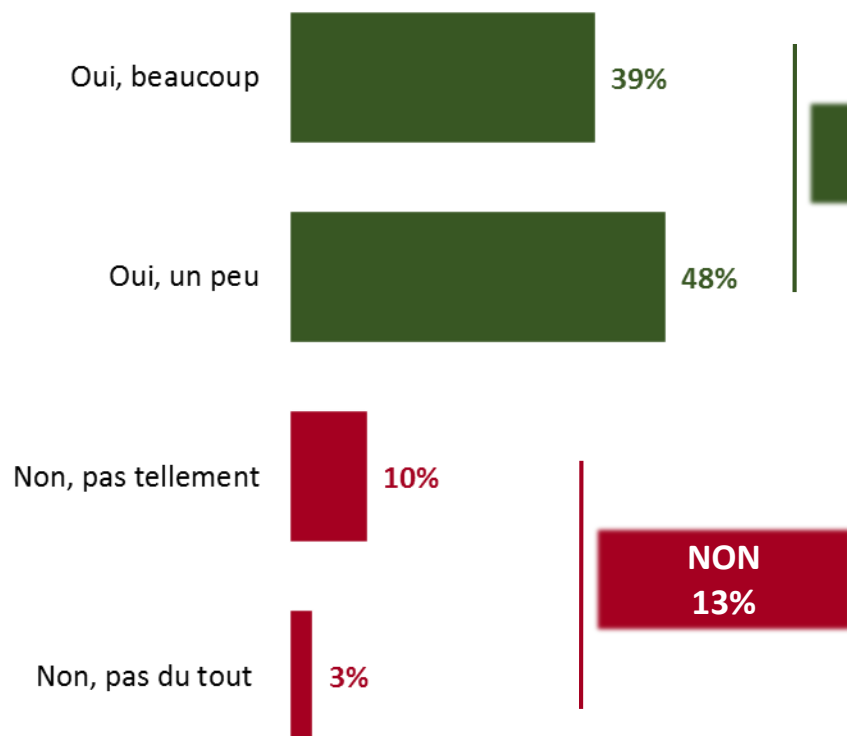
Le sentiment d'avoir dans son entourage des personnes attentives à la quantité de déchets qu'elles produisent, élément constitutif du degré de sensibilisation de nos concitoyens à la prévention des déchets, s'avère relativement faible. En effet, seuls 32% pensent avoir au maximum la moitié de son entourage concerné par le sujet. 15% des interviewés déclarent même n'avoir personne dans son environnement proche de sensibilisé à la prévention des déchets, notamment au sein des personnes peu ou pas diplômées (18%), les catégories pauvres (23%), les personnes fréquentant les hard-discount (18%), mais aussi les sympathisants du Front National (22%).

L'impact d'un entourage qui agit positivement en matière environnementale est réel sur les pratiques et les connaissances de ceux qui évoluent au sein de ces cercles (plus impliqués dans les achats et les comportements moins générateurs de déchets et notamment dans les pratiques relevant du compostage). **Ce constat soulève ici la question du comment rendre visible, valoriser les bonnes pratiques pour « inciter » au mimétisme dans un cercle personnel et/ou géographique restreint tout en ne tombant dans un excès inverse du type « donneur de leçons ».** Aussi, à l'instar de la reproduction des bonnes pratiques au sein du foyer ou du cercle d'amis, une valorisation des initiatives locales via une communication pédagogique de proximité (à l'échelle d'un quartier, d'un regroupement de quartiers, d'une ville) misant sur le lien social pourrait participer à la diffusion des bonnes pratiques.

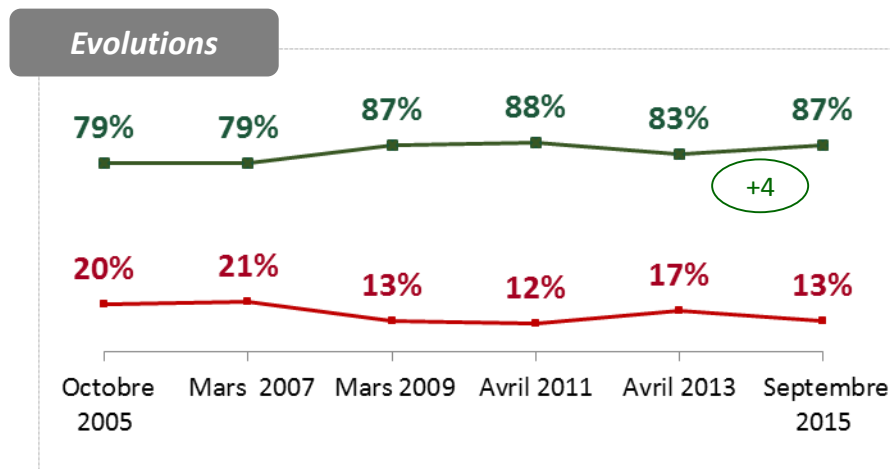
B I La connaissance de la prévention des déchets

La connaissance des gestes et actions permettant de réduire la quantité de déchets ménagers

QUESTION : Avez-vous déjà entendu parler de gestes ou d'actions qui permettent de réduire la quantité de déchets ménagers ?

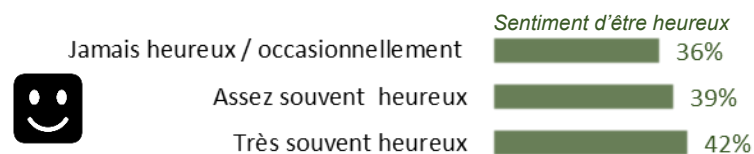
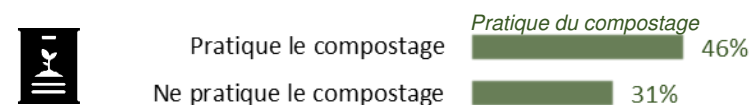
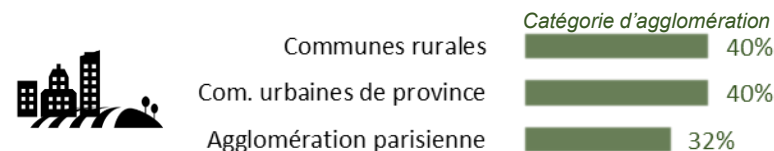
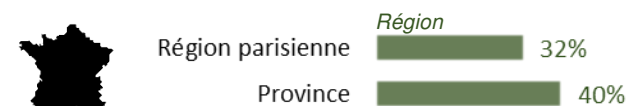
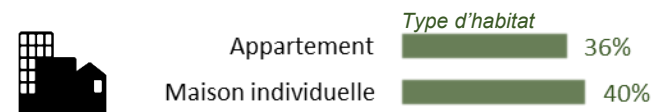
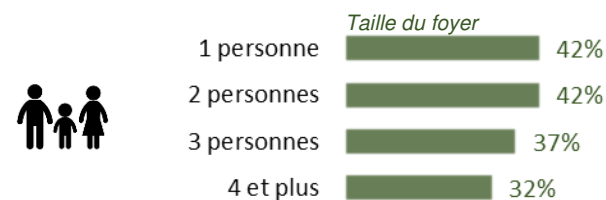
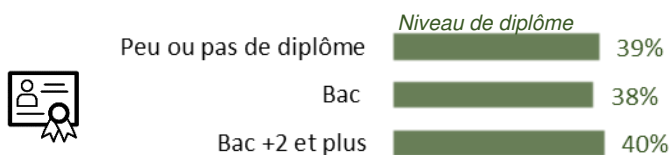
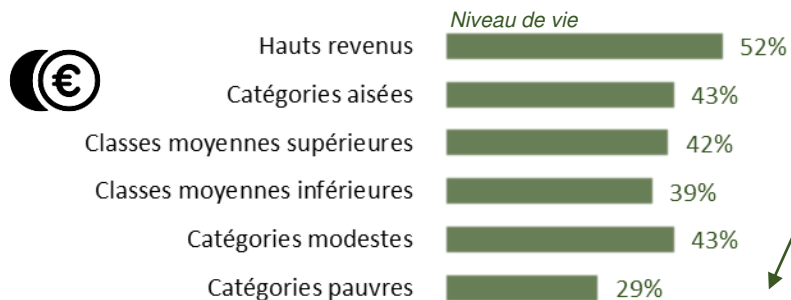
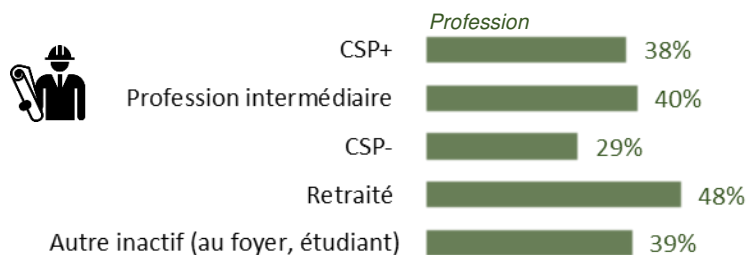
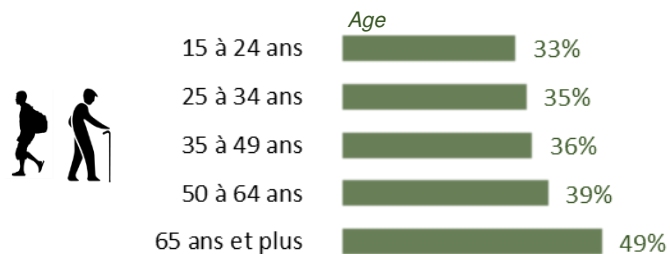


Dont 59% citent effectivement des réponses relatives à la prévention des déchets à la question ouverte



Connaissance des gestes permettant de réduire la quantité de déchets produits

TOTAL : « OUI BEAUCOUP » = 39%

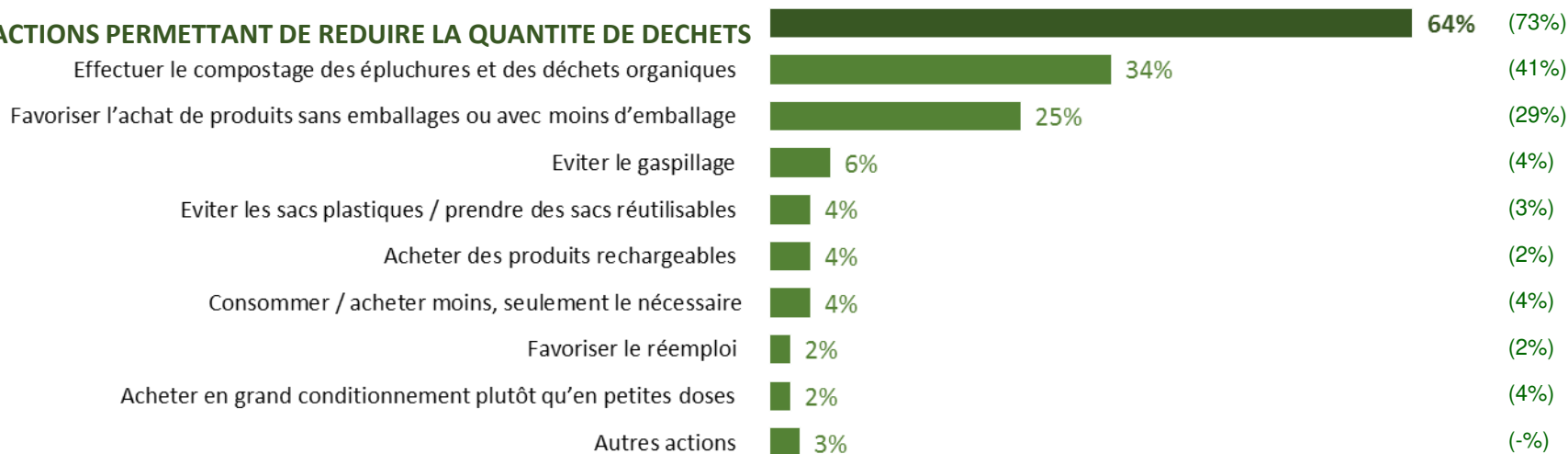


Les gestes ou actions permettant de réduire la quantité des déchets ménagers

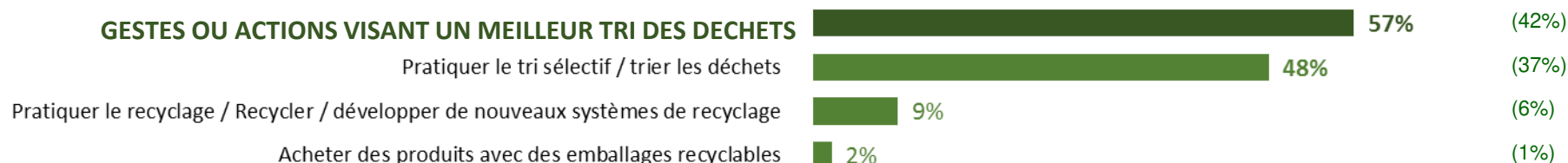
QUESTION : Pourriez-vous me citer des gestes ou des actions qui permettent de réduire la quantité de déchets ménagers ?
Question ouverte – réponses non suggérées

(Rappel 2013)

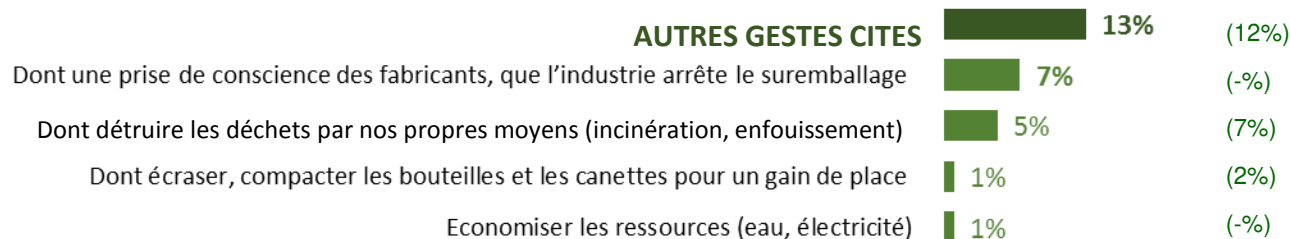
GESTES OU ACTIONS PERMETTANT DE REDUIRE LA QUANTITE DE DECHETS



GESTES OU ACTIONS VISANT UN MEILLEUR TRI DES DECHETS



AUTRES GESTES CITES



Précisions :

28% des interviewés ont cité exclusivement des gestes permettant de réduire la quantité de déchets

31% des interviewés ont cité à la fois des réponses permettant de réduire ET de trier des déchets

59% : AU MOINS UNE REPONSE relative à la prévention

28% des interviewés ont cité exclusivement des réponses liées au tri

13% des interviewés n'ont pas donné de réponses.

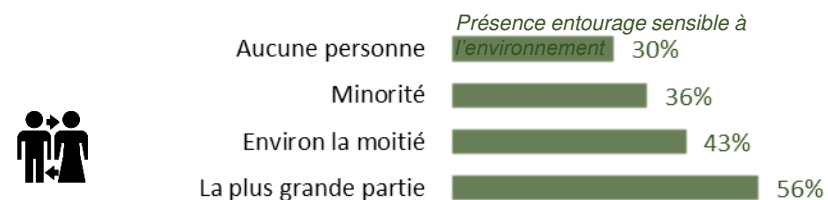
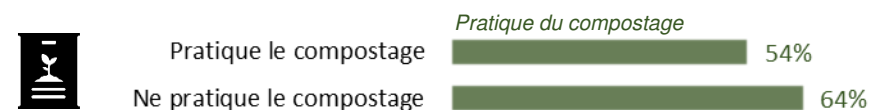
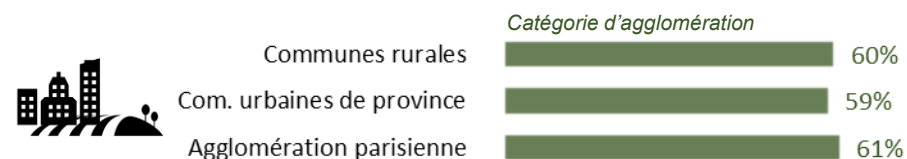
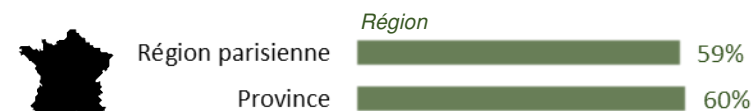
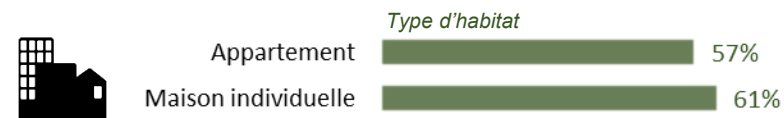
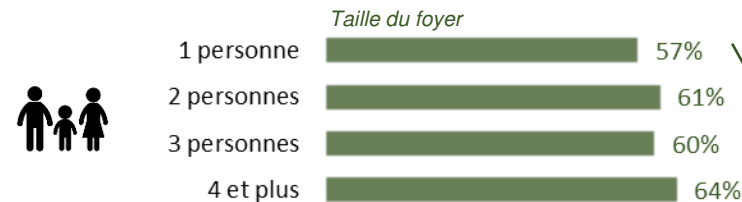
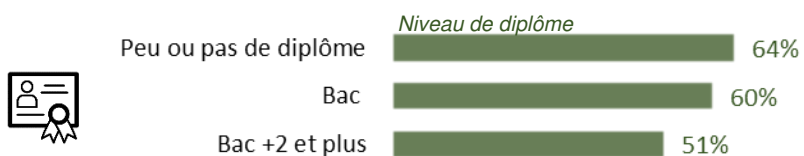
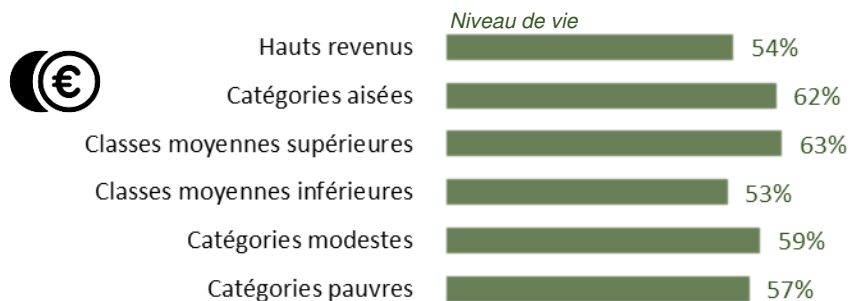
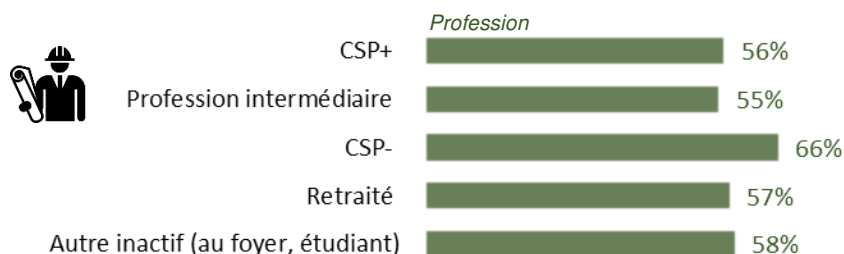
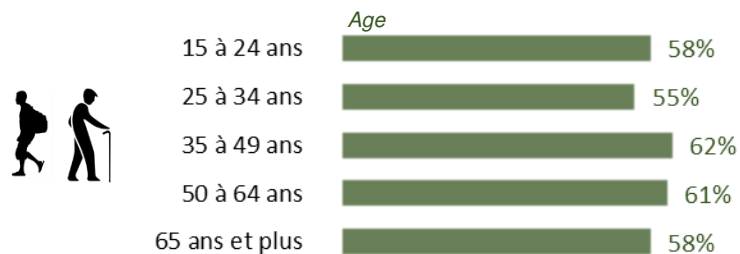
Base : ensemble des exprimés en citation

Personnes ne parvenant pas à formuler une réponses : 13%

Soit 1,6 citations en moyenne

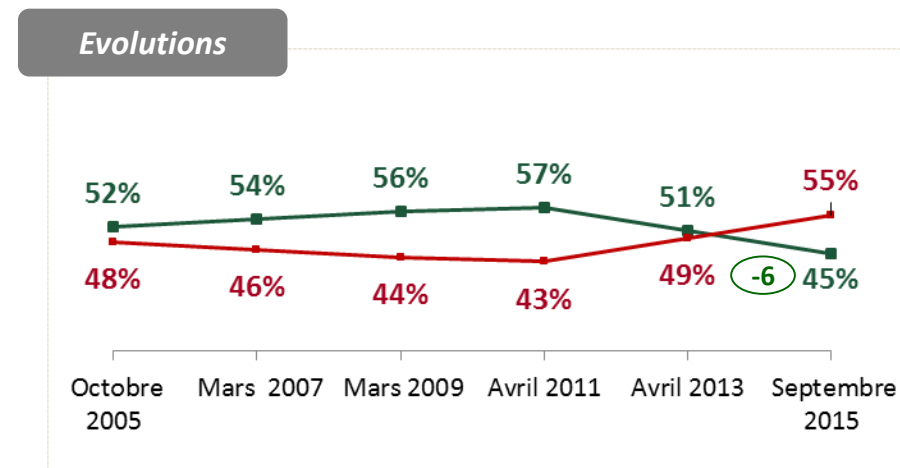
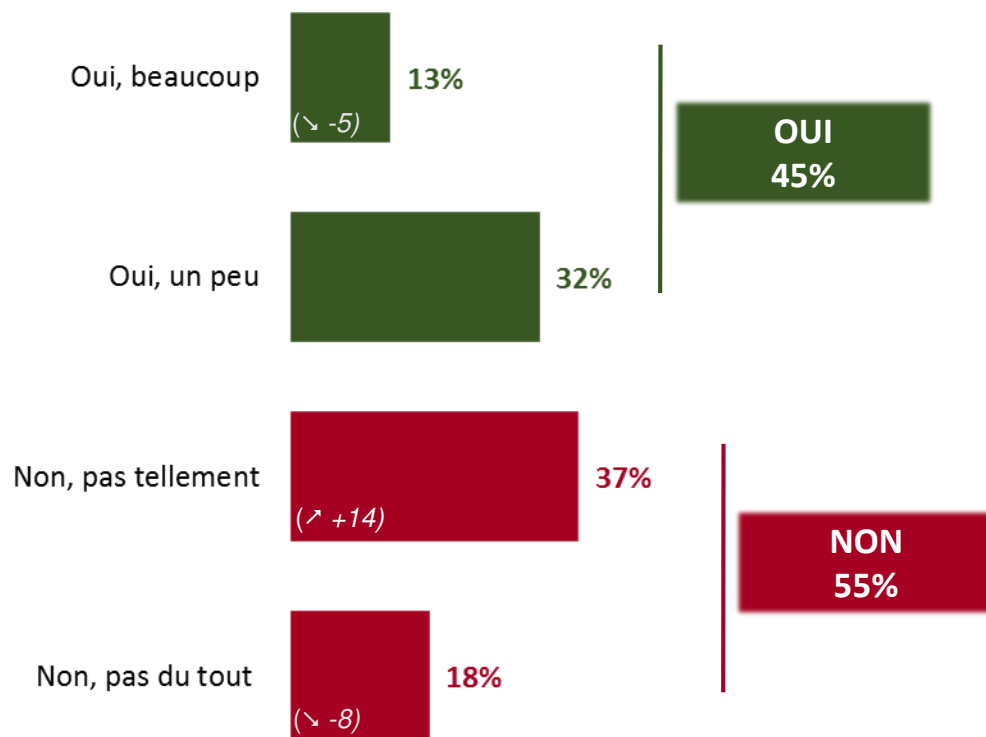
Citent au moins un bon geste relatif à la prévention des déchets

TOTAL = 59% des personnes interrogées



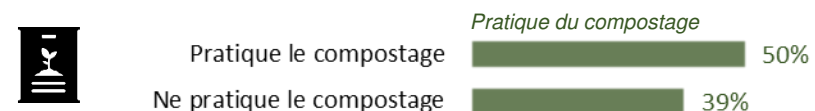
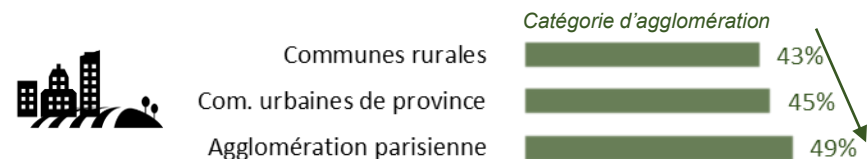
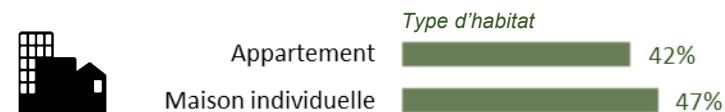
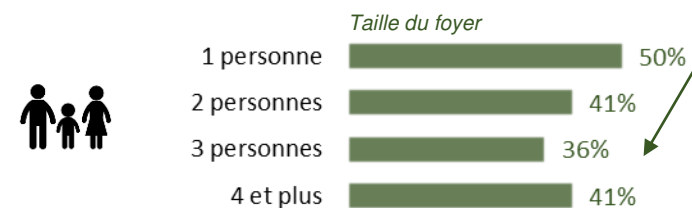
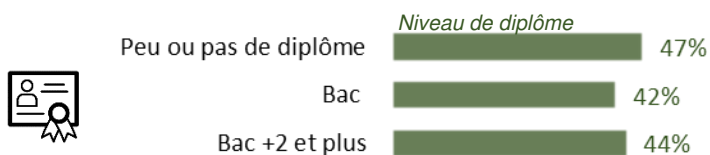
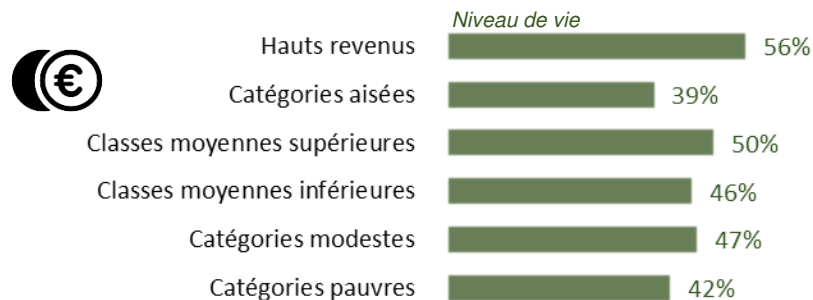
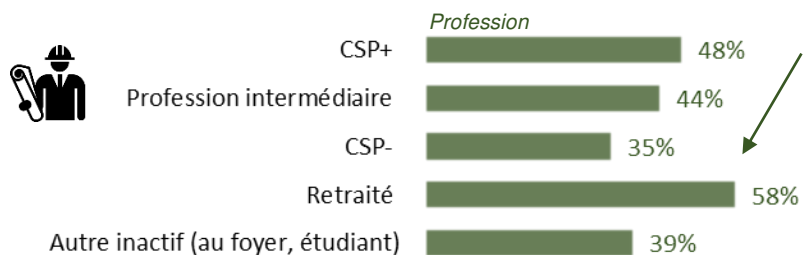
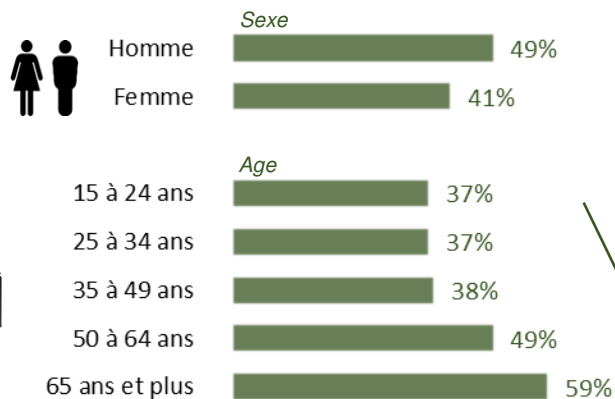
La connaissance des gestes et actions permettant de réduire la nocivité des déchets ménagers

QUESTION : Avez-vous déjà entendu parler de gestes ou d'actions qui permettent de réduire le caractère dangereux des déchets ménagers pour l'environnement ?



Connaissance des gestes permettant de réduire la nocivité des déchets

TOTAL : « OUI » = 45%

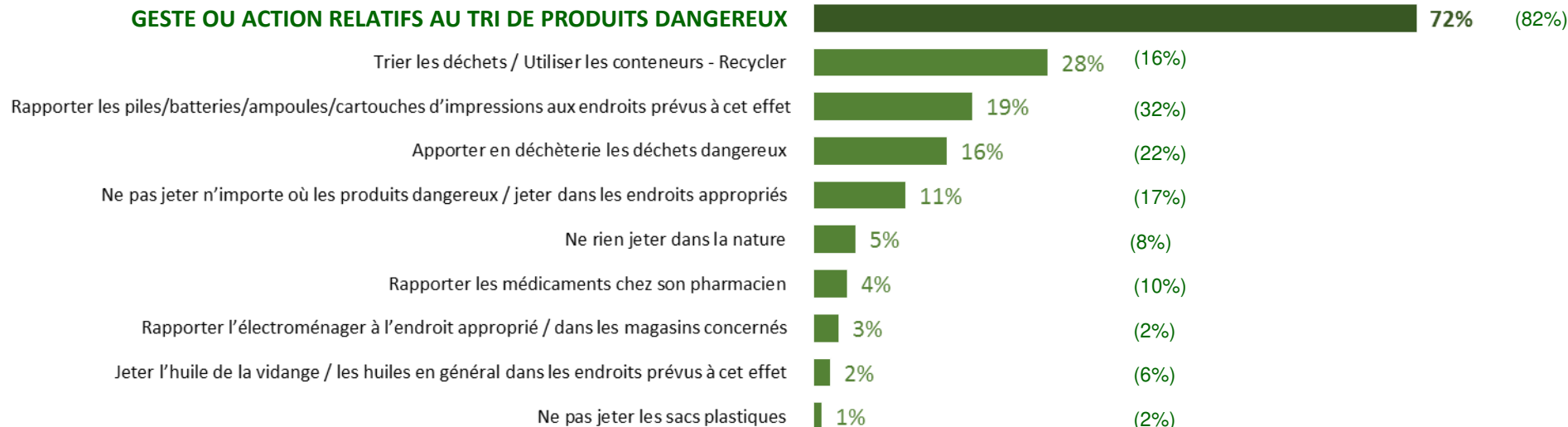


Connaissance des gestes et actions permettant de réduire la nocivité des déchets ménagers

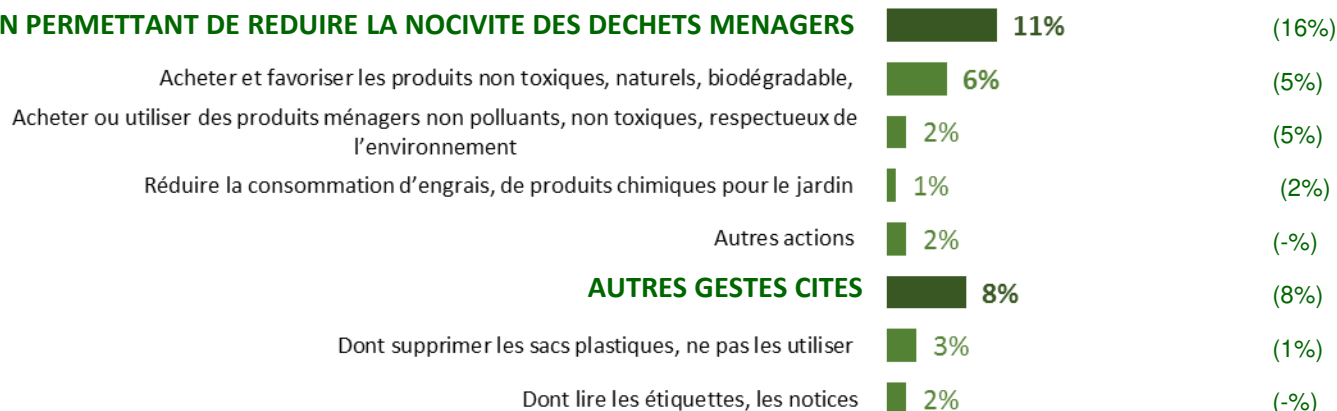
QUESTION : Pourriez-vous me citer des gestes ou des actions qui permettent de réduire le caractère dangereux des déchets ménagers pour l'environnement ?
Question ouverte – réponses non suggérées

(Rappel 2013)

GESTE OU ACTION RELATIFS AU TRI DE PRODUITS DANGEREUX



GESTE OU ACTION PERMETTANT DE REDUIRE LA NOCIVITE DES DECHETS MENAGERS



Précisions :

6% des interviewés ont cité exclusivement des gestes permettant de réduire la nocivité des déchets
55% des interviewés ont cité à la fois des gestes permettant de réduire la nocivité des déchets ET des gestes relatifs au tri
61% : AU MOINS UNE ACTION PERMETTANT DE REDUIRE LA NOCIVITE
2% des interviewés ont cité exclusivement des réponses relatives au tri
37% des interviewés n'ont pas donné de réponses.

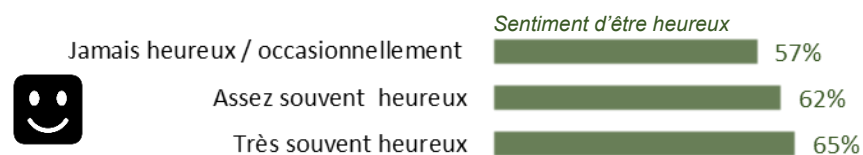
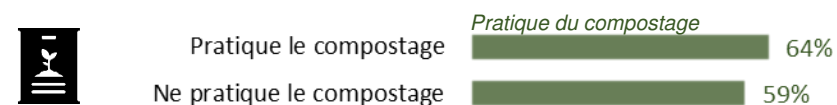
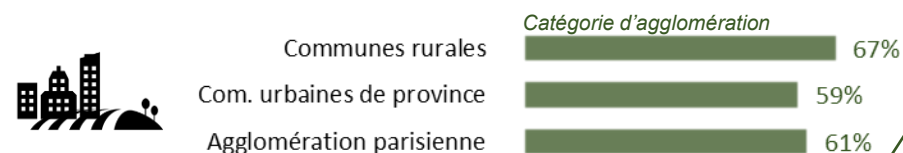
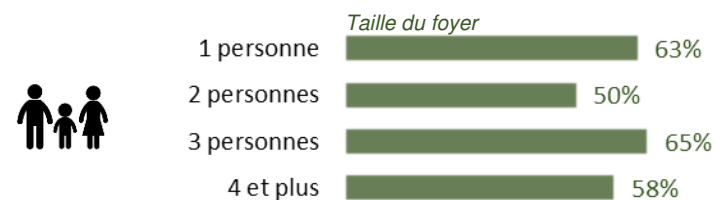
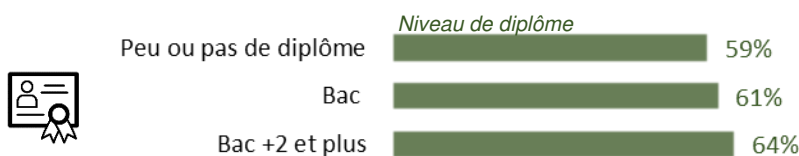
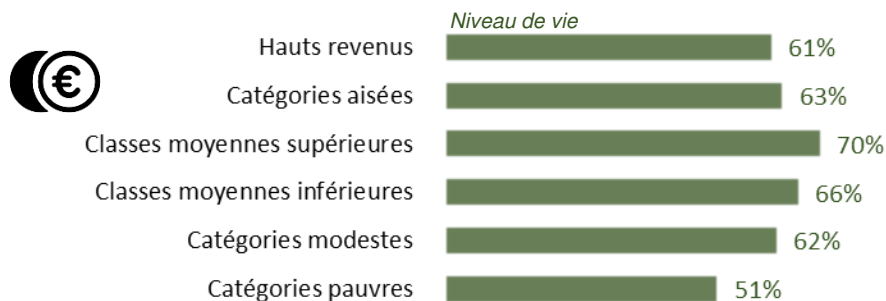
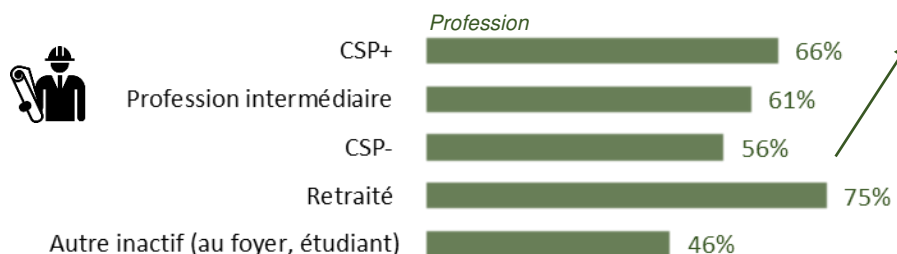
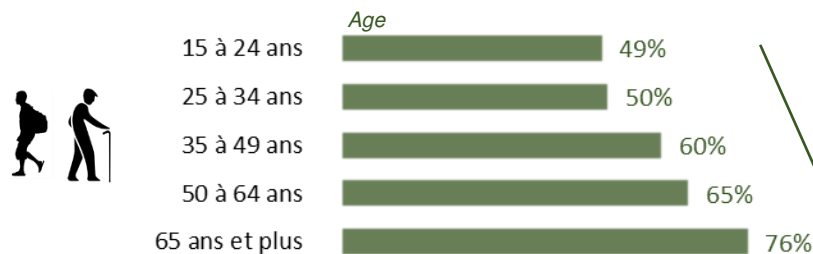
Base : ensemble des exprimés en citation

Personnes ne parvenant pas à formuler une réponses : 37%

Soit 1,3 citations en moyenne

Citent au moins un bon geste permettant de réduire la nocivité des déchets

TOTAL = 61% des personnes interrogées



Ce qu'il faut retenir...

La notoriété déclarée des gestes ou actions qui permettent de réduire la quantité de déchets ménagers est en hausse de 4 points par rapport à 2013, s'élevant cette année à 87% (et seuls 3% des interviewés affirment de « pas du tout » les connaître). La connaissance de ces bonnes pratiques est plus forte auprès des personnes vivant en province (88%), dans une maison individuelle (89%), ayant recours à des circuits d'achat plus responsables d'un point de vue environnemental – commerces de proximité (90%), marchés (89%), coopératives bio (95%), ventes directes (94%) – et, assez logiquement, mettant déjà ces gestes en pratique via le compostage par exemple (92%). A l'inverse, les CSP modestes semblent moins au fait que les autres (81%).

Comparativement, la notoriété prouvée est un peu moins bonne (quand les interviewés doivent citer spontanément les gestes de prévention qu'ils connaissent) : près des deux tiers des personnes interrogées citent des actions permettant directement de réduire la quantité de déchets (64%) mais beaucoup confondent toujours la réduction des déchets avec leur gestion et leur tri (57% citent des actions allant dans ce sens.), une confusion déjà observée lors des vagues d'enquêtes précédentes .

- Les actions permettant directement de réduire la production de déchets les plus citées sont le compostage (34%) ou le fait de favoriser l'achat de produits sans ou avec moins d'emballages (25%).
- La pratique du tri est l'action la plus citée, attestant de la confusion entre gestion et prévention des déchets (48%).

Les publics les plus avertis sont principalement :

- des femmes (70% citent des gestes permettant de réduire la quantité de déchets),
- des professions libérales et cadres supérieurs (81%)
- des personnes ayant au moins un Bac+2 (79%).

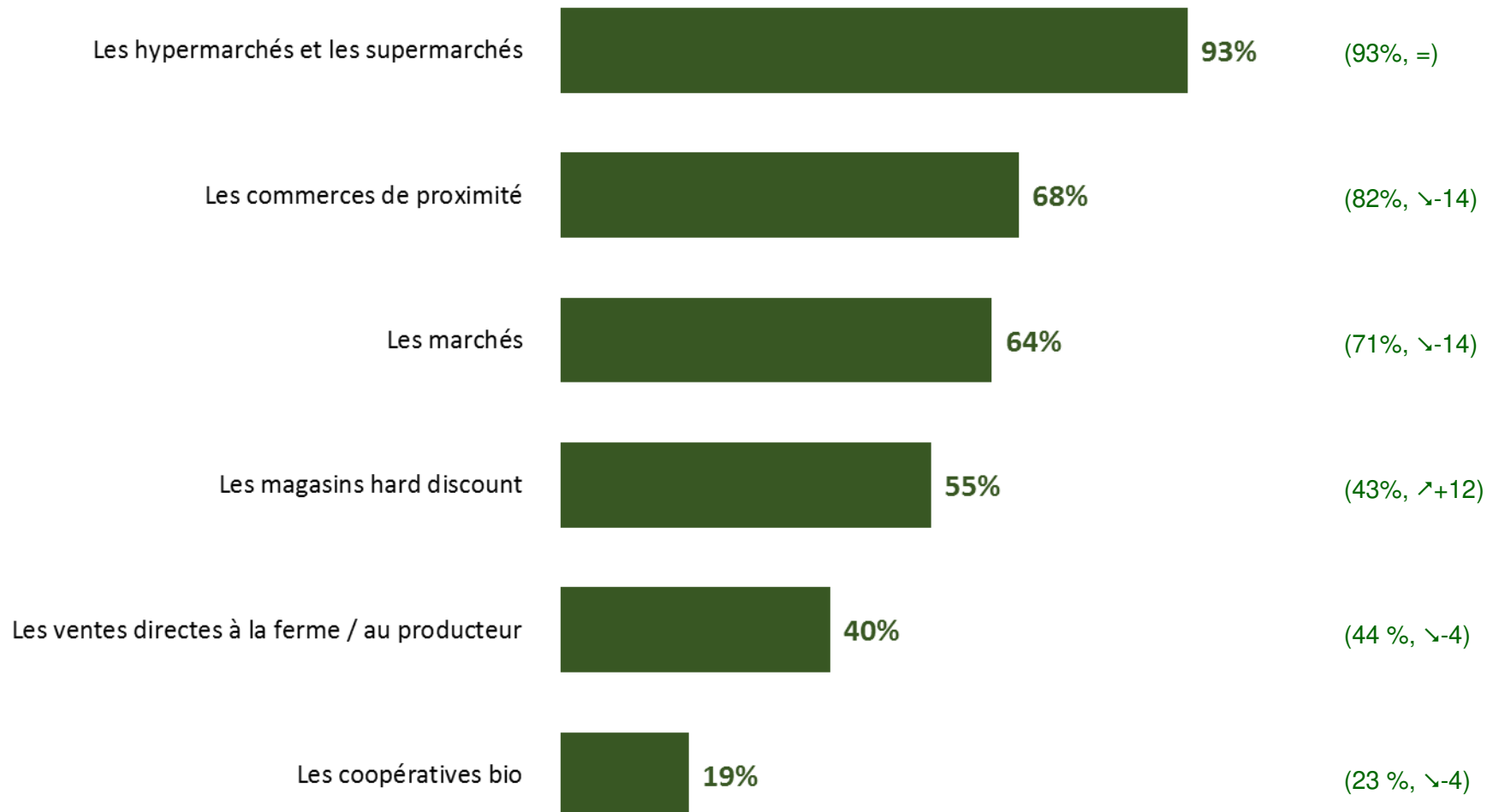
A l'inverse de la notoriété déclarée croissante des gestes liés à la prévention des déchets, celle des actions visant à diminuer leur nocivité est en déclin depuis 4 ans, à peine la moitié des interviewés affirmant connaître les gestes pour ce faire (45%, -12 points depuis 2011), la part des connaisseurs étant aujourd'hui inférieure à celle des non-connaisseurs. Toutefois, les 65 ans et plus (59%), les personnes vivant seules (50%), celles pratiquant le compostage (50%), se rendant dans des coopératives bio (58%) ou dans des ventes directes (52%) ainsi que les sympathisants écologistes (68%) sont plus informés.

La confusion entre la gestion des déchets dangereux et les actions permettant une diminution de leur nocivité persiste : bien plus d'interviewés citant des actions liés au tri des déchets dangereux (72%) plutôt que des gestes permettant de réduire leur nocivité (11%).

C | Les achats et comportements éco-citoyens

QUESTION : Pour vos achats de produits alimentaires, quels circuits d'achat, fréquentez-vous

Rappel 2013

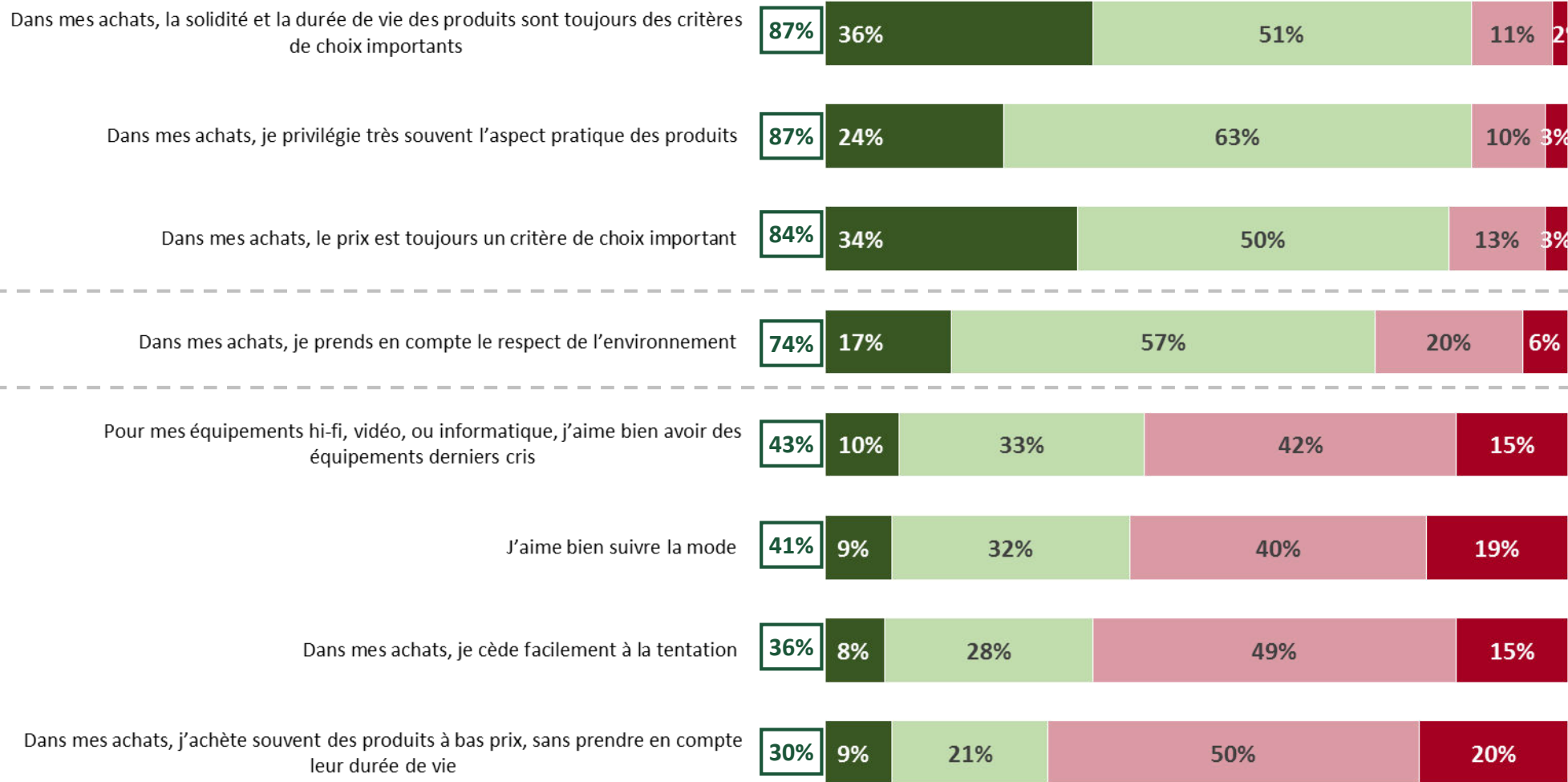


	Les hypermarchés et les supermarchés	Les commerces de proximité	Les marchés	Les magasins hard discount	Les ventes directes à la ferme au producteur	Les coopératives bio
ENSEMBLE	93%	68%	64%	55%	40%	19%
AGE DE L'INTERVIEWE(E)						
Moins de 35 ans	94	68	58	54	38	27
35 ans et plus	93	68	67	55	41	16
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)						
CSP +	95	80	70	50	49	32
Profession intermédiaire	96	68	59	47	38	21
CSP -	96	63	59	61	40	18
Retraité	89	71	71	52	40	13
REGION						
Région parisienne	90	71	74	58	30	21
Province	94	68	62	54	42	19
CATEGORIE D'AGGLOMERATION						
Communes rurales	93	69	63	54	56	20
Communes urbaines de province	94	67	62	55	37	18
Agglomération parisienne	91	71	75	57	29	23
TYPE D'HABITAT						
Un appartement	93	70	65	56	27	19
Une maison individuelle	94	67	64	54	49	19
NOMBRE DE PERSONNES DANS LE FOYER						
1	91	65	62	51	36	17
2	97	75	75	60	39	16
3	93	74	70	60	49	24
4 et plus	97	69	62	57	43	20
NIVEAU DE DIPLOME						
Sans diplôme / CEP / BEPC / CAP, BEP	92	64	64	60	39	15
Bac	94	69	68	56	43	25
Bac 2 ans / diplôme supérieur	95	76	62	46	41	23
PRATIQUE LE COMPOSTAGE						
Oui	92	71	68	53	51	24
Non	95	66	61	57	29	15

Le profil de l'acheteur (1/4)

QUESTION : Voici différentes affirmations pouvant caractériser vos comportements d'achat. Pour chacune d'elles, indiquez si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord, ou pas du tout d'accord ?

TOTAL
« D'accord »

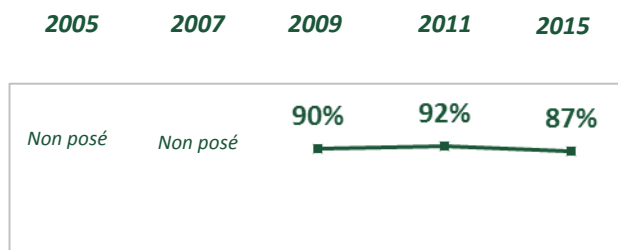


■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord

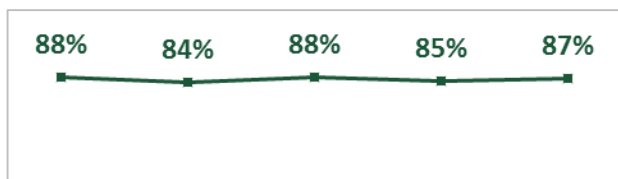
Le profil de l'acheteur (2/4)

Les évolutions : Récapitulatif « TOTAL D'accord »

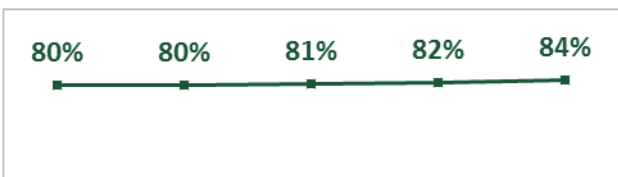
Dans mes achats, la solidité et la durée de vie des produits sont toujours des critères de choix importants



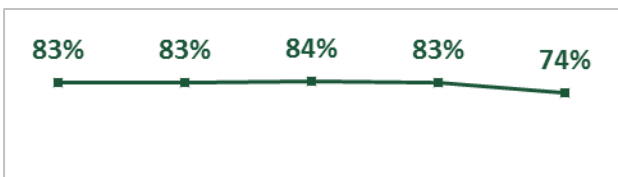
Dans mes achats, je privilégie très souvent l'aspect pratique des produits



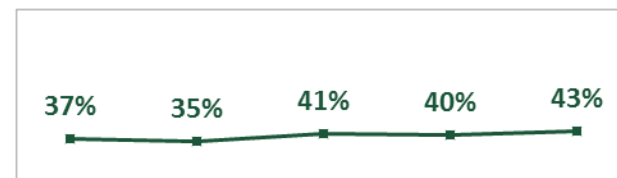
Dans mes achats, le prix est toujours un critère de choix important



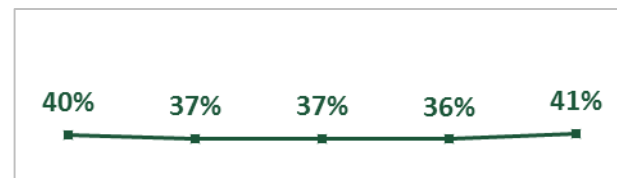
Dans mes achats, je prends en compte le respect de l'environnement



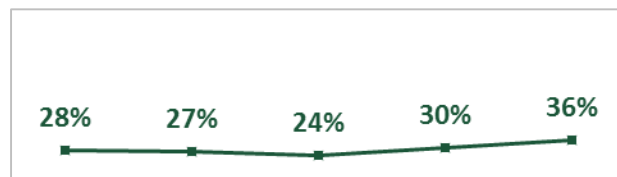
Pour mes équipements hi-fi, vidéo, ou informatique, j'aime bien avoir des équipements derniers cris



J'aime bien suivre la mode

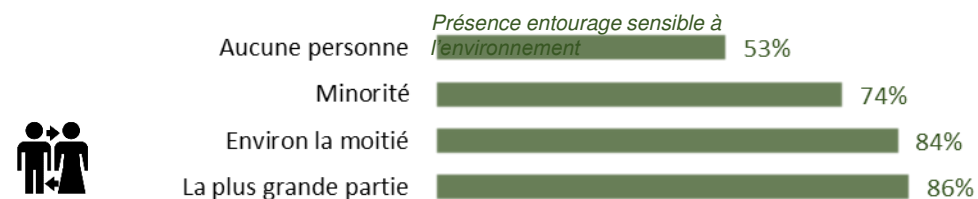
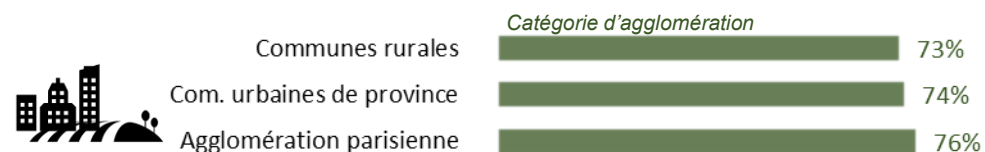
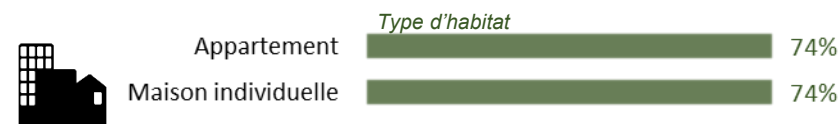
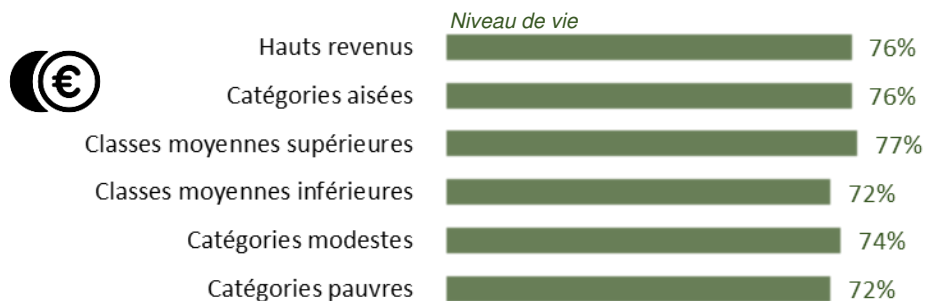
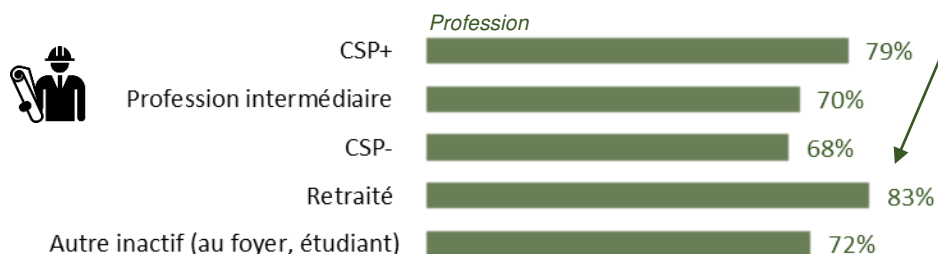


Dans mes achats, je cède facilement à la tentation



« Dans mes achats je prends en compte le respect de l'environnement » (3/4)

TOTAL : « D'ACCORD » = 74%



Les circuits d'achats pour les produits alimentaires

	Moyenne des Français	Hypermarchés et supermarchés	Magasins hard discount	Commerces de proximité	Marchés	Coopératives bio	Ventes directes
Dans mes achats, la solidité et la durée de vie des produits sont toujours des critères de choix importants	87	88	86	90	90	91	94
Dans mes achats, je privilégie très souvent l'aspect pratique des produits	87	88	87	87	88	88	89
Dans mes achats, le prix est toujours un critère de choix important	84	85	87	85	85	83	83
Dans mes achats, je prends en compte le respect de l'environnement	74	75	73	80	81	91	88
Pour mes équipements hi-fi, vidéo, ou informatique, j'aime bien avoir des équipements derniers cris	43	44	46	46	43	51	44
J'aime bien suivre la mode	41	42	43	44	44	49	42
Dans mes achats, je cède facilement à la tentation	36	36	41	35	36	42	38
Dans mes achats, j'achète souvent des produits à bas prix, sans prendre en compte leur durée de vie	30	30	36	29	29	35	30

Ce qu'il faut retenir...

Les premiers critères d'achat des consommateurs français relèvent dans une première mesure des caractéristiques de base des produits : la solidité et la durée de vie des produits sont des critères de choix importants (87%), au même titre que leur aspect pratique (87%) et que leur prix (84%). Ces postures de consommation, déjà très adoptées les années passées, étaient alors accompagnées (à niveau égal) de celle de la prise en compte du respect de l'environnement dans les achats.

En 2015, alors que l'adhésion au respect de l'environnement est moindre (74%, -9 points par rapport à 2013), on notera que dans le même temps les critères d'achat favorisant la longévité de vie des produits sont nettement plus fréquents que ceux liés à la mode - « j'aime bien suivre la mode » (41%) ou « pour mes équipements hi-fi, vidéo, ou informatique, j'aime bien avoir des équipements derniers cris » (43%), « dans mes achats, je cède facilement à la tentation » (36%) – ou au prix bas – « j'achète souvent des produits à bas prix, sans prendre en compte leur durée de vie » (30%). Aussi, il est possible d'imaginer que **les considérations environnementales transparaissent de plus en plus via une consommation plus raisonnée** (favoriser la longévité des produits plutôt que des biens à la mode ou dernier cri) plutôt que dans l'affirmation déclarée de vouloir protéger l'environnement. Plus précisément, on notera à cet égard que 91% des Français adhèrent à l'idée que garder un vêtement longtemps est un bon geste pour l'environnement, attestant du lien qu'ils tirent entre l'allongement de la durée de vie des biens et préservation des ressources environnementales.

Sous-jacent à tout cela, il convient toutefois de rappeler que **la dimension économique reste un critère et un enjeu de premier plan dans l'acte d'achats.**

Les acheteurs les plus soucieux, dans leur consommation, de l'environnement et de la durée de vie des produits sont les 65 ans et plus : 92% affirment prendre en compte la solidité et la durée de vie des produits, et 83% le respect de l'environnement. **A l'inverse, les plus jeunes mettent plus en avant que leurs aînés les critères d'achat ayant trait à la mode et au critère financier, sans pour autant les placer en tête :** 54% des moins de 35 ans aiment avoir des équipements derniers cris pour leurs équipements hi-fi, vidéo, ou informatique, 57% aiment bien suivre la mode, 54% cèdent facilement à la tentation et 49% achètent souvent des produits à bas prix, sans prendre en compte leur durée de vie.

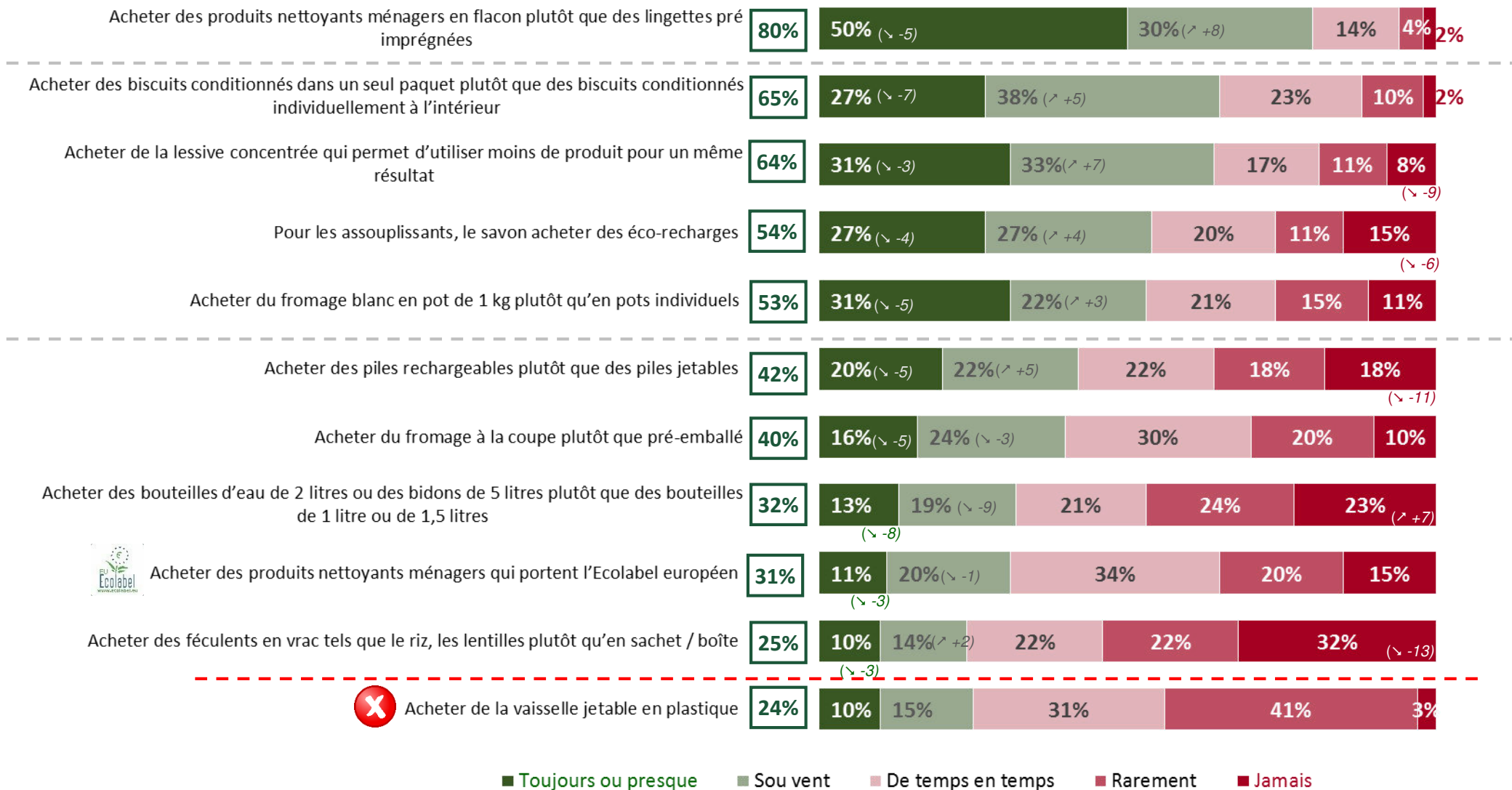
De manière tendancielle, on observe que les employés et les personnes vivant dans des foyers de quatre personnes et plus présentent un profil d'acheteur assez similaire aux jeunes interviewés. Ils sont rejoints dans le duel « prix VS durée de vie des produits », par les catégories plus modestes qui sont la moitié à privilégier le prix bas face à la longévité de leur bien (48%) et les personnes se rendant en magasin hard discount (36%). Il convient de noter enfin que les sympathisants écologistes ne se retrouvent pas plus que les autres dans les attitudes d'achat plus soucieuses de l'environnement, et même plutôt à l'inverse puisqu'ils sont significativement plus nombreux à favoriser le prix bas sur la durée de vie (55 vs 30%).

Les achats moins générateurs de déchets : fréquence de mise en œuvre (1/2)

QUESTION : Pour chacun des achats suivants, vous me direz si vous le faites toujours ou presque, souvent, de temps en temps, rarement ou jamais ?

Base : achète le produit

TOTAL
« Toujours ou presque / souvent »



Les achats moins générateurs de déchets : fréquence de mise en œuvre (2/2)

Les évolutions : Récapitulatif « Toujours ou presque / Souvent »

Base : achète le produit

ACHETER ...

Des produits nettoyants ménagers en flacon plutôt que des lingettes pré-imprégnées

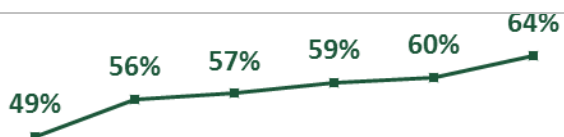
2005 2007 2009 2011 2013 2015



Des biscuits conditionnés dans un seul paquet plutôt qu'individuellement



De la lessive concentrée



Pour les assouplissants, le savon acheter des éco-recharges



Du fromage blanc en pot de 1 kg plutôt qu'en pots individuels



Des piles rechargeables plutôt que des piles jetables

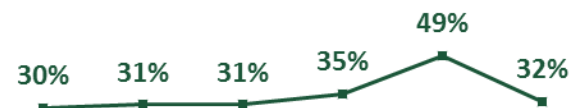
2005 2007 2009 2011 2013 2015



Du fromage à la coupe



Des bouteilles de 2 ou 5 litres



Des produits nettoyants ménagers qui portent l'Ecolabel européen



Des féculents ou des légumes secs en vrac



Ce qu'il faut retenir...

Près de la moitié des achats de produits moins générateurs de déchets testés sont réalisés par plus de la moitié des Français interrogés. On observe en outre depuis la dernière vague une progression de la plus grande partie de ceux en faveur de la réduction des emballages. A ce titre on retiendra que les Français achètent davantage de produits nettoyants ménagers en flacon plutôt que des lingettes pré-imprégnées (80%, +5 points par rapport à 2011), notamment les retraités (87%) et les personnes résidant dans des maisons isolées (88%). La préférence pour des biscuits conditionnés dans un seul paquet plutôt qu'individuellement ainsi que pour la lessive concentrée se vérifie mais dans une moindre mesure, à hauteur de deux tiers des interviewés (respectivement 65%, -2 points, et 64%, +4 points). Viennent ensuite l'achat d'écorecharges pour le savon liquide ou les assouplissants (54%) et de fromage blanc en grand pot plutôt que dans des portions individuelles (53%, +6 points).

Parallèlement, les achats favorisant la réduction des déchets plus ponctuels sont tous moins réalisés en 2015, exceptions faites des piles rechargeables (42%) ; une baisse qui peut être attribuée, pour certains, à l'éventuel coût financier supplémentaire attaché à ces produits comme le fromage à la coupe (40%, -8 points) ou les produits nettoyants ménagers ayant l'écolabel européen (31%, -4 points). On notera enfin que l'achat de féculents ou de légumes secs en vrac séduit beaucoup moins les consommateurs (24%), probablement en ce que ce conditionnement n'est pas proposé dans tous les points d'achat.

S'agissant des évolutions, on notera qu'au global, les pratiques en matière d'achats moins générateurs de déchets évoluent pour la plupart positivement (comme en atteste l'indicateur qui passe de 59% à 59,2%). Toutefois, cette progression marque une évolution des comportements. En effet, **plus nombreux à se « convertir » à ces bonnes pratiques (comme en atteste la baisse quasi-systématique sur chaque item testé de la proportion de personnes déclarant ne « jamais » en acheter), la fréquence de mise en œuvre de ces achats laisse apparaître une moindre systématisation au profit d'un achat plus ponctuel « souvent » ou « de temps en temps ».**

Ces attitudes de consommation semblent être guidées par deux logiques parallèles :

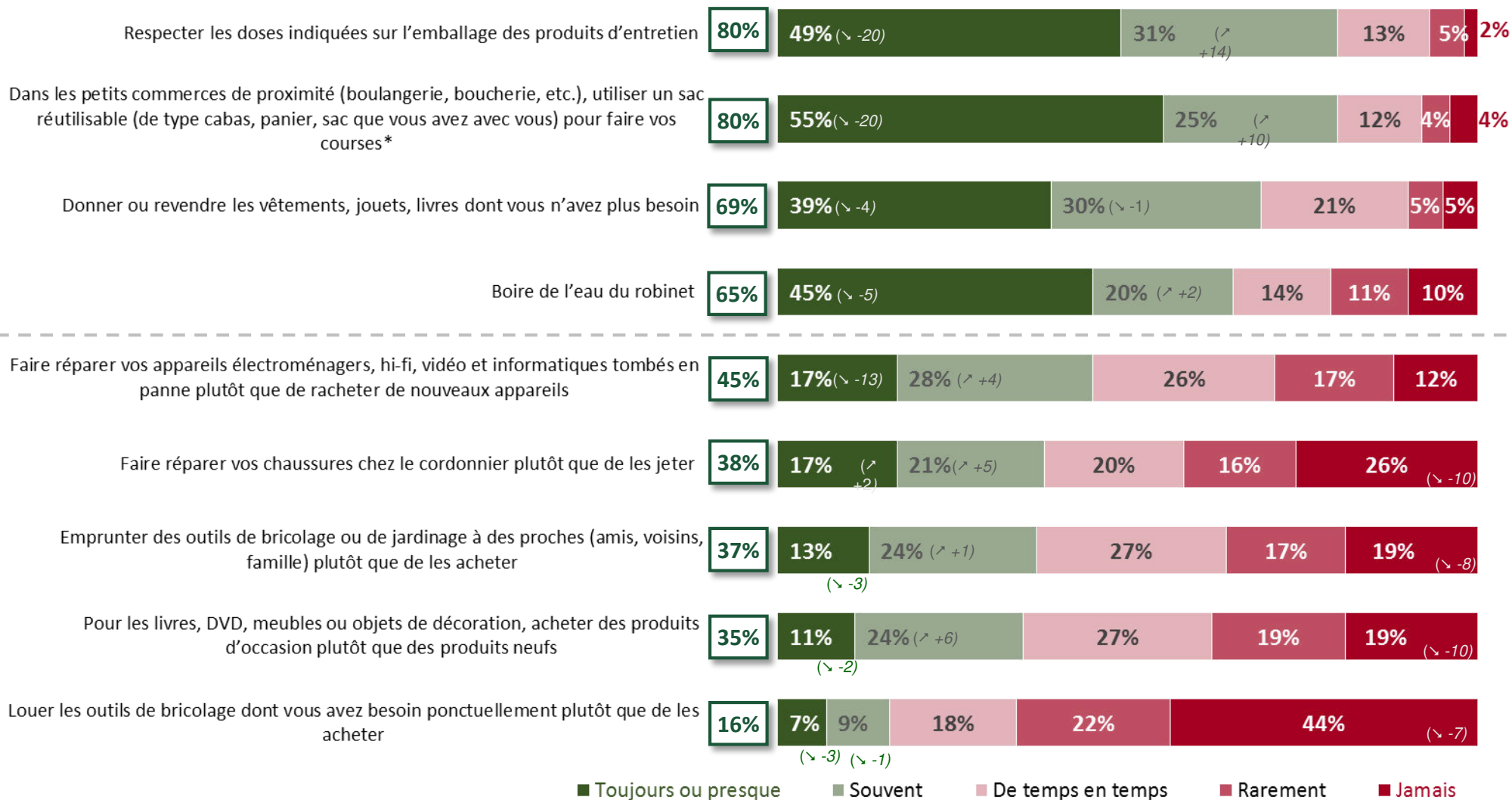
- **La recherche consciente de réaliser des achats qui soient moins générateurs de déchets** : celle-ci est principalement avérée auprès des plus âgés et des personnes affichant une certaine sensibilité écologique dans leurs pratiques quotidiennes. Ainsi, les personnes pratiquant le compostage, consommant dans des circuits d'achat plus soucieux du respect de l'environnement (marchés, coopératives bio, ventes directes), déclarent davantage que les autres réaliser des achats moins générateurs de déchets.
- **Le souhait d'acheter « pratique » et « bon marché », qui peut impacter favorablement la production de déchets par ricochet** (consommation moindre, préférence pour les grands contenants, etc.), notamment auprès des personnes vivant dans un foyer de 4 personnes et plus et des CSP modestes.

L'achat de féculents en vrac constitue une bonne illustration de ces deux tendances puisqu'il est à la fois plus réalisé par des personnes vivant dans des foyers de 3 personnes (32% vs 24% pour l'ensemble des interviewés), appartenant à des catégories modestes ou pauvres (33%), mais aussi par des sympathisants écologistes (41%) adeptes du compostage (30%), des coopératives bio (50%) ainsi que des ventes directes (33%).

Les gestes favorisant la prévention des déchets : fréquence de mise en œuvre (1/2)

QUESTION : Pour chacun des comportements suivants, pourriez-vous m'indiquer si vous le faites toujours ou presque, souvent, de temps en temps, rarement ou jamais ?

TOTAL « Toujours ou presque / souvent »



(*) Avant 2015, l'intitulé de l'item était : « Utiliser un sac réutilisable pour faire vos courses dans les petits commerces de proximité (boulangerie, boucherie, etc.) »

Les gestes favorisant la prévention des déchets : fréquence de mise en œuvre (2/2)

Les évolutions : Récapitulatif « Toujours ou presque / Souvent »

Respecter les doses indiquées sur l'emballage des produits d'entretien

2005 2007 2009 2011 2013 2015



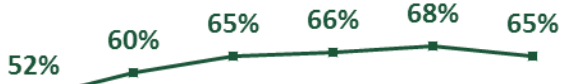
Dans les petits commerces de proximité (boulangerie, boucherie, etc.), utiliser un sac réutilisable (de type cabas, panier, sac que vous avez avec vous) pour faire vos courses(*)



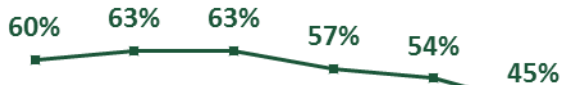
Donner ou revendre les vêtements, jouets, livres dont vous n'avez plus besoin



Boire de l'eau du robinet



Faire réparer vos appareils électroménagers, hi-fi, vidéo et informatiques tombés en panne plutôt que de racheter de nouveaux appareils



Faire réparer vos chaussures chez le cordonnier plutôt que de les jeter

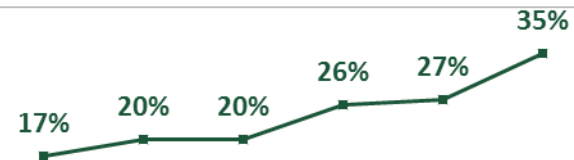
2005 2007 2009 2011 2013 2015



Emprunter des outils de bricolage ou de jardinage à des proches (amis, voisins, famille) plutôt que de les acheter



Pour les livres, DVD, meubles ou objets de décoration, acheter des produits d'occasion plutôt que des produits neufs



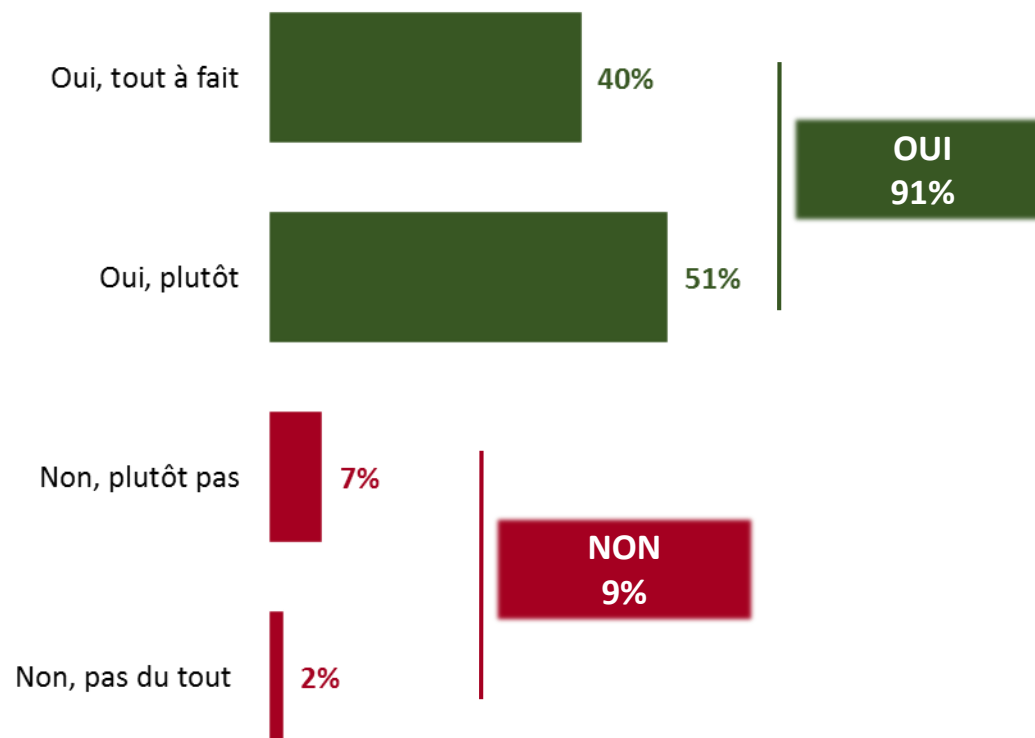
Louer les outils de bricolage dont vous avez besoin ponctuellement plutôt que de les acheter



(*) Avant 2015, l'intitulé de l'item était : « Utiliser un sac réutilisable pour faire vos courses dans les petits commerces de proximité (boulangerie, boucherie, etc.) »

L'adhésion à l'idée que garder un vêtement longtemps est bon pour l'environnement

QUESTION : D'après l'idée que vous en avez, pensez-vous que le fait de garder un vêtement longtemps (le renouveler moins souvent) est un bon geste pour l'environnement ?



Ce qu'il faut retenir...

Premier constat concernant les gestes de prévention des déchets : la baisse tendancielle de leur fréquence de mise en œuvre entre avril 2013 et septembre 2015 (7 items sur 9 étant moins réalisés qu'il y a sept ans, dont 5 de manière significative, comme en atteste également l'indicateur de comportement qui enregistre une baisse non négligeable cette année passant de 51% en 2013 à 49% pour cette édition). Toutefois, pour la plupart d'entre eux, **le score observé en ce mois de septembre reste supérieur ou égal à ce qui était mesuré au tout début de cette enquête en 2005, privilégiant la thèse d'un simple « retrait »** à noter cette année sur ces pratiques et de leur ancrage sur le long terme.

Dans le détail, le respect des doses indiquées sur l'emballage des produits d'entretien et l'usage d'un sac réutilisable pour faire ses courses demeurent les deux gestes les plus réalisés, en dépit d'une plus faible mise en œuvre cette année (80%, avec respectivement -6 points et -10 points par rapport à 2013). **Les actions relatives au réemploi des produits séduisent notamment pour le don ou la revente des objets (69%)**, bien moins concernant l'emprunt (37% des Français disent emprunter fréquemment des outils de bricolage notamment), l'achat de produits d'occasion (35% déclarent acheter fréquemment des produits d'occasion plutôt que neufs pour les livres, DVD, meubles ou objets de décoration, soit 8 points de plus tout de même par rapport à la dernière vague) ou de la location (16% affirment louer fréquemment des outils de bricolage). Viennent ensuite, un peu en deçà du don, les deux actions concernant la réparation des produits. La réparation des appareils électroménagers, hi-fi, vidéo et informatiques est préférée au remplacement par un nouveau bien par 45% des interviewés, une part en diminution constante depuis 2005 (-9 points depuis 2013, -15 points depuis 2005), mais demeure davantage réalisée que la réparation de ses chaussures chez le cordonnier (38%) qui est, elle, en hausse continue depuis la première vague de l'enquête (+3 points depuis 2013, +10 points depuis 2005).

Enfin, boire l'eau du robinet (65%) tout comme l'indication sur sa boîte aux lettres du souhait de ne pas recevoir d'imprimés publicitaires (28%) demeurent au même niveau de mise en œuvre, confirmant la hausse amorcée depuis 2005 (respectivement +13 points et +17 points).

De la même façon que pour les achats moins générateurs de déchets, un public plus familier des gestes favorisant la prévention des déchets semble se dessiner, englobant les plus âgés (65 ans et plus) et les plus adeptes d'actions tournées vers l'écologie comme la réalisation de compost et la fréquentation de circuits d'achat responsables tels les coopératives bio ou les ventes directes de produits. Aussi, de manière tendancielle et souvent significative, ce public réalise davantage ces gestes « moins générateurs de déchets » que la moyenne. Il conviendra de noter que la sympathie pour les mouvements écologistes ne caractérise pas ces personnes averties, aucun écart significatif ne se faisant jour avec la moyenne des Français, exception faite de l'emprunt d'outils de bricolage ou de jardinage. Par ailleurs, on retrouve sur les gestes propres au réemploi, des Français probablement plus soucieux de faire des économies que de moins produire de déchets, à savoir des personnes plus jeunes appartenant à des catégories plus populaires. On observe une convergence des motivations de ces deux publics par exemple, pour ce qui est de l'achat de seconde main : 42% des jeunes de moins de 35 ans affirment le faire fréquemment, 42% des foyers de 4 personnes ou plus et 49% des catégories pauvres, tout comme parallèlement 39% des personnes réalisant du compost et se rendant dans des coopératives bio ou ventes directes (respectivement 54% et 41%).

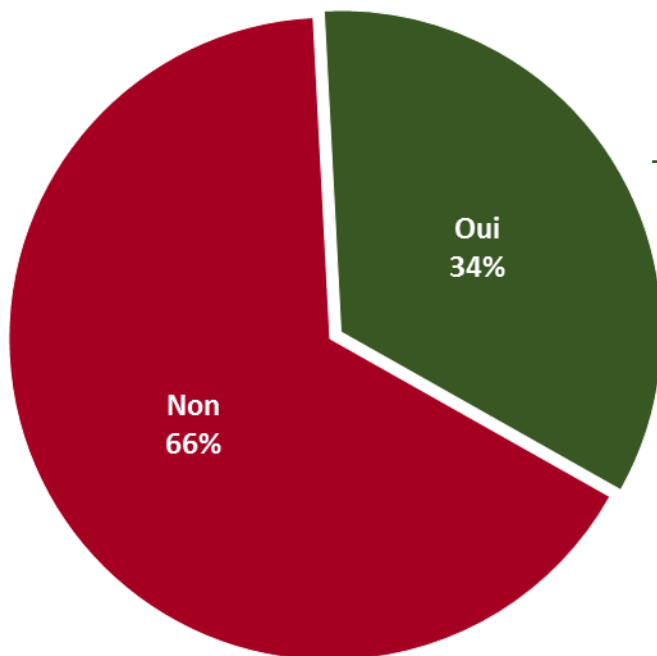
D I Focus sur différentes pratiques

- *la prévention des déchets sur le lieu de travail*
- *le gaspillage alimentaire*
- *les imprimés publicitaires*
- *le compostage*

La mise en place d'actions et l'adhésion en faveur de la réduction des déchets sur son lieu de travail

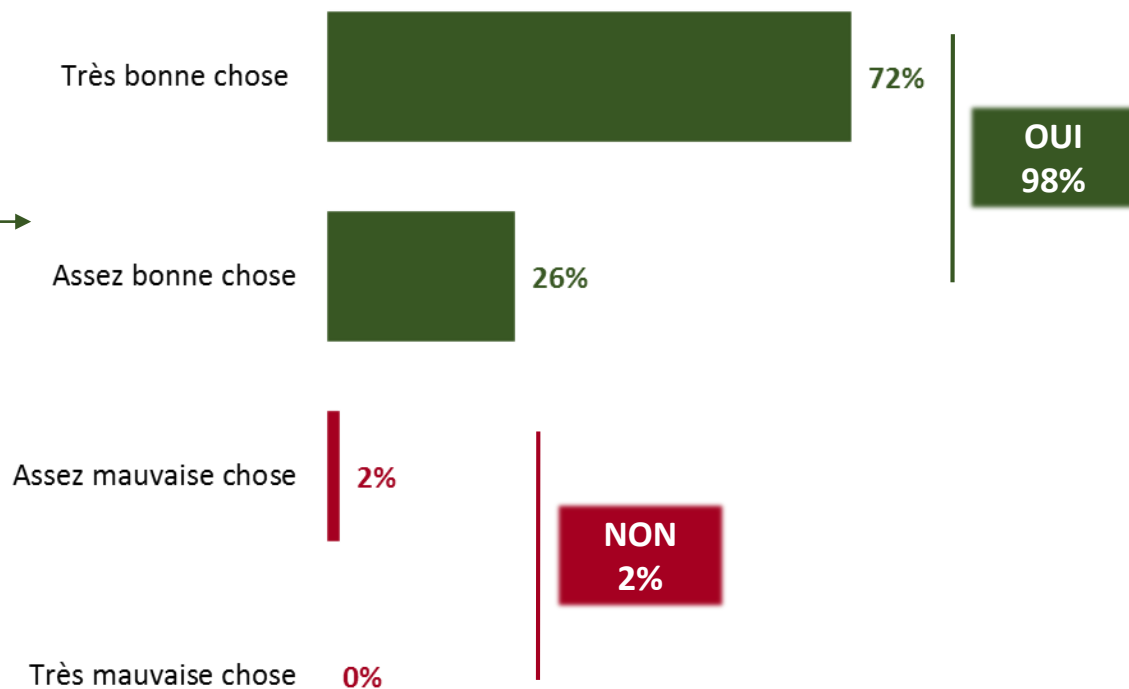
QUESTION : Sur votre lieu de travail, y a-t-il des actions mises place en faveur de la réduction des déchets comme par exemple : tasse réutilisable, limitation des impressions, sensibilisation au gaspillage alimentaire, réduction des emballages, etc. ?

Base : aux actifs, soit 56% de l'échantillon



QUESTION : Et diriez-vous que la mise en place de ces actions est une ... ?

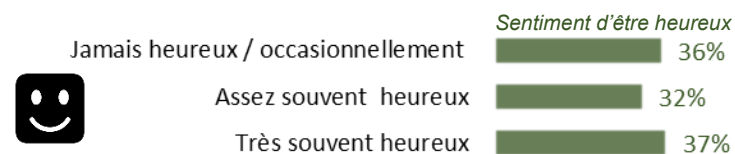
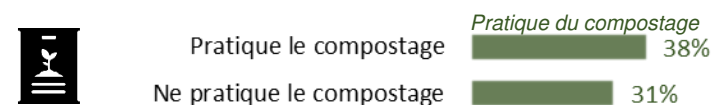
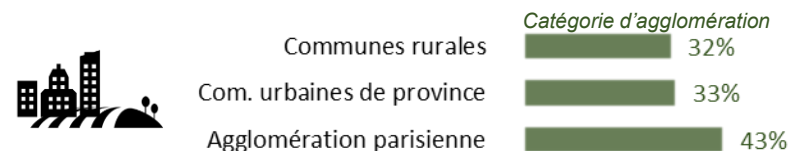
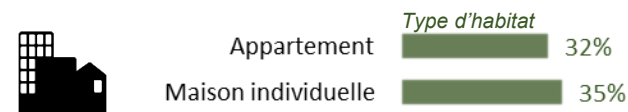
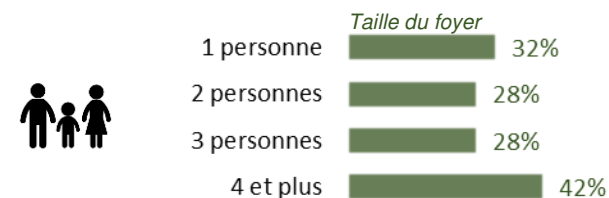
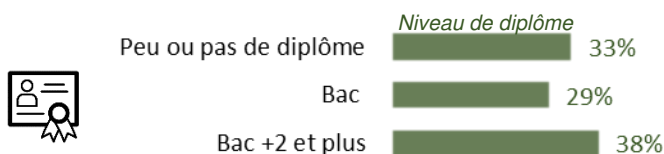
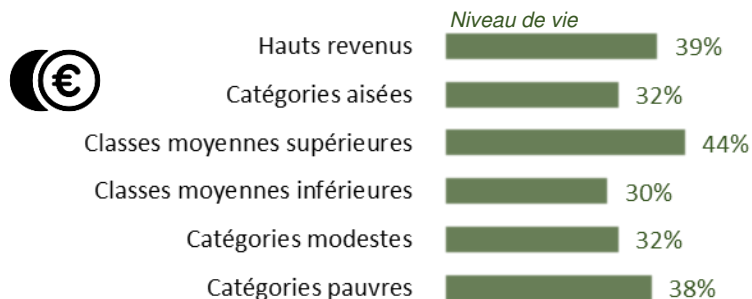
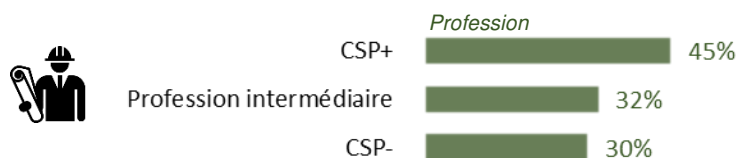
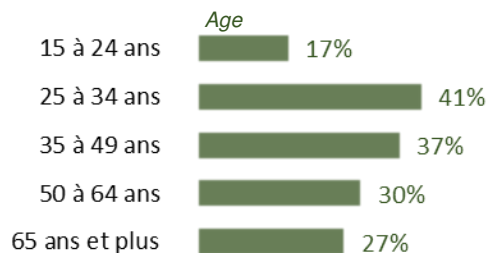
Base : aux actifs déclarant que des actions sont mises en place en faveur de la réduction des déchets sur leur lieu de travail, soit 19% de l'échantillon



Mise en place d'actions en faveur de la prévention des déchets sur le lieu de travail

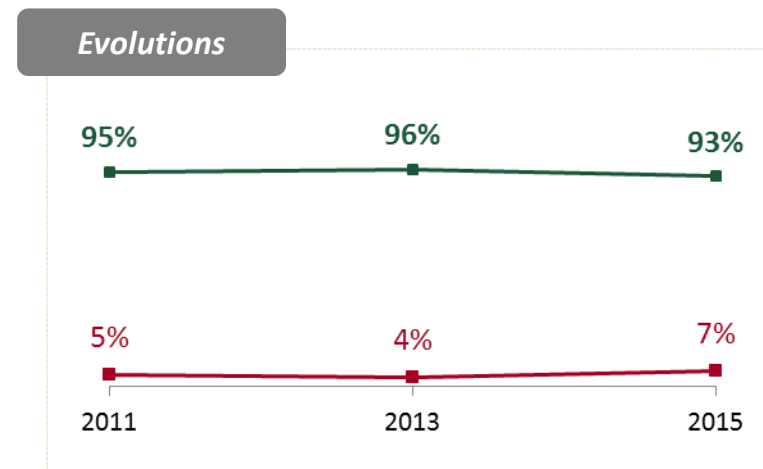
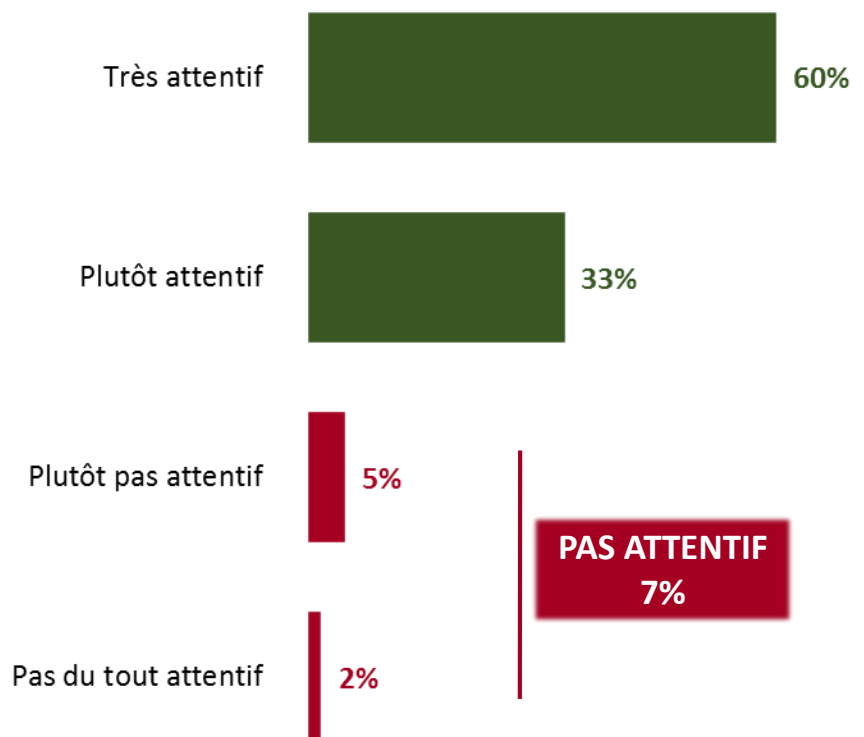
TOTAL : « OUI » = 34%

Base : aux actifs



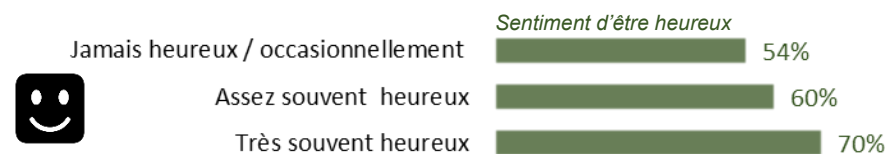
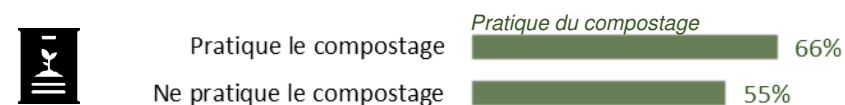
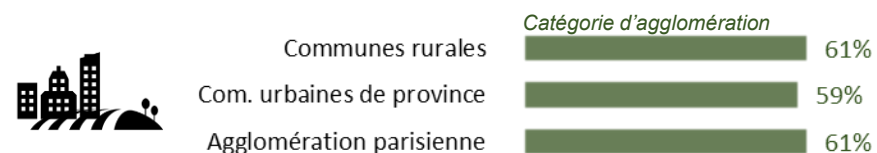
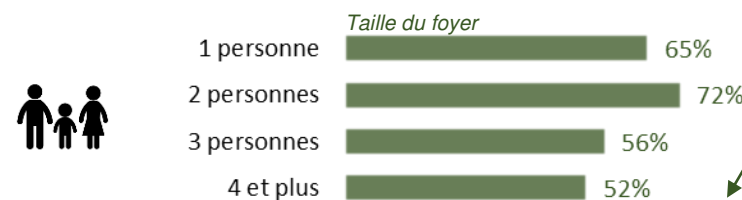
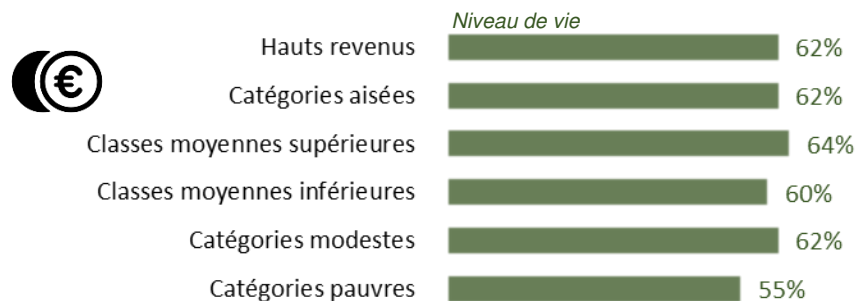
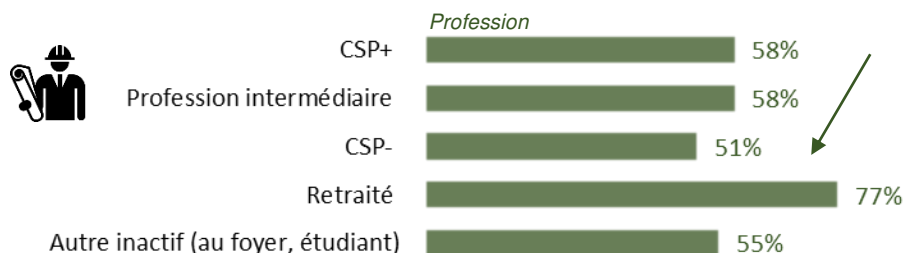
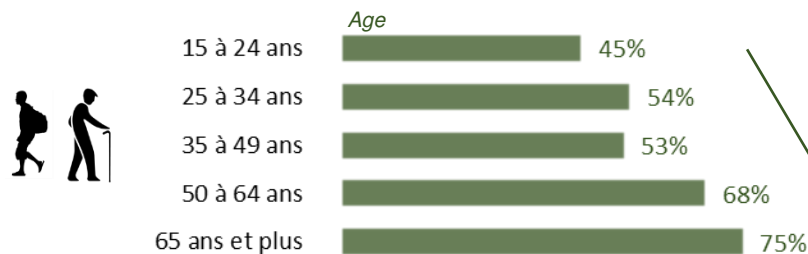
L'attention portée au gaspillage alimentaire

QUESTION : D'une manière générale, êtes-vous très attentif, plutôt attentif, plutôt pas attentif ou pas attentif du tout à ne pas jeter de produits alimentaires ?



L'attention portée au gaspillage alimentaire

TOTAL : « TRES ATTENTIF » = 60%



Les raisons principales du gaspillage des produits alimentaires

QUESTION : Il vous arrive peut-être de jeter des produits alimentaires encore emballés et non consommés. La plupart du temps, pour quelle raison, jetez-vous ces produits ... ?

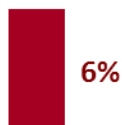
Parce que le produit n'était pas visible dans le réfrigérateur / dans le placard et vous avez oublié de le consommer



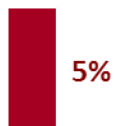
Parce que vous n'arrivez pas toujours à évaluer correctement ce dont vous avez besoin au moment de vos achats (achat en double, quantité non adaptée de certains produits...)



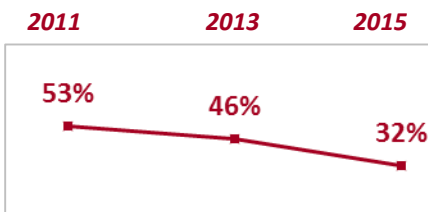
Parce que vous avez acheté ce produit mais finalement vous ne l'aimez pas



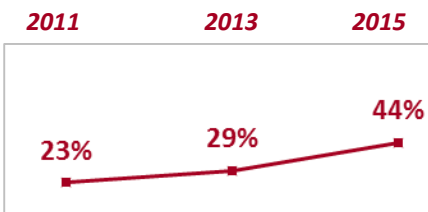
Parce que vous ne faites pas attention, vous faites vos courses à intervalles très réguliers et vous remplacez systématiquement les anciens produits par ceux achetés



Je ne jette jamais/ je n'ai jamais de reste (1)



TOTAL Jette des produits alimentaires, non consommés
55%
(2011 = 77% ; 2013 = 70%)



⁽¹⁾ Cette modalité de réponse n'était pas suggérée lors des éditions 2011 et 2013, Ce changement dans les modes de passation implique d'interpréter les évolutions avec prudence.

Les raisons de l'attention portée à la question du gaspillage alimentaire

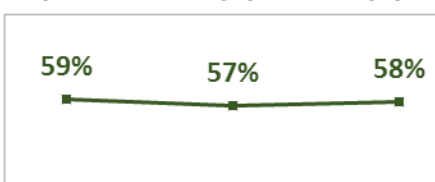
QUESTION : Pour quelle raison êtes-vous attentif à ne pas jeter de produits alimentaires ?

Base : Personnes déclarant être « très » ou « plutôt » attentif à ne pas jeter de produits alimentaires, soit 93% de l'échantillon

Par principe, vous n'aimez pas le gaspillage d'une manière générale



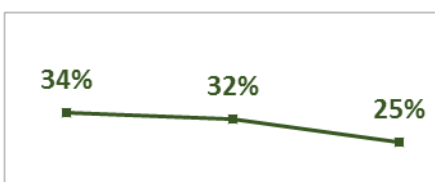
2011 2013 2015



Par habitude, cela vient de votre éducation



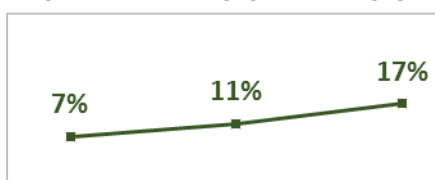
2011 2013 2015



Par souci d'économie

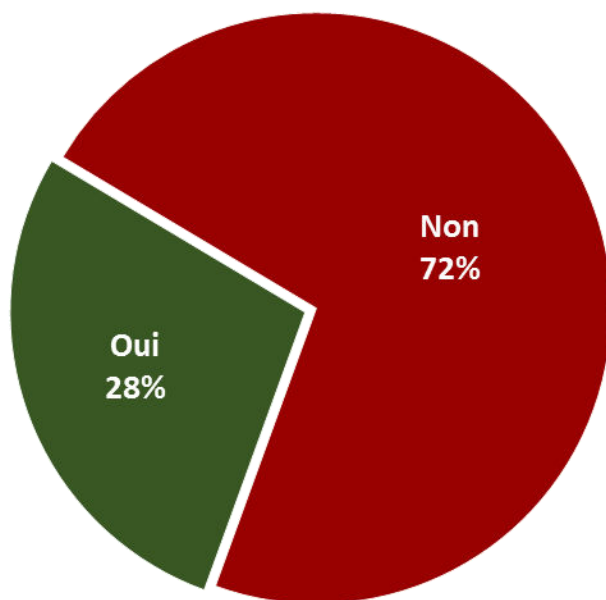


2011 2013 2015

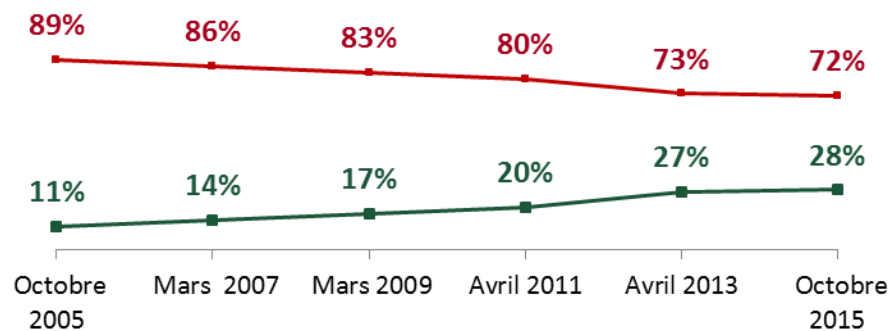


L'indication sur sa boîte aux lettres du souhait de ne pas recevoir d'imprimés publicitaires

QUESTION : Avez-vous indiqué sur votre boîte aux lettres que vous ne souhaitez pas recevoir d'imprimés publicitaires ?

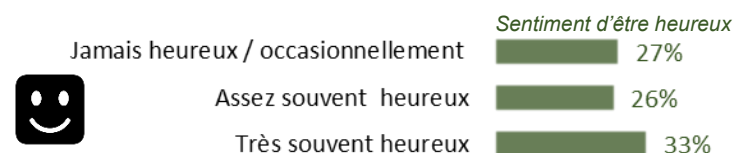
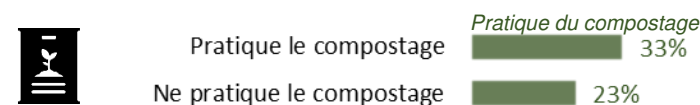
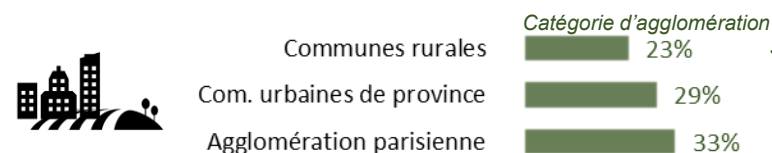
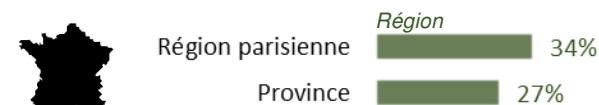
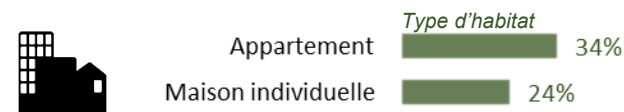
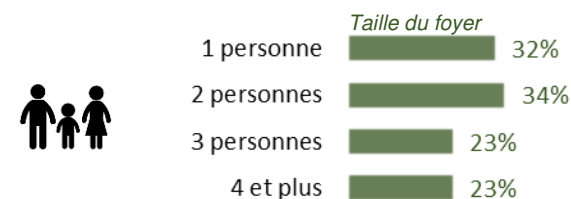
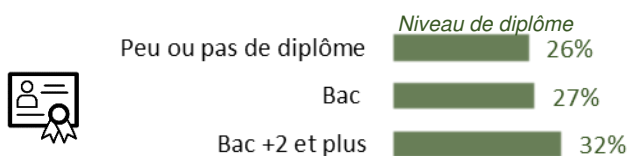
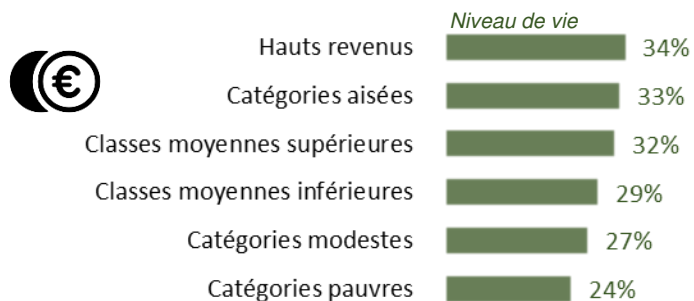
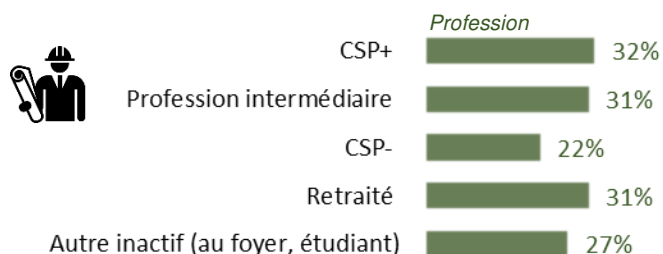
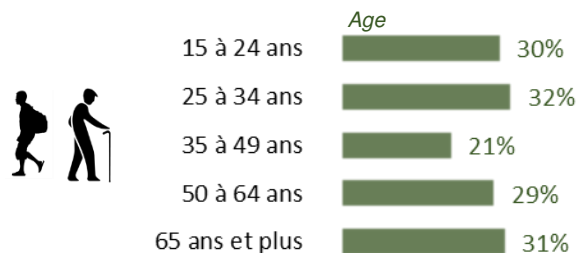


Evolutions



Indication de son souhait de ne plus recevoir d'imprimés publicitaires

TOTAL : « OUI » = 28%



Ce qu'il faut retenir...

Les salariés très favorables aux actions de prévention des déchets sur leur lieu de travail

Les salariés identifient difficilement les actions en faveur de la réduction des déchets mises en place par leur employeur, mais cette démarche fait consensus quand elle est connue. En effet, **un tiers des actifs témoigne de la mise en place d'actions en faveur de la réduction des déchets sur son lieu de travail (34%)** - surtout les professions libérales et cadres supérieurs (45%), une démarche qui recueille une forte adhésion de la part des salariés, **la totalité d'entre eux estimant que c'est une bonne chose (98%) voire une très bonne chose (72%)**.

Un rejet affirmé du gaspillage alimentaire, qui se vérifie dans les pratiques

Neuf Français sur dix affirment être attentif à ne pas jeter de produits alimentaires (93%), voire très attentif pour six sur dix d'entre eux (60%) et notamment au sein des personnes âgées de 50 ans et plus (68%-75%), vivant seules (65%), pratiquant le compostage (66%), se rendant dans des marchés (65%) ou des ventes directes (67%). A l'inverse celles appartenant aux catégories sociales les plus modestes sont plus nombreuses à ne pas y porter attention (15% des catégories pauvres se déclarent pas attentif), probablement en ce que **l'argument économique a peu de d'impact sur la vigilance autour du gâchis alimentaire (17% seulement des personnes ayant dit être attentives au gaspillage alimentaire s'en expliquent par souci économique)**. L'éducation est davantage citée (25%) ou, plus encore, le principe même de jeter de la nourriture (58%), qui se suffit en lui-même.

Dans les faits, **la moitié des interviewés déclare ne jamais jeter (44%)**. Ce décalage avec l'attention portée au gaspillage déclarée peut s'expliquer dans un premier temps par la formulation de l'item en ce qu'il paraît quasiment impossible pour un foyer de ne rien jeter. Dans un second temps, on observe également que **les raisons principales du gaspillage relèvent davantage d'une action involontaire** – « le produit n'était pas visible dans le réfrigérateur » (32%) - que délibérée – « vous n'arrivez pas toujours à évaluer correctement ce dont vous avez besoin au moment de vos achats » (13%), « vous avez acheté ce produit mais finalement vous ne l'aimez pas » (6%), « vous ne faites pas attention » (5%).

Les moins gaspilleurs sont plutôt caractérisés par des critères sociaux que par ceux dont le profil témoigne d'une certaine sensibilité à l'environnement : 50 ans et plus (56%-60%), des personnes vivant seules (50%). A l'inverse, les moins de 35 ans (26%), les employés (32%) et les personnes vivant dans un foyer de 4 personnes et plus (34%) affirment moins que les autres « ne pas jeter ».

Un Stop Pub loin d'être un automatisme, mais qui petit à petit se fait sa place

Bien que toujours minoritaire dans les pratiques des Français, le recours et le taux d'apposition de l'auto-collant stop-pub concerne près de trois Français sur dix (28%), une proportion qui ne cesse de progresser d'année en année et qui, sur un intervalle de dix ans, a progressé de 17 points. Notons que ce taux d'apposition est directement corrélé au niveau de vie des interviewés (plus présents chez les hauts revenus) ainsi que dans les zones les plus urbaines (et notamment dans les foyers franciliens).

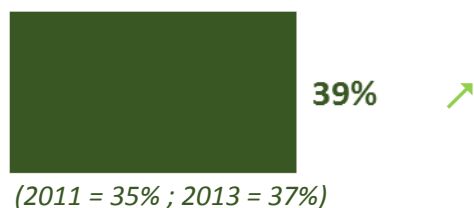
Le compostage des déchets de cuisine ET des déchets verts

QUESTION : Que faites-vous principalement de vos déchets de cuisine (restes de repas, épluchures de légumes,...) ?

Vous mettez ces déchets dans la même poubelle que les autres déchets ménagers



Vous les séparez des autres déchets pour faire du compostage



Vous les séparez des autres déchets pour les donner à des animaux



TOTAL des Français pratiquant le compostage : 50%
(2011 = 49% ; 2013 = 47%)

QUESTION : Que faites-vous principalement de vos déchets verts, tontes de gazon, taille de haies, pelouses... ?

Base : Personnes vivant en pavillon

Vous les compostez **43%**
(2011 = 43% ; 2013 = 46%)

Vous les apportez en déchèterie **32%**
(2011 = 42% ; 2013 = 36%)

Vous les utilisez en paillage ou vous les laissez en place **12%**

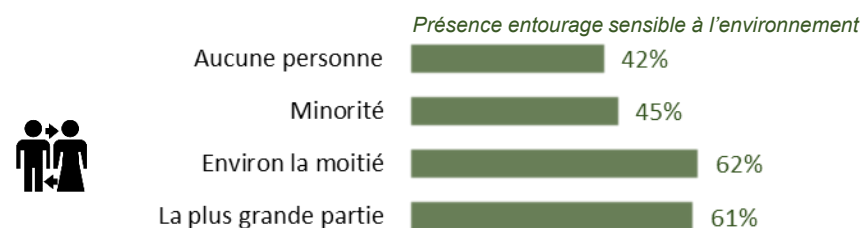
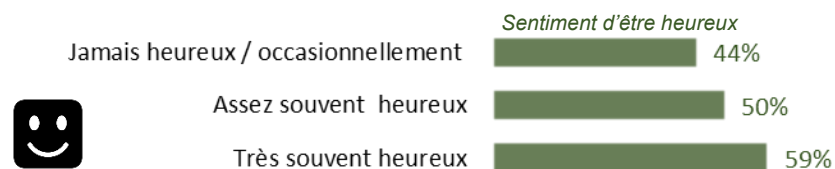
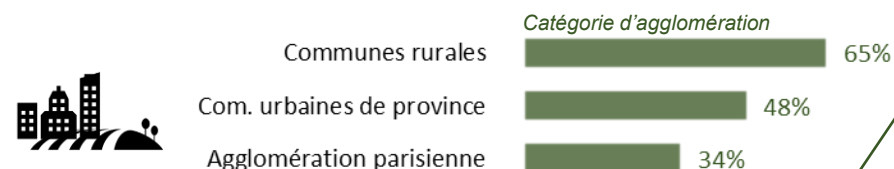
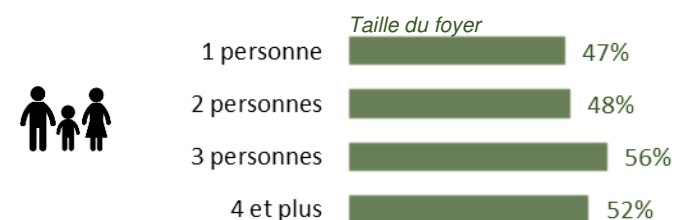
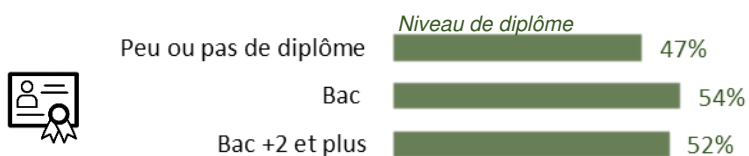
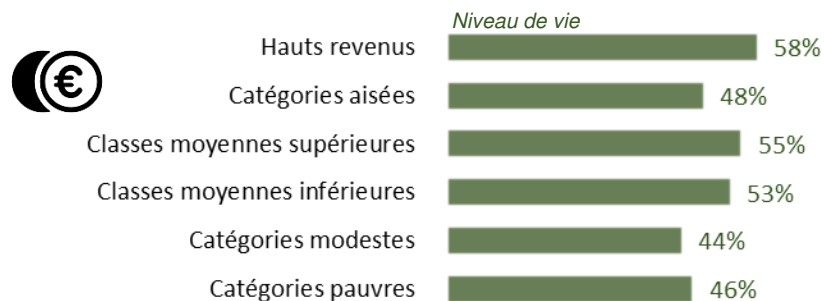
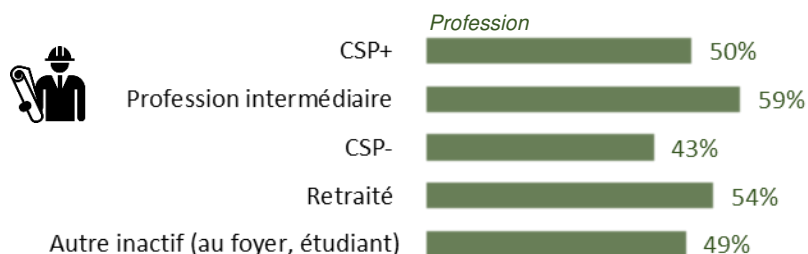
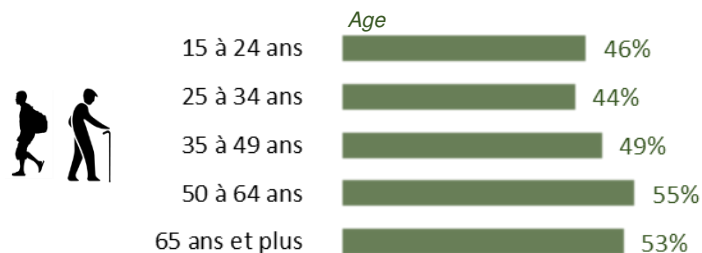
Ils sont collectés au porte-à-porte **11%**

Vous mettez ces déchets dans la même poubelle que les autres déchets ménagers **4%**

Vous les brûlez à l'air libre **4%**

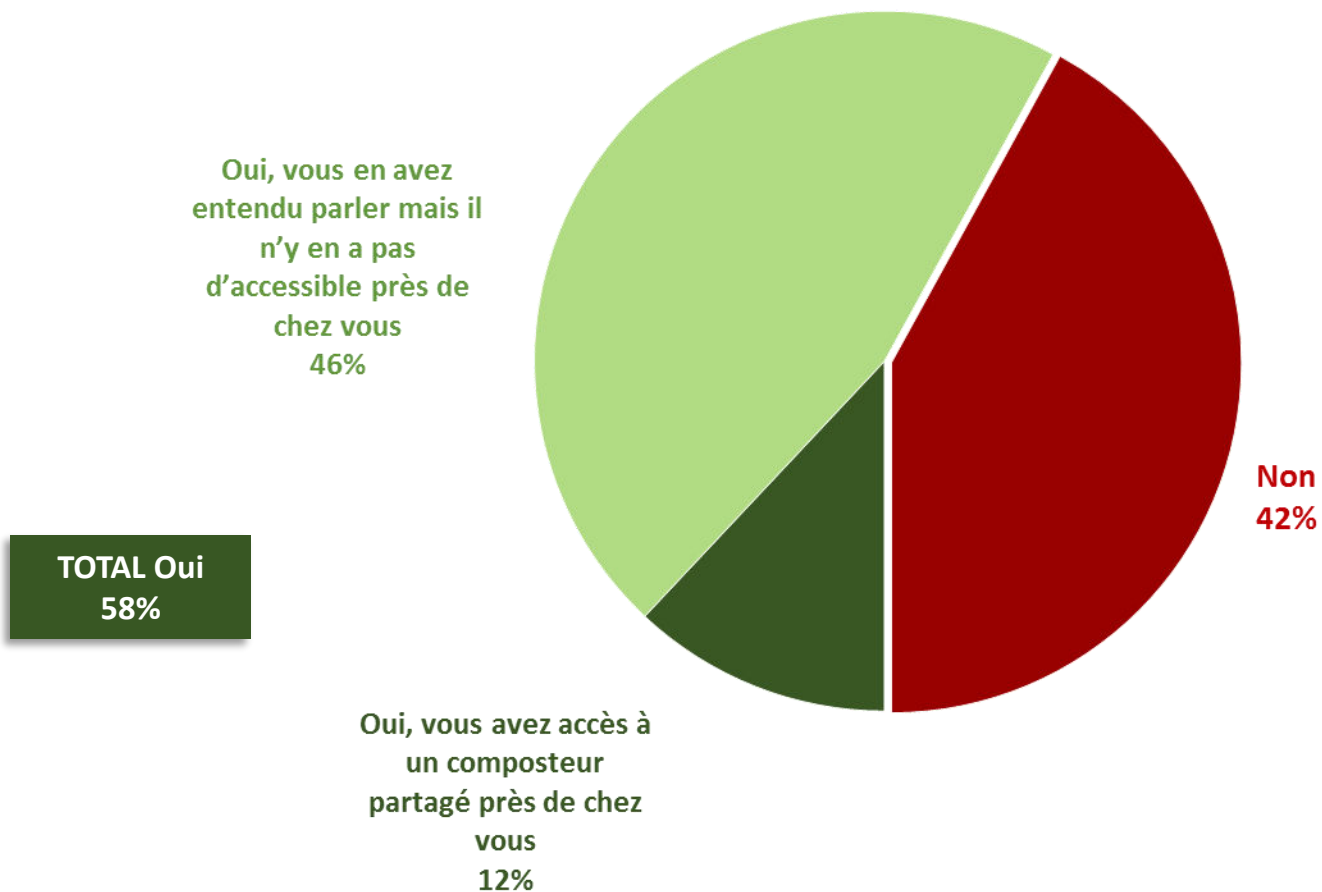
Le profil de ceux qui compostent

TOTAL : « COMPOSTENT » = 50%



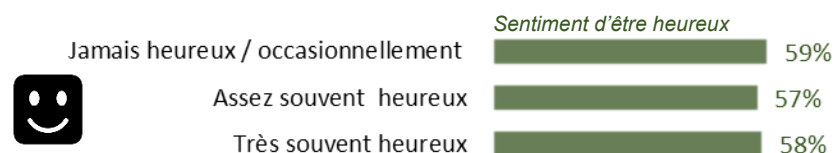
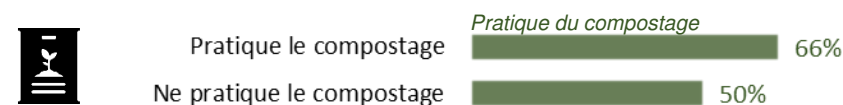
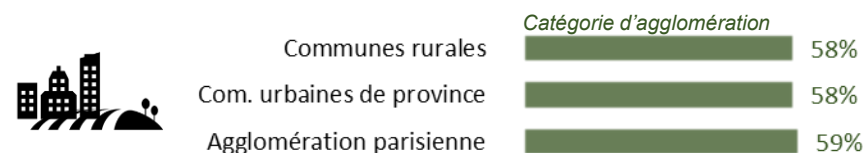
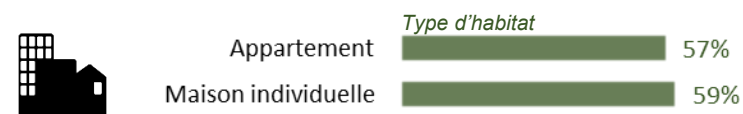
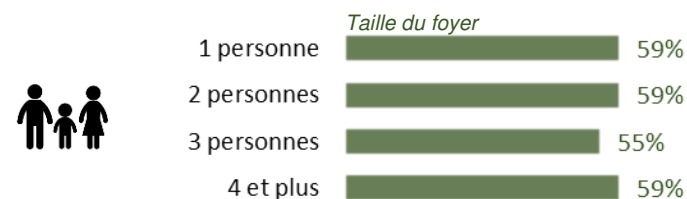
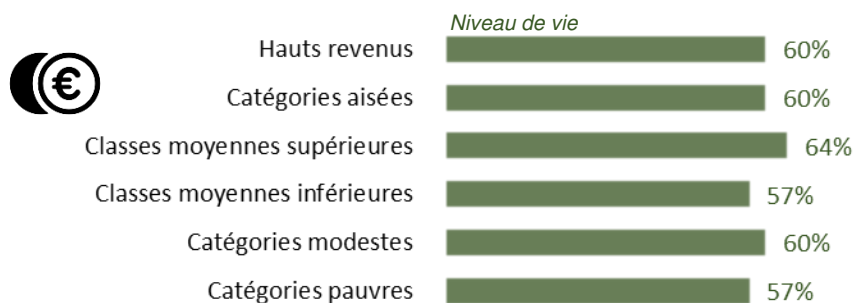
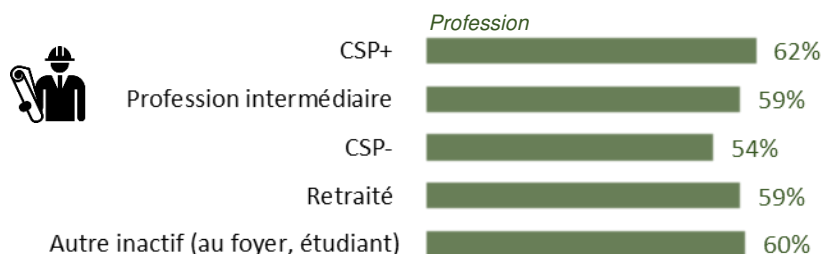
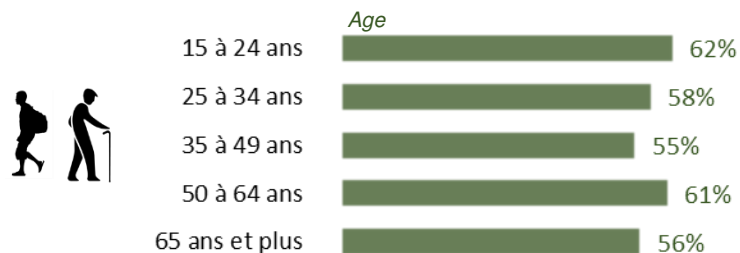
La notoriété du compostage partagé

QUESTION : Avez-vous entendu parler, ne serait-ce que de nom du compostage partagé (ou collectif) mis en place en bas de certains immeubles ou au sein d'un quartier (un composteur utilisé par plusieurs habitants) ?



Le profil des connaisseurs du compostage partagé

TOTAL : « CONNAIT » = 58%



Ce qu'il faut retenir...

Un peu plus de la moitié des Français trie ses déchets de cuisine (restes de repas, épluchures de légumes, etc.), soit en les donnant à des animaux (17%), soit en faisant du compost (39%). A contrario, ils sont 44% à déclarer mettre ces détritiques dans la même poubelle que les autres déchets ménagers, ce qui s'explique notamment pour des raisons pratiques ; habitant en zone urbaine et en particulier en agglomération parisienne (61% des habitants d'Ile-de-France ne trient pas leurs déchets de cuisine), en appartement (61%) au sein d'un foyer d'une personne (49%), ces Français n'ont pas forcément la place ou le matériel pour trier. **Quant aux déchets verts pour les interviewés habitant dans une maison, seuls 4% ne les trient pas ou les font brûler.** Le tri des déchets verts apparaît particulièrement ancré dans les pratiques des personnes ayant un jardin via le compostage (43%), l'apport en déchèterie (32%), la collecte en porte-à-porte (11%) ou encore le paillage (12%).

Au final, **un Français sur deux pratique le compostage (50%).** Les personnes privilégiant les achats en coopératives bio (61%) et en ventes directes (63%) affirment davantage le faire, tout comme, de manière assez logique, les ruraux (65%) et les personnes vivant dans une maison isolée (70%). Aussi, **l'initiative visant à mettre en place des composteurs partagés en bas de certains immeubles ou au sein d'un quartier semble-t-elle pertinente pour encourager les Français ne bénéficiant pas de ces conditions idéales pour faire du compost (vivant en appartement, au sein de petit foyer, etc.).**

Celle-ci est pour le moment connue par près de la moitié des interviewés (58%) et en particulier de ceux affichant déjà une certaine fibre écologiste à savoir des personnes pratiquant le compost (66%), proches des mouvements écologistes (80%) et privilégiant les marchés (62%), les coopératives bio (71%) et les ventes directes (69%). A ce stade de la mise en œuvre de ce dispositif en revanche, 12% des Français déclarent y avoir accès près de chez eux. Un résultat encourageant à ce stade, bien que l'on puisse s'interroger à ce stade sur la réelle compréhension de la réalité concrète de ce qu'est le compostage partagé.

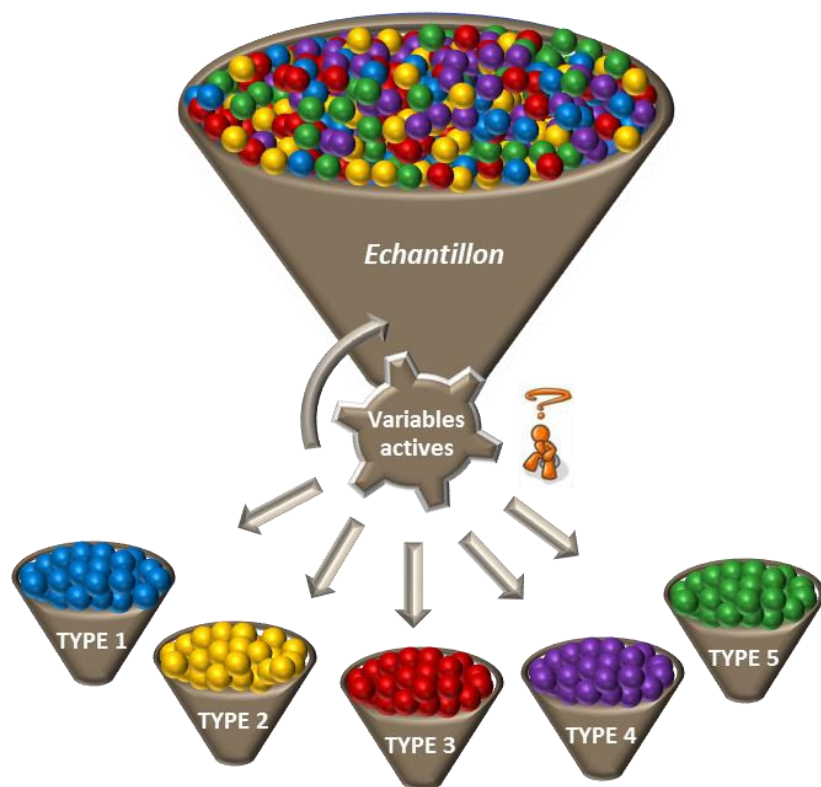
E | La typologie

Le principe de la typologie

La typologie permet de caractériser la population en fonction de **ses représentations, attitudes et comportements afin de dégager des groupes d'individus de telle sorte que :**

- ✓ Chaque groupe soit homogène en son sein (les caractéristiques des personnes appartenant au même groupe sont aussi proches que possible)
- ✓ Chaque groupe soit exclusif par rapport aux autres (les caractéristiques des personnes appartenant à des groupes différents sont aussi différentes que possible.)

La définition des différents groupes, dont le nombre oscille généralement entre 4 et 6, se fait sur la base de variables dites actives, c'est-à-dire discriminantes. Ces variables sont pertinentes au regard du sujet de l'étude et doivent être posées à l'ensemble de l'échantillon.



Les Français et la prévention des déchets : une typologie en 4 groupes

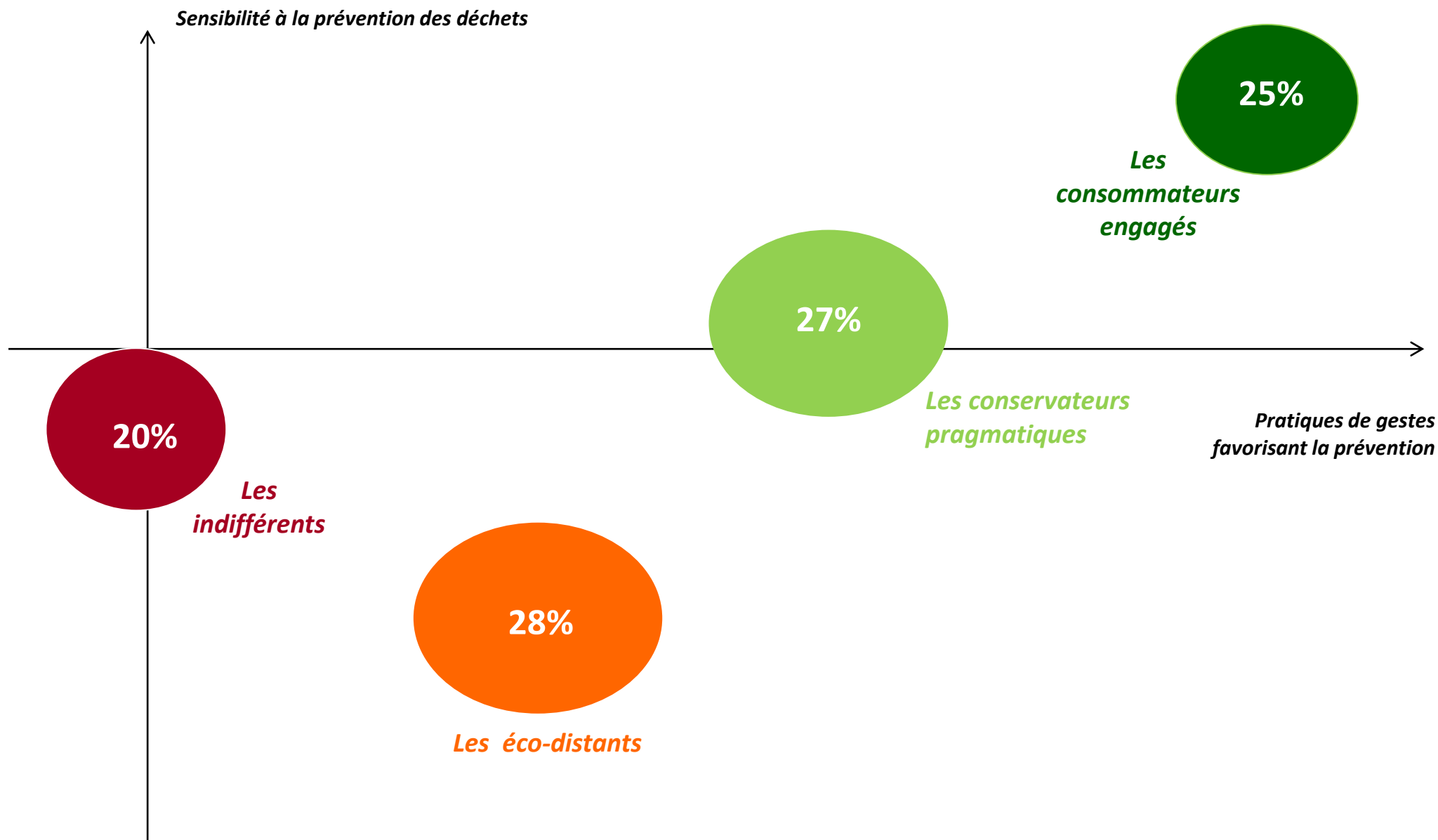
Les variables définies comme « actives » sont les suivantes :



- Les achats éco-citoyens, fréquence de mise en œuvre
- Les comportements éco-citoyens, fréquence de mise en œuvre
- Les jugements sur la quantité de déchets produits au sein de la société
- La capacité à produire moins de déchets dans le foyer
- Prendre en compte le critère environnemental dans l'acte d'achat

Les autres variables (autres questions et renseignements signalétiques) permettent de caractériser chacun des groupes. La mention d'une caractéristique pour un groupe donné ne signifie pas forcément que cette caractéristique est dominante mais seulement qu'elle est significativement plus citée que dans un autre groupe.

4 grands profils identifiés au regard de la thématique de la prévention



Groupe 1 : « Les indifférents » (20%)

Ce groupe est celui des quatre qui se détache le plus souvent de manière significative et négative de la moyenne des répondants. Ce groupe est fortement marqué par la jeunesse de ses effectifs (40% de moins de 35 ans) et par leur catégorie sociale d'appartenance modeste ; ce sont des segments de population particulièrement affectés par la situation de crise économique et sociale qui, dans des périodes telles que celle-ci, relaient la protection de l'environnement au second plan de leurs préoccupations. Cela étant dit, au-delà des considérations conjoncturelles, ce groupe s'avère également moins au fait tant de l'impact de la production de déchets sur l'environnement que sur les gestes qui permettent de la réduire. Enfin, l'absence de mise en pratique des actions dont l'impact financier est pourtant neutre finit de traduire leur certaine nonchalance, voire même indifférence.

Groupe 2 : « Les éco-distants » (28%)

Ce groupe est le plus difficile à appréhender : le plus souvent dans la moyenne, il s'en démarque tantôt positivement et tantôt négativement sur différentes actions, sans qu'aucune justification n'émerge clairement. Aussi, considérant leur détachement à l'égard de leur responsabilité personnelle en matière de production de déchets, il est possible de conclure que ces « éco-distants » agissent principalement au gré de leurs habitudes, que celles-ci soient favorables à la prévention des déchets (attention portée au gaspillage, moins d'achat de lingettes) ou non (moins de réparation ou de compostage), bien plus que par une fibre environnementale exacerbée. C'est pourquoi, en amont d'un éventuel changement de leurs pratiques, c'est une réelle prise de conscience de l'impact de leurs actions individuelles sur l'environnement qui doit avoir lieu, incitant à faire évoluer leurs habitudes.

Groupe 3 : « Les consommateurs engagés » (25%)

Ce groupe est celui qui se détache quasi-systématiquement positivement par rapport à la moyenne des répondants et cela de manière significative. Sensibles aux problèmes environnementaux et familiers du concept de prévention des déchets, les personnes de ce groupe veillent particulièrement à limiter leurs détrit. Cette vigilance est ancrée dans leurs pratiques, et notamment dans leur consommation – qu'elles sont libres d'orienter grâce à un pouvoir d'achat solide. Mais leur engagement ne s'arrête pas là et, malgré un lieu de vie traditionnellement observé comme étant moins propice à la prévention des déchets, elles s'attachent à mettre en pratique les gestes quotidiens visant à réduire leur production de déchets (compost, gaspillage, etc.)

Groupe 4 : « Les conservateurs pragmatiques » (27%)

Sensibles à la cause environnementale et conscients de l'impact de la production de déchets sur l'environnement, les « conservateurs pragmatiques » continuent néanmoins d'être guidés par ce qu'ils estiment comme relevant du bon sens. Aussi sont-ils plutôt volontaires pour agir en faveur d'une réduction des déchets, tant que ces actions demeurent pratiques et impliquent un investissement personnel limité. Enfin, un peu plus âgés, ils s'avèrent également moins familiers des nouvelles pratiques de réutilisation des produits (récupération et réemploi).

PROFIL SOCIO- DÉMOGRAPHIQUE

Ce groupe, le **moins important des quatre** compte une forte proportion :

- ✓ De personnes de moins de 35 ans (40%) réparties équitablement entre les 15-24 ans (21%) et les 25-34 ans (19%) ;
- ✓ D'inactifs, probablement des étudiants (22% vs 18%), les non diplômés étant légèrement plus représentés (9% vs 6%) ;
- ✓ De personnes s'estimant tendanciellement peu responsables des achats dans leur foyer ;
- ✓ De personnes vivant en Province, dans les communes rurales (29%) - ce sont les plus ruraux des quatre groupes ;
- ✓ De personnes vivant dans les foyers les plus modestes (30% appartiennent aux catégories pauvres vs 20% en moyenne) ;
- ✓ De personnes éprouvant assez peu le sentiment de bonheur (42% affirment qu'ils ne sont jamais heureux, ou occasionnellement vs 33% en moyenne)

RAPPORT À LA PREVENTION

- ✓ **Ce groupe est particulièrement ambivalent car tout en étant moins conscient que les autres que la société dans son ensemble produit trop de déchets (90% vs 96% en moyenne), ses membres s'avèrent plus affirmatifs quant à leur responsabilité personnelle dans ce processus.** Ainsi, sept sur dix d'entre eux estiment que son foyer produit trop de déchets (70% vs 60%), tout comme ils tendent un peu plus que les autres à penser qu'ils produisent plus de déchets comparativement à la moyenne des Français (17% vs 12%). Pour autant, cette prise de conscience ne s'accompagne pas d'une plus grande propension ressentie à les réduire (68% reconnaissent qu'ils pourraient en générer moins vs 70%). **Dès lors, ce groupe présente la particularité d'être relativement au fait de la quantité de déchets qu'il produit, sans pour autant considérer l'impact de son cas personnel sur l'ensemble de la collectivité** – ou alors en est conscient, mais l'assume ; de telle sorte que l'éventualité de réduire la quantité de déchets au sein de son foyer n'apparaît pas comme une priorité.

CONNAISSANCE DES GESTES PRÉVENTION

- ✓ **Les gestes relatifs à la prévention des déchets sont moins notoires auprès des membres de ce groupe, qui sont 80% à déclarer connaître ces déchets et un peu plus d'un quart à affirmer « beaucoup » les connaître (27% vs 39% en moyenne).** Dans le détail, il apparaît en effet que les personnes appartenant à ce profil sont moins en mesure de citer des gestes/actions permettant de réduire la quantité de déchets (58% vs 64%), notamment en ce qu'ils pensent moins que les autres à l'achat de produits sans ou avec moins d'emballage (20% vs 26%). Par ailleurs, elles associent moins que les autres l'allongement de la durée de vie des produits avec une logique de protection de l'environnement (30% sont tout à fait d'accord avec l'idée que garder un vêtement longtemps est bon pour l'environnement vs 41%). A l'inverse, elles sont celles qui pensent le plus au tri sélectif (50%) au sein des quatre différents groupes.
- ✓ **L'écart de notoriété entre les « indifférents » et l'ensemble des Français n'est en revanche pas reproduit au sujet des gestes permettant de réduire la nocivité des détritrus** (42% déclarent connaître des gestes, contre 45% en moyenne).

ACHATS ECO-CITOYENS

COMPORTEMENTS ECO-CITOYENS

AUTRES PRATIQUES « VERTES »

- ✓ Les « indifférents » sont systématiquement moins enclins à réaliser des achats éco-citoyens, ce qui s'explique notamment par le jeune âge qui les caractérise (on les imagine donc peu responsables des achats dans leur foyer) mais aussi par leur pouvoir d'achat probablement plus restreint. Aussi, exception faite de la vaisselle jetable (seul achat qui ne va pas dans le sens de la prévention des déchets) et du fromage blanc en gros pot (qui peut-être justifié par un gain économique immédiat), ils sont significativement plus nombreux que les autres à ne pas acheter les différents produits considérés (de +4 points par rapport à la moyenne pour les biscuits conditionnés dans un seul paquet à +14 points pour les produits ménagers portant l'Ecolabel européen).
- ✓ On observe par ailleurs que **ces interviewés n'ont pas encore de critères d'achat affirmés** : ils ne cherchent pas plus que les autres le prix bas, la praticité, la longévité des produits ou même à respecter l'environnement à travers leurs choix de consommation (68% disent prendre en compte le respect de l'environnement dans leurs achats vs 74 % en moyenne).

Venant confirmer cette distance manifeste à l'égard des achats éco-citoyens, la moindre fréquence de réalisation des gestes éco-citoyens est avérée au sein de ce groupe : à 5 reprises, ce profil se distingue de manière significative en déclarant plus que les autres ne jamais réaliser les différentes actions testées (de +4 points pour les sacs réutilisables à +9 points pour la réparation du matériel hi-fi, des chaussures et aussi du don/revente). En revanche, l'achat de seconde main, la location d'outils de bricolage et la consommation d'eau du robinet ne sont pas moins boudés par ce groupe (ils sont aussi nombreux que les autres à ne jamais le faire), en dépit d'une fréquence moindre de réalisation de ces gestes (moins d'interviewés déclarent faire le geste toujours ou presque/souvent).

D'autres indicateurs appuient cette faible mobilisation en matière de prévention des déchets dans ce groupe :

- ✓ En dépit de leur localisation géographique (plus rurale que la moyenne), **ils ne sont pas plus vigilants que les autres à l'égard de l'isolement des déchets** : 39% séparent leurs déchets de cuisine pour faire du compostage (égal à la moyenne) et au global la moitié réalise du compost (déchets de cuisine et déchets verts confondus). Ils sont néanmoins un peu moins concernés par le compostage partagé (du fait de la plus forte présence d'espaces ruraux au sein de ce groupe certainement, 37% disent connaître le concept sans qu'il soit présent près de chez eux vs 47%).
- ✓ Les « indifférents » respectent moins les doses indiquées sur les produits d'entretien (66% vs 81% en moyenne).
- ✓ Ils affirment également être moins attentifs au gaspillage alimentaire (83% vs 93%), mais sans pour autant jeter beaucoup plus que les autres (40% n'ont jamais de restes vs 44%).
- ✓ Ce sont enfin **les moins concernés des quatre groupes par l'autocollant Stop-Pub** qui n'est mis en place que par 29% des personnes de ce groupe contre 28% en moyenne.

Ce groupe est celui des quatre qui se détache le plus souvent de manière significative et négative de la moyenne des répondants. Ce groupe est fortement marqué par la jeunesse de ses effectifs (40% de moins de 35 ans) et par leur catégorie sociale d'appartenance modeste ; ce sont des segments de population particulièrement affectés par la situation de crise économique et sociale qui, dans des périodes telles que celle-ci, relaient la protection de l'environnement au second plan de leurs préoccupations. Cela étant dit, au-delà des considérations conjoncturelles, ce groupe s'avère également moins au fait tant de l'impact de la production de déchets sur l'environnement que sur les gestes qui permettent de la réduire. Enfin, l'absence de mise en pratique des actions dont l'impact financier est pourtant neutre finit de traduire leur certaine nonchalance, voire même leur indifférence.

Groupe 2: « Les éco-distants » (28%)



PROFIL SOCIO- DÉMOGRAPHIQUE

Ce groupe, le plus important numériquement des quatre, se démarque peu sur ses critères économiques, sociaux ou géographiques. Aussi, ce sont plutôt en tendance :

- ✓ Des femmes, sans que cette légère surreprésentation soit significative (54% vs 52%) ;
- ✓ Résidant un peu plus que la moyenne dans le Nord Ouest (27% vs 23%) et dans des communes rurales (26% vs 23%) ;
- ✓ Leurs pratiques d'achat témoignent d'une certaine vigilance apportée aux dépenses et d'un acte de consommation raisonné : peu affirment aimer avoir des équipements dernier cri (38% vs 43%), suivre la mode (48% vs 41%) ou céder à la tentation (5% sont tout à fait d'accord avec cette idée vs 8%). En revanche, le critère du prix est davantage mis en avant qu'au sein des autres groupes (88% vs 83% pour le groupe 1 et 3, 85% pour le groupe 4) ;
- ✓ Des personnes estimant un peu plus que les autres que leur entourage n'est pas sensible à la question des déchets (Aucune personne : 18% vs 15%).

RAPPORT À LA PREVENTION

Conscient de l'importance de la quantité de déchets générée par l'ensemble de la société (96%), ce groupe se démarque néanmoins par son absence de considération de sa production personnelle de détritrus. En effet, c'est le seul des quatre groupes dont moins de la moitié des interviewés estime produire trop de déchets au sein de son foyer (42% vs 60% en moyenne). Plus encore, seuls 4% d'entre eux estiment générer plus de déchets que la moyenne des Français (vs 12%) et moins de la moitié juge qu'ils pourraient en produire moins (43%) ; une part nettement inférieure à ce qui est observée dans les trois autres groupes (68% pour le groupe 1, 95% pour le groupe 3 et 76% pour le groupe 4). Ainsi ces personnes semblent se caractériser en premier lieu par un manque de discernement quant à leurs pratiques, que celui-ci relève ou non d'une certaine innocence –leur affirmation plus élevée que la moyenne de ne pas prendre en compte le respect de l'environnement dans leurs achats tend à conclure par la négative (42% vs 26% en moyenne).

CONNAISSANCE DES GESTES PRÉVENTION

- ✓ **Les gestes et actions permettant de réduire la quantité des déchets sont connus par ce groupe autant que par la moyenne des Français (85%), tout comme leur aptitude à les restituer (67% citent des actions permettant effectivement de les réduire).** Dans le détail, seule la préférence pour l'achat de produits sans ou avec moins d'emballage est un peu moins restituée (22% vs 26%).
- ✓ **Toutefois, l'écart de notoriété se creuse avec la moyenne nationale concernant les gestes et actions permettant de réduire la nocivité des déchets, 34% des « éco-distants » affirment les connaître (vs 45% en moyenne). En réalité, ils s'avèrent plutôt modestes,** considérant les taux de citations à la question de notoriété prouvée, ces interviewés étant autant en mesure que les autres de citer des gestes et actions pour réduire la dangerosité des détritrus (12% vs 14%).

ACHATS ECO-CITOYENS

Les « éco-distants » réalisent moins la plupart des achats éco-citoyens testés que la moyenne, ce qui vient confirmer encore leur absence consciente de prise en compte de l'environnement dans leur acte d'achat. Dans le détail, ils achètent significativement moins de fromage à la coupe que pré-emballé (21% vs 40%), des produits nettoyants ménagers qui portent l'Ecolabel européen (21% vs 31%), des piles rechargeables plutôt que jetables (38% vs 42%), des féculents en vrac plutôt qu'en sachet (14% vs 24%). A l'inverse, ils tendent significativement plus que les autres à se procurer des produits nettoyants ménagers en flacon plutôt que des lingettes pré-imprégnées (89% vs 80%).

COMPORTEMENTS ECO-CITOYENS

Sur les gestes éco-citoyens, leur posture est complexe :

- Ils tendent à favoriser certaines actions de réemploi comme le don ou la revente d'objets (78% vs 69%) ainsi que l'achat de seconde main (40% vs 35%), laissant supposer qu'ils attachent de l'importance à ne pas jeter...
- ... mais sont moins enclins à faire réparer tant leurs chaussures (12% le font toujours ou presque vs 17%) que leurs appareils électroménagers (12% vs 17%)
- Parallèlement, des actions facilement réalisables sont parfois davantage mises en pratique par ce groupe par rapport à la moyenne nationale – boire de l'eau du robinet (88% vs 65%) – parfois dans la même mesure – utiliser des sacs réutilisables (82% vs 81%).

AUTRES PRATIQUES « VERTES »

Les autres indicateurs utilisés pour cette enquête témoignent également d'une posture quelque peu ambivalente :

- ✓ D'un côté le compostage des déchets de cuisine est moins fréquent auprès des membres de ce groupe (33% vs 39%), celui des déchets verts l'est dans la même mesure qu'auprès de l'ensemble des Français. **Au final, sur les déchets verts et les déchets de cuisine, 44% des « éco-distants » réalisent du compost (vs 50%).** Par ailleurs, ils sont moins au fait du compostage partagé, notamment en ce qu'ils affirment moins que les autres avoir accès à un composteur partagé près de chez eux (8% vs 12%).
- ✓ De l'autre, sur le gaspillage, ils se distinguent positivement puisqu'ils sont ceux qui produisent le moins de restes (52% vs 44%) - sans pour autant affirmer davantage que les autres être attentifs au gaspillage alimentaire (94%) –, une bonne pratique qu'ils justifient pour beaucoup par principe, car ils n'aiment pas jeter de la nourriture (64% vs 58%). Le profil plus féminin du groupe explique probablement en partie cette tendance.

Ce groupe est le plus difficile à appréhender : le plus souvent dans la moyenne, il s'en démarque tantôt positivement et tantôt négativement sur différentes actions, sans qu'aucune justification n'émerge clairement. Aussi, considérant leur détachement à l'égard de leur responsabilité personnelle en matière de production de déchets, il est possible de conclure que ces « éco-distants » agissent principalement au gré de leurs habitudes - que celles-ci soient favorables à la prévention des déchets (attention portée au gaspillage, moins d'achat de lingettes) ou non (moins de réparation ou de compostage) – bien plus que de leur fibre environnementale exacerbée. C'est pourquoi, en amont d'un éventuel changement de leurs pratiques, c'est une réelle prise de conscience de l'impact de leurs actions individuelles sur l'environnement qui doit avoir lieu, incitant à faire évoluer leurs habitudes.

PROFIL SOCIO- DÉMOGRAPHIQUE

Ce groupe est plus fortement constitué :

- ✓ De femmes, même si l'écart n'est pas significatif (54% de femmes vs 52% en moyenne) ;
- ✓ De personnes résidant en agglomération parisienne (22% vs 17%) plutôt qu'en zones rurales notamment (18% vs 23%) et, conséquemment vivant davantage que les autres en appartement (47% vs 41%). Ce sont les plus urbains ces quatre groupes ;
- ✓ Les professions libérales et cadres supérieurs sont également plus représentés que dans l'échantillon national au sein des chefs de famille (17% vs 12%) ;
- ✓ Des personnes plutôt issues des hauts revenus (12%) ou des catégories aisées (13%) sans pour autant que cela soit significatif. Leurs attitudes d'achat sont celles d'individus bénéficiant d'un pouvoir d'achat leur permettant de céder au dernier cri (16% sont tout à fait d'accord vs 10%), à la mode (16% vs 9%) ou à la tentation (14% vs 8%) tout en respectant l'environnement (37% vs 17%).
- ✓ De personnes potentiellement sensibilisées à la cause environnementale évoluant dans un entourage concerné (16% vs 11% considèrent la plus grande partie de leur entourage attentive à la quantité de déchets qu'elles produisent) ;

RAPPORT À LA PREVENTION

Ce groupe considère bien plus que les autres que la société dans son ensemble produit trop de déchets (73% l'estiment tout à fait, soit 11 points de plus que la moyenne) **et parallèlement qu'eux-mêmes produisent, au sein de leur foyer, trop de déchets** (19% en sont convaincus contre 13% en moyenne). Aussi, même si l'écart entre la responsabilité collective et la responsabilité individuelle est tout aussi conséquent qu'auprès de l'échantillon national, **ils sont plus nombreux à estimer produire plus de détritux comparativement à la moyenne des foyers français (22% vs 12%) et la quasi-unanimité d'entre eux estime pouvoir en produire moins (95% vs 70%) !** Ainsi, tout en étant davantage sensibilisés à la prévention des déchets, ils sont également plus volontaires.

CONNAISSANCE DES GESTES PRÉVENTION

- ✓ **Les « consommateurs engagés » sont très familiers des gestes permettant de réduire la quantité de déchets, plus de la moitié d'entre eux affirmant « beaucoup » les connaître (59% vs 39%)** ; une notoriété prouvée en l'espèce par leurs réponses à la question ouverte : 72% citent des actions permettant directement de prévenir la production de déchets (contre 64% au niveau national) et notamment l'achat de produits avec moins d'emballage (37% vs 26%). Ils pensent également plus que les autres à l'apport en déchèterie et à la pratique du recyclage, sans pour autant que ces gestes aient un impact direct sur la réduction de déchets. Par ailleurs la quasi-totalité d'entre eux voient, à juste titre, le fait de garder un vêtement longtemps comme une bonne action pour l'environnement (53% l'estiment même tout à fait vs 41%).
- ✓ **La notoriété des gestes et actions permettant de réduire la nocivité des déchets est également un peu plus importante auprès de ce groupe d'individus, mais demeure bien moindre à celle relative aux gestes de prévention (60% vs 45% en moyenne).** Dans le détail néanmoins, ces interviewés citent globalement les mêmes gestes que la moyenne des Français et pensent plutôt aux actions liées au tri des déchets dangereux (notamment à l'apport en déchèterie, 25% vs 19%) qu'à celles réduisant leur nocivité.

ACHATS ECO-CITOYENS

Attestant de leur volonté de prendre en compte le respect de l'environnement dans leurs achats, les « consommateurs engagés » sont systématiquement plus enclins à réaliser des achats éco-citoyens, ce qui s'explique à la fois par leur sensibilité plus affirmée que la moyenne à la cause environnementale et notamment à la prévention des déchets, mais aussi par leur pouvoir d'achat que l'on imagine tendanciellement plus élevé que dans les autres groupes. Enfin, il est possible que leur environnement urbain souvent caractérisé comme étant peu propice aux actions de prévention des déchets, les pousse à compenser via une consommation plus responsable. Aussi, ils sont toujours significativement plus nombreux que les autres à acheter le produit proposé (de +8 points par rapport à la moyenne pour les produits ménagers en flacon plutôt que les lingettes pré-imprégnées à +30 points pour les éco-recharges des assouplissants ou l'achat de fromage à la coupe plutôt que pré-emballé). Petit bémol néanmoins : ils sont également plus friands que les autres de la vaisselle jetable en plastique (41% vs 25%).

COMPORTEMENTS ECO-CITOYENS

De la même façon, on observe que ce groupe met systématiquement plus en œuvre tous les gestes éco-citoyens qui leur sont soumis. Ainsi, exceptions faites des actions les plus réalisées par les Français dans leur ensemble (boire de l'eau du robinet et utiliser des sacs en tissu), les écarts sont toujours de plus de 20 points entre la réalisation quasi-systématique (toujours ou presque/souvent) des gestes éco-citoyens par les « consommateurs engagés » par rapport à celle de l'échantillon national. Les individus de ce groupe se révèlent notamment plus adeptes de la réparation qu'ils pratiquent beaucoup plus systématiquement tant pour les appareils électroménagers (71% vs 45%) que pour leurs chaussures (74% vs 38%).

AUTRES PRATIQUES « VERTES »

Cette forte implication en matière de prévention des déchets est également prouvée dans les autres « petits gestes » :

- ✓ En dépit de leur localisation géographique (agglomération parisienne), **ce sont les plus motivés par le compostage** : six sur dix réalisent du compost (contre la moitié en moyenne), qu'il s'agisse de compostage des déchets de cuisine (49% vs 39%) ou du compostage des déchets verts (39% vs 32%). Du fait d'un tissu géographique plus urbain, ils sont également plus familiers du compostage partagé, 19% ayant accès à un composteur partagé près de chez eux (vs 12%).
- ✓ Ces personnes sont également plus respectueuses des doses indiquées sur les produits d'entretien (61% les respectent tous les jours ou presque vs 50% en moyenne) et sont plus attachées à l'autocollant Stop Pub (42% vs 28%).
- ✓ **Quant au gaspillage alimentaire, 68% des « consommateurs engagés » affirment y être très attentifs (vs 60% en moyenne), sans pour autant jeter moins que les autres néanmoins (43% n'ont jamais de restes, comme l'ensemble des Français).**
- ✓ Enfin, la mise en place d'actions en faveur de la réduction des déchets est plus commune sur le lieu de travail de ces interviewés (au sein desquels les CSP+ sont plus représentées) (44% vs 34%), qui estiment quasiment tous que c'est une bonne chose (97%).

Ce groupe est celui qui se détache quasi-systématiquement positivement par rapport à la moyenne des répondants et cela de manière significative. Sensibles aux problèmes environnementaux et familiers du concept de prévention des déchets, les personnes de ce groupe veillent particulièrement à limiter leurs détritrus. Cette vigilance est ancrée dans leurs pratiques, et notamment dans leur consommation – qu'elles sont libres d'orienter grâce à un pouvoir d'achat solide. Mais leur engagement ne s'arrête pas là et, malgré un lieu de vie traditionnellement analysé comme moins propice à la prévention des déchets, elles s'attachent à mettre en pratique les gestes quotidiens visant à réduire leur production de déchets (compost, gaspillage, etc.).

PROFIL SOCIO- DÉMOGRAPHIQUE

Ce groupe est plus fortement constitué :

- ✓ D'hommes, même si l'écart n'est pas significatif (53% d'hommes vs 48% en moyenne), âgés de plus de 35 ans (77% vs 70% en moyenne), équitablement répartis sur les tranches d'âge au-delà de 35 ans : 35-49 ans (26%), 50-64 ans (27%), 65 ans et plus (24%) ;
- ✓ La région du Nord Pas de Calais est particulièrement représentée avec 10% des individus du groupe y résidant (contre 6% en moyenne) ; ce sous-échantillon tend par ailleurs moins que les autres à vivre en appartement (36% vs 41%) ;
- ✓ De personnes plutôt peu sensibilisées à la cause environnementale par leur entourage : 59% d'entre eux estiment qu'une minorité de leur entourage est attentive à la quantité de déchets produite (vs 53%), 7% que c'est la majeure partie de leurs proches (vs 11%) ;
- ✓ A l'inverse, les personnes issues de catégories pauvres sont sous-représentées dans ce groupe (14% vs 20%), dans lequel on ne distingue pas pour autant de catégories sociales élevées. **Leur profil de consommateur témoigne toutefois d'un pouvoir d'achat correct, voire confortable** : attirance pour les produits dernier cri (50% vs 43%), moins d'achat à bas prix sans se soucier de la durée de vie (22% vs 31%).

RAPPORT À LA PRÉVENTION

L'intégralité de ce groupe considère que la société dans son ensemble produit trop de déchets (99%) sans que ce consensus se réitère à l'égard de leur production individuelle (63%) attestant d'une certaine sensibilité à la cause environnementale et à la production de déchets, **mais d'une absence de remise en question de son cas personnel**. Plus encore, ils sont plus convaincus que les autres groupes que leur production de déchets n'est pas supérieure à la moyenne des Français (aucun n'en étant tout à fait convaincu, contre 4% en moyenne), mais admettent dans le même temps davantage pouvoir en produire moins (76% vs 70%) ! **Aussi ces « conservateurs pragmatiques » semblent-ils volontaires tout en gardant une certaine distance avec les jugements potentiellement culpabilisateurs qui pourraient leur être adressés.**

CONNAISSANCE DES GESTES PRÉVENTION

- ✓ **Ce groupe de « conservateurs pragmatiques » connaît les gestes permettant de réduire la quantité de déchets dans la même mesure que l'ensemble des Français (88%),** même s'ils citent un peu moins de gestes de prévention que les autres (59% vs 64%). Aussi, alors qu'ils affirment privilégier la praticité et la longévité des produits, ils ne pensent pas nécessairement à faire le lien avec le gaspillage et la prévention des déchets – 90% d'entre eux estiment tout de même, quand cela leur est demandé, que garder un vêtement longtemps est bon pour l'environnement.
- ✓ **Comme pour l'ensemble des Français, leur connaissance des gestes visant à réduire la nocivité des déchets est bien moindre à que celle relative aux gestes de prévention (43%).** Dans le détail, ces interviewés citent globalement les mêmes gestes que l'échantillon national et pensent davantage aux actions liées au tri des déchets dangereux (85%) qu'à celles réduisant leur nocivité (11%).

ACHATS ECO-CITOYENS

COMPORTEMENTS ECO-CITOYENS

AUTRES PRATIQUES « VERTES »

- ✓ Les premiers critères d'achat de ces « conservateurs pragmatiques » sont la praticité (91% vs 87%) et la solidité (92% vs 88%) sans y voir nécessairement une démarche environnementale (75% affirment prendre en compte le respect de l'environnement dans leurs achats, un chiffre semblable à la moyenne nationale).
- ✓ Cette recherche de la praticité se retrouve dans les achats éco-citoyens plus ou moins réalisés par ce groupe comparativement à la moyenne nationale : la préférence pour la lessive concentrée (72% vs 64%) et pour les produits nettoyeurs ménagers en flacon plutôt qu'en lingette (87% vs 81%) témoigne notamment d'un certain bon sens dans leur choix de produits (plus transportables, moins lourds ou moins encombrants), quand l'achat de féculents en vrac est, lui, davantage source de contraintes en ce qu'il nécessite un déplacement dans un point d'achat spécifique et qu'il faut penser également à le stocker (17% vs 24%). Par ailleurs, il est assez logique que ce conditionnement relativement récent séduise moins un groupe dont la moyenne d'âge est plutôt élevée.

Exception faite des sacs réutilisables, tous les gestes éco-citoyens proposés sont moins pratiqués par les individus de ce groupe. Aussi, toutes les actions liées au réemploi (don et revente, achat de seconde main, location et emprunt d'outils de bricolage) comme celles liées à la réparation (du matériel électronique ou des chaussures) sont significativement moins mises en pratique par ces « conservateurs pragmatiques » qui, probablement du fait de leur âge plus élevé, sont moins familiers de ces nouveaux modes de consommation qui tendent à devenir « tendance ». Par ailleurs, fort est à parier que ces « consommateurs pragmatiques » n'en voient pas l'intérêt à titre personnel ou en tout cas que la balance bienfaits pour l'environnement/engagement personnel se joue trop à la défaveur du second. Jugés probablement peu pratiques (recherche, déplacement, temps, etc.), ces gestes sont mis au second plan.

Le pragmatisme qui guide ces Français s'illustre également sur d'autres gestes liés à la prévention :

- ✓ Le compostage des déchets verts ou de cuisine est réalisé dans les mêmes proportions que pour l'ensemble de nos concitoyens (46%), mais les « conservateurs pragmatiques » tendant néanmoins un peu plus que les autres à jeter leurs déchets de cuisine dans la même poubelle que les autres déchets ménagers (50% vs 44%) quand ils sont significativement plus adeptes de la collecte en porte-à-porte pour leurs déchets verts (18% vs 13%).
- ✓ **L'ensemble du groupe s'accorde sur l'attention portée au gaspillage alimentaire (97% vs 93%), probablement en ce que cela relève du bon sens, mais s'avère jeter un peu plus que l'ensemble des Français (38% affirment ne pas avoir de restes, contre 44%), notamment car ils portent une moindre attention aux produits présents dans leur réfrigérateur.**
- ✓ Enfin, les actifs interviewés témoignent un peu moins d'actions en faveur de la réduction des déchets sur le lieu de travail de (28% vs 34%), mais jugent tous que c'est une bonne chose.

Sensibles à la cause environnementale et conscients de l'impact de la production de déchets sur l'environnement, les « conservateurs pragmatiques » continuent néanmoins d'être guidés par ce qu'ils estiment comme relevant du bon sens. Aussi sont-ils plutôt volontaires pour agir en faveur d'une réduction des déchets, tant que ces actions demeurent pratiques et impliquent un investissement personnel limité. Enfin, un peu plus âgés, ils s'avèrent également moins familiers des nouvelles pratiques de réutilisation des produits (récupération et réemploi).

ANNEXES

| L'analyse par segment



Les 65 ans et plus partagent davantage l'avis que la société dans son ensemble produit trop de déchets, mais admettent moins volontiers produire des déchets à titre individuel, quand les plus jeunes (moins de 35 ans) reconnaissent facilement produire trop de déchets dans leur foyer, ou en tout cas, plus que la moyenne des Français. Reconnaissons toutefois à ces derniers qu'ils constituent pour l'essentiel de petits foyers (d'une ou deux personnes) et produisent dès lors mécaniquement peu de déchets.

Leur profil d'acheteur diffère également en ce que les 65 ans et plus mettent davantage en avant les critères de solidité et de praticité, tout comme celui du respect de l'environnement. A l'inverse, les plus jeunes tendent plus que leurs aînés à privilégier l'achat à court terme, à savoir la mode ou le dernier cri et cèdent dès lors plus facilement à la tentation. De plus, conséquence d'un pouvoir d'achat certainement plus restreint, ils sont plus nombreux à affirmer acheter à bas prix, sans prendre en compte la durée de vie du produit.

En matière d'achat éco-citoyens plus spécifiquement, les jeunes sont également en retrait : ils expérimentent ainsi moins souvent l'achat de produits nettoyants en flacon plutôt qu'en lingette, ou de lessive concentrée, d'écorecharges pour l'assouplissant, de fromage blanc en grand conditionnement ou de fromage à la coupe. Par ailleurs, les moins de 35 ans mettent également moins en œuvre 3 des gestes écocitoyens proposés (l'usage d'un sac réutilisable, le don de vêtements ou de jouets et la réparation des chaussures chez le cordonnier), mais se révèlent plus enthousiastes que les autres à l'égard des gestes de réemploi, notamment les 25-34 ans (emprunt et location des outils de bricolage, achat de seconde main) ; des items où les plus âgés, probablement moins familiers de ces pratiques qui redeviennent à la mode, sont en retrait.

La sensibilité environnementale plus prononcée des personnes plus âgées se confirme au sujet du gaspillage en déclaratif mais aussi en ce qu'ils affirment davantage ne jamais avoir de restes, les jeunes étant plus enclins que les autres à ne pas voir les produits dans leur réfrigérateur ou à ne pas consommer des produits achetés qu'ils n'apprécieraient pas.

Il en va de même pour la pratique du compostage des déchets de cuisine, moins réalisé par les 15-24 ans.



En toute logique, les retraités affichent un positionnement similaire aux personnes les plus âgées de l'échantillon et témoignent d'une sensibilité plus forte que leurs cadets à la prévention des déchets. En conséquence de quoi les actifs paraissent comparativement moins enclins que les autres à réaliser des achats ou des gestes écocitoyens. Cela dit, d'autres clivages se font jour en leur sein, et l'on remarque notamment que les CSP les plus modestes semblent adopter des postures moins « écologiquement responsables » que les autres. Par exemple, leur profil d'acheteur montre une propension à une consommation moins réfléchie, basée sur l'envie et la recherche du prix bas plutôt que sur la solidité et la durée de vie du produit. Dans le détail, on observe que les CSP- (qui regroupent les employés et les ouvriers) mettent moins en avant que les CSP + (agriculteurs, cadres supérieurs professions libérales) ou les professions intermédiaires certains gestes éco-citoyens (achat d'éco-recharges, de fromage à la coupe, de produits ménagers avec le label éco-européen), sans pour autant qu'il y ait une logique économique derrière (l'usage de sacs réutilisables, la réparation des chaussures chez le cordonnier, l'affichage du stop pub sont des pratiques non onéreuses qu'ils mettent également moins en œuvre que la moyenne).

Concernant le gaspillage, les CSP- reconnaissent moins que les autres ne jamais jeter (tout comme les CSP+ cela dit) et ils compostent moins que la moyenne ; des constats qui vont dans le sens de leur impression plus prégnante, par rapport aux autres interviewés, de produire trop de déchets au sein de leur foyer.

De leur côté les CSP + se distinguent sur peu d'actions, mais il convient d'observer qu'ils sont plus nombreux que les autres à avoir noté des actions en faveur de la réduction des déchets sur leur lieu de travail. Quant aux professions intermédiaires, aucune différence significative de résultats ne s'opère à leur égard.

Les personnes ayant le niveau de diplôme le plus faible témoignent d'une moindre conscience de leur production individuelle de déchets par rapport à la moyenne et sont moins d'avis qu'ils pourraient en produire moins.

Dans le détail, on remarque que la réalisation d'achats ou de gestes écocitoyens clive à deux reprises dans des sens opposés selon que l'on ait un diplôme moins ou plus élevé que le Bac : les fromages à la coupe sont, comparativement à la moyenne, davantage achetés par les plus diplômés - et moins par ceux ayant un diplôme inférieur au Bac -, tout comme l'emprunt d'outils de bricolage qui est plus mis en œuvre par les plus diplômés et moins par les peu ou pas diplômés.

Concernant le gaspillage, il apparaît que la production de restes est à même hauteur selon que l'on est diplômé ou pas, mais les plus diplômés justifient davantage leur gaspillage alimentaire par des raisons indépendantes de leur volonté (n'ont pas vu le produit) que par de l'insouciance (ne font pas attention en faisant leurs courses, n'aiment finalement pas le produit) par rapport à l'ensemble des interviewés.



Selon la catégorie d'agglomération :

Les habitants des communes rurales favorisés sur certains aspects de la prévention des déchets

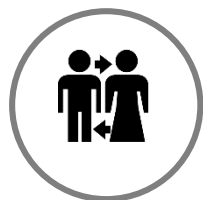
Les habitants des communes rurales reconnaissent moins que les autres produire des déchets au sein de leur foyer, et conséquemment imaginent moins pouvoir limiter cette production.

C'est principalement sur le compost que des différences significatives de pratique se font jour, principalement en ce que les conditions pour le réaliser sont plus ou moins idéales selon le lieu d'habitation de l'interviewé. Aussi, on trouve beaucoup plus de personnes compostant leurs déchets (de cuisine et verts) en zone rurale qu'en agglomération parisienne, ces derniers ayant davantage le réflexe de jeter tous leurs déchets dans la même poubelle.

Le sentiment d'être heureux fortement corrélé à la volonté de réduire sa production de déchets

Les personnes éprouvant peu fréquemment le sentiment de bonheur estiment davantage que les autres produire plus de déchets que la moyenne des Français, tout comme ils pensent davantage qu'ils pourraient en produire moins ; une impression confirmée par la fréquence plus faible de mise en œuvre d'actions allant dans le sens d'une moins grande production de déchets par rapport à la moyenne nationale.

En effet, dans leurs achats, elles tendent globalement plus à acheter en fonction du prix que de la solidité du produit et de sa longévité. Cette logique économique transparaît également dans leur intérêt pour le non gaspillage alimentaire, justifié par intérêt financier. Néanmoins, cette recherche du gain économique (ou tout du moins de la moindre dépense) ne suffit pas à les inciter à réaliser les gestes écocitoyens permettant de moins dépenser (réemploi, réparation). Ces démarches sont en revanche davantage pratiquées par les interviewés affirmant être très fréquemment heureux qui pensent davantage à donner ou à réutiliser des sacs pour leurs achats. De la même façon, ces derniers réalisent significativement plus que la moyenne trois des 11 achats éco-citoyens testés. Les personnes éprouvant plus fréquemment le sentiment de bonheur compostent également plus que la moyenne des Français (notamment leurs déchets de cuisine).



Selon la proximité de l'entourage avec l'aspect environnemental :

Un réel impact de l'entourage sur les pratiques éco-responsables

Les personnes estimant qu'aucune personne dans leur entourage n'est attentive à la production de déchets sont moins au fait des gestes permettant de la prévenir (tout comme des gestes permettant de diminuer la nocivité des déchets). Moins connaisseurs, ils estiment conséquemment moins que les autres pouvoir produire moins de déchets, tout en admettant produire plus de détritiques au sein de leur foyer que la moyenne des Français !

Les personnes ayant au moins la moitié de leur entourage attentive à la quantité de déchets se distinguent de leur côté positivement en mettant davantage en œuvre que les autres des achats écocitoyens (éco-recharges, fromage à la coupe, grand conditionnement) ou des gestes écocitoyens (usage de sacs réutilisables, don, réparation des objets) ; de manière antipodique, 5 des gestes écocitoyens testés sur 8 sont significativement moins mis en œuvre par ceux qui ont moins de la moitié de l'entourage sensible à la production de déchets.

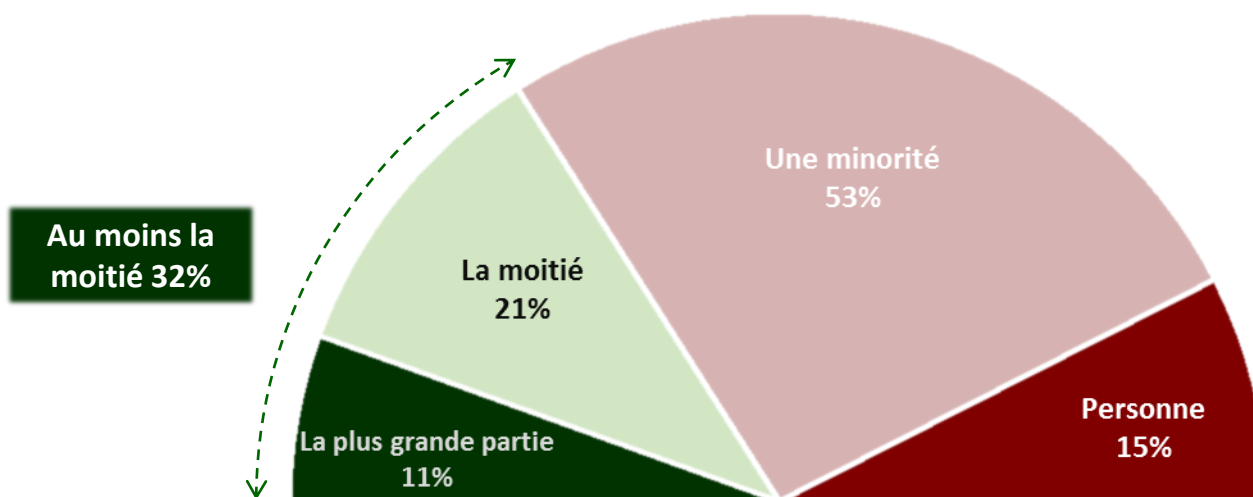
L'attention portée au gaspillage n'est pas clivante en déclaratif, mais il apparaît que les personnes dont l'entourage est peu ou pas sensible à la question de la prévention des déchets ont plus de restes que les autres ; si l'intérêt financier à ne pas jeter est davantage avancé par ces interviewés, celui-ci ne semble visiblement pas suffisant pour prévenir la production de déchets alimentaires.

Quant au compostage : là aussi, les Français dont l'entourage peut servir d'exemple s'en montrent plus friands, compostant davantage que la moyenne (notamment leurs déchets de cuisine).

I Les questions annexes de caractérisation des profils

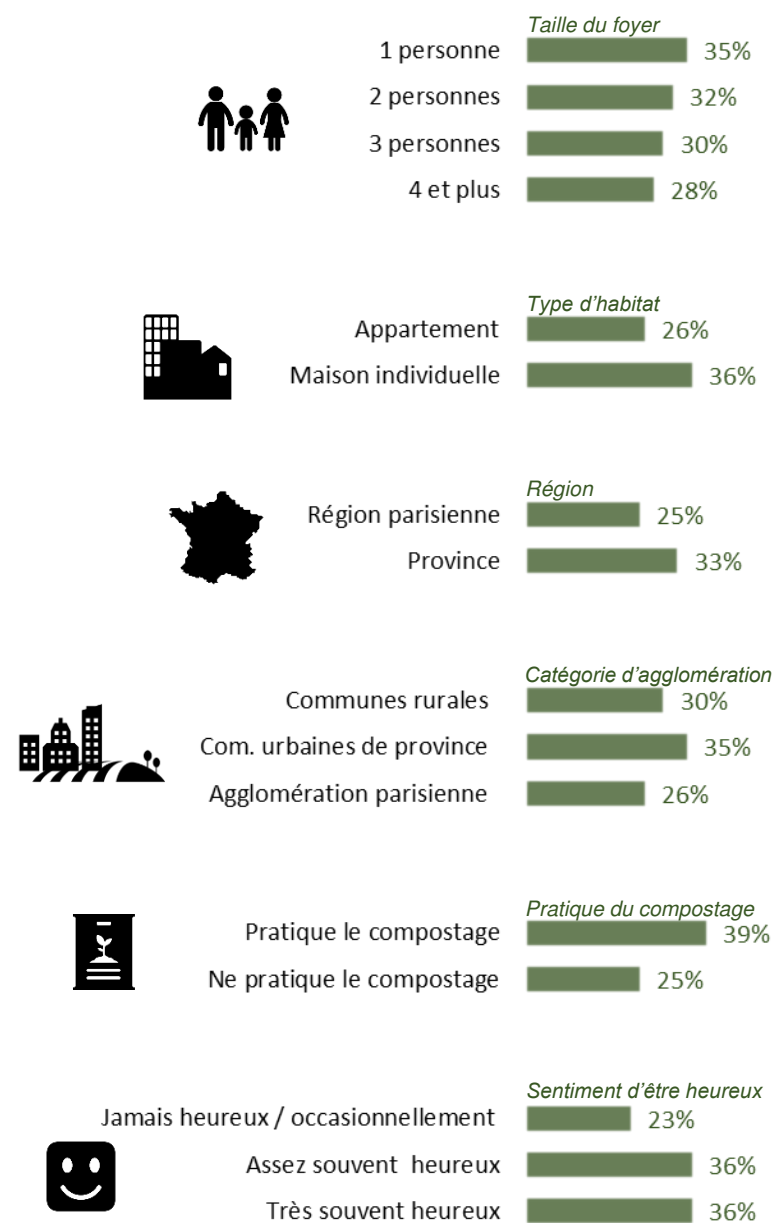
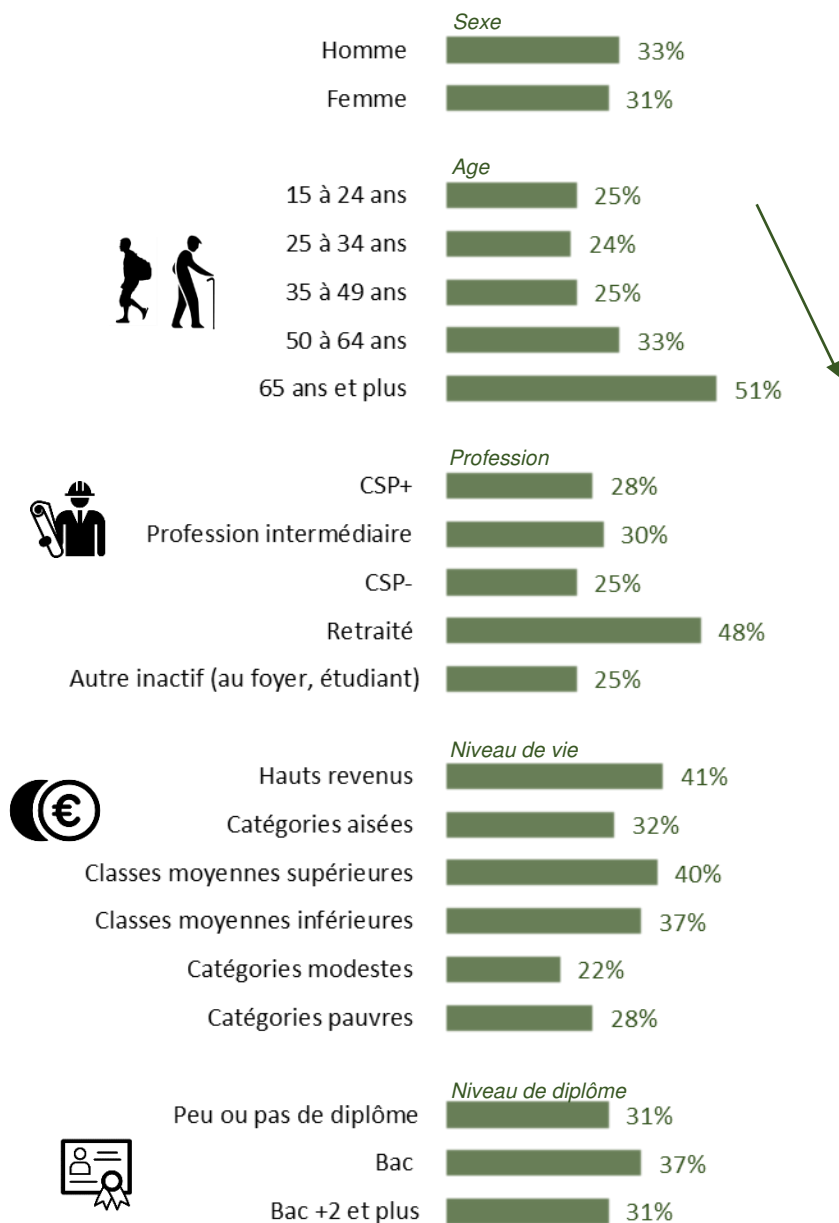
La présence dans son entourage de personnes attentives à la quantité de déchets qu'elles produisent

QUESTION : Avez-vous dans votre entourage (famille, collègues et /ou amis) des personnes qui sont attentifs et vigilants à la quantité de déchets qu'ils produisent ?



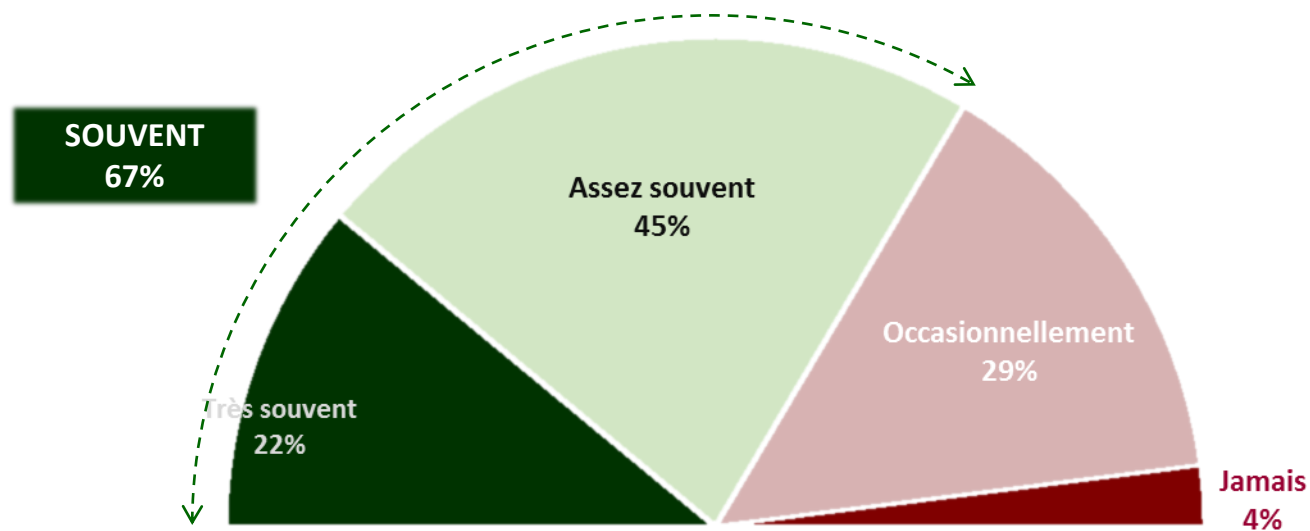
Entourage sensible à la prévention des déchets

TOTAL : « AU MOINS LA MOITIE » = 32%



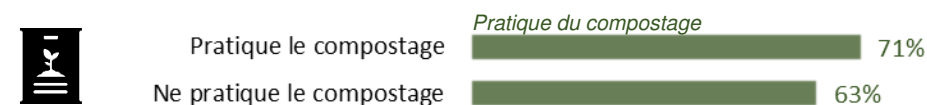
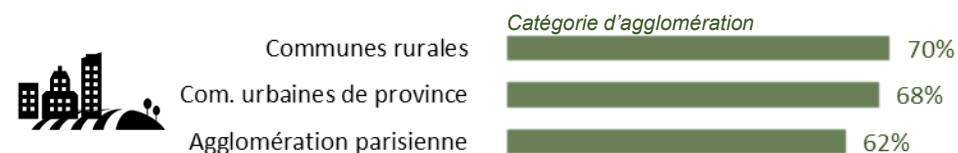
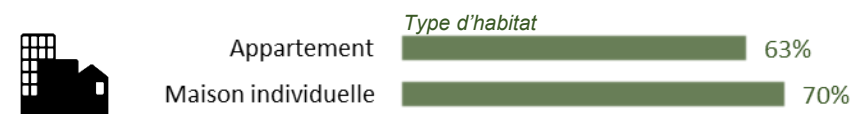
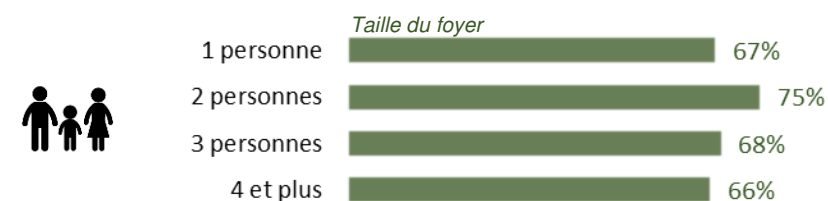
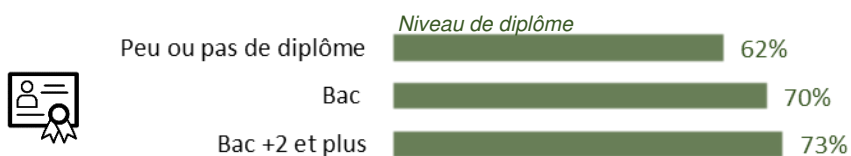
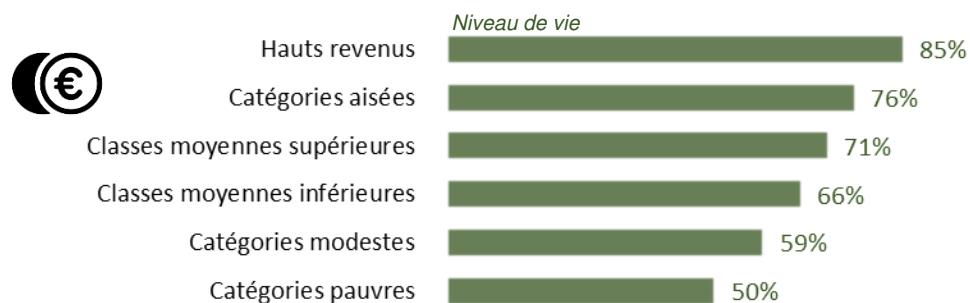
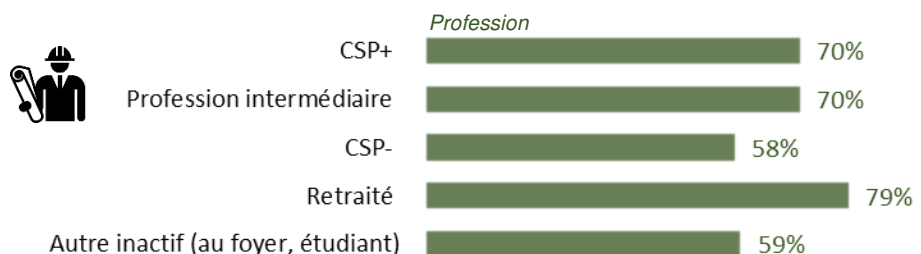
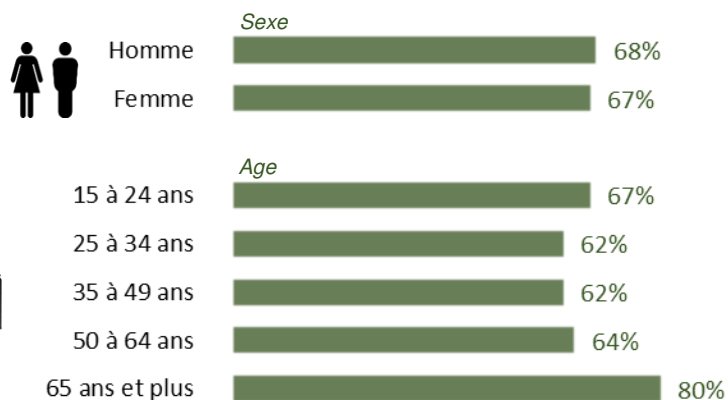
La fréquence du sentiment de bonheur

QUESTION : Dans votre vie actuelle, vous sentez-vous heureux ?



La fréquence du sentiment de bonheur

TOTAL : « SOUVENT » = 67%



| Les indices

Trois indices de mise en œuvre des comportements éco-responsables ont été calculés, selon un mode de calcul identique à celui utilisé lors des précédentes éditions afin de pouvoir garantir la comparaison des chiffres et établir ainsi les éventuelles évolutions.

- ✓ **Un indice d'achat prenant en compte les comportements suivants :**
 - Acheter de la lessive concentrée
 - Acheter des produits nettoyeurs ménagers en flacon plutôt que des lingettes pré-imprégnées
 - Acheter du fromage à la coupe plutôt que pré-emballé
 - Acheter des biscuits conditionnés dans un seul paquet plutôt que des biscuits conditionnés individuellement à l'intérieur d'un paquet
 - Acheter des assouplissants / du savon liquide en éco-recharges

- ✓ **Un indice de comportement prenant en compte les comportements suivants :**
 - Faire réparer vos appareils électroménagers, hi-fi, vidéo et informatiques tombés en panne plutôt que de racheter de nouveaux appareils
 - Faire réparer vos chaussures chez le cordonnier plutôt que de les jeter
 - Donner ou revendre les vêtements, jouets, livres dont vous n'avez plus besoin
 - Pour les livres, meubles ou objets de décoration, acheter des produits d'occasion plutôt que des produits neufs
 - Acheter des bouteilles d'eau de 2 ou 5 litres plutôt que de 1 ou 1.5 litres
 - Louer les outils de bricolage dont vous avez besoin ponctuellement plutôt que de les acheter
 - Respecter les doses indiquées sur l'emballage pour les produits d'entretien
 - Boire de l'eau du robinet

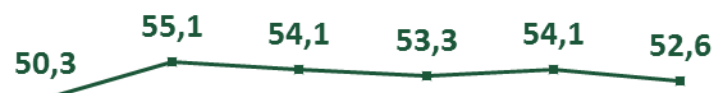
- ✓ **Un indice global de sensibilité à la prévention** prenant en compte à la fois les comportements d'achat et les comportements au quotidien qui correspond à la moyenne pondérée par les personnes concernées des deux indices précédents.

 *Remarque : Les modalités de calcul de cet indice sont inchangées par rapport aux précédentes éditions, attention toutefois, le mode de recueil a évolué. Les enquêtes précédentes ont été réalisées par téléphone sur la base d'un échantillon représentatif de 1000 personnes âgées de 15 ans et plus. La représentativité a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération.*

Les indices de sensibilité à la prévention

Indices 2005 Indices 2007 Indices 2009 Indices 2011 Indices 2013 Indices 2015

Indice global de sensibilité à la prévention



Indice achats "éco-responsables"



Indice comportements "éco-responsables"



Après la stabilisation de l'indice global de sensibilité à la prévention enregistrée sur au cours des dernières mesures, **cette nouvelle édition du baromètre national de prévention des déchets est l'occasion d'un léger tassement de ce dernier**, proche de ce que nous mesurons en 2011, mais toujours supérieur à celui enregistré en 2005.

Ce tassement est occasionné par la diminution des comportements éco-responsables (qui n'a jamais été aussi bas exception faite de l'édition 2005), **l'indice des comportements d'achat demeurant quant à lui stable entre 2013 et 2015**. Aussi, en dépit d'une contraction ressentie du pouvoir d'achat des ménages et d'une diminution de ces réflexes de consommation (moins de personnes achètent « systématiquement » de manière éco-citoyenne), les achats éco-citoyens se maintiennent, en partie grâce à la baisse de la part de personnes ne les réalisant « jamais » : la consommation responsable se démocratise, adoptée par davantage de Français à défaut d'être un réflexe pour une plus petite part d'entre eux, les logiques économiques et pratiques étant toujours fortement corrélées aux actes d'achat. Il convient de préciser que le mode de passation du questionnaire a été modifié pour cette édition 2015. Alors que les questionnaires précédents étaient administrés au téléphone, celui-ci a été auto-administré par Internet. Ce changement de méthodologie a pu avoir un impact sur les fréquences de réalisation des achats ou gestes moins générateurs de déchets (souvent sur-déclarées au téléphone).

Le détail du calcul des indicateurs

Comportements d'achat	Tou- jours	Sou- vent	De temps en temps	Rare- ment	Jamais	Indice par achat	Nombre de personnes concernées
Acheter des produits nettoyeurs ménagers en flacon plutôt que des lingettes pré imprégnées	50 ↘	30 ↗	14 ↗	4 ↘	2 ↘	76,4 ↗	916 ↗
<i>Rappel 2013</i>	55	22	12	6	5	75.1	
Acheter des biscuits conditionnés dans un seul paquet plutôt que des biscuits conditionnés individuellement à l'intérieur d'un paquet	27 ↘	38 ↗	23 ↗	10 ↗	2 ↘	62,3 ↘	902 ↗
<i>Rappel 2013</i>	34	33	20	9	4	64.6	
Pour les assouplissants, le savon liquide, acheter des éco-recharges	27 ↘	27 ↗	20 ↗	11 ↗	15 ↘	53,4 ↗	912 ↗
<i>Rappel 2013</i>	31	23	14	10	21	52.7	
Acheter de la lessive concentrée qui permet d'utiliser moins de produit pour un même résultat	31 ↘	33 ↗	17 ↗	11 ↗	8 ↘	61,1 ↗	958 ↗
<i>Rappel 2013</i>	34	26	12	9	17	57.4	
Acheter du fromage à la coupe plutôt que préemballé	16 ↘	24 ↘	30 ↗	20 ↗	10 ↘	43,5 ↘	956 ↗
<i>Rappel 2013</i>	21	27	21	18	13	48.3	
							4644
Indice achats "éco-responsables" = $\sum (\text{Indice par achat} * \text{nb pers}) / 4644 = 59,2$							



*En 2011, les items Assouplissants et Savon liquide ont été regroupés pour ne former qu'un seul item relatif à l'achat d'éco-recharges..

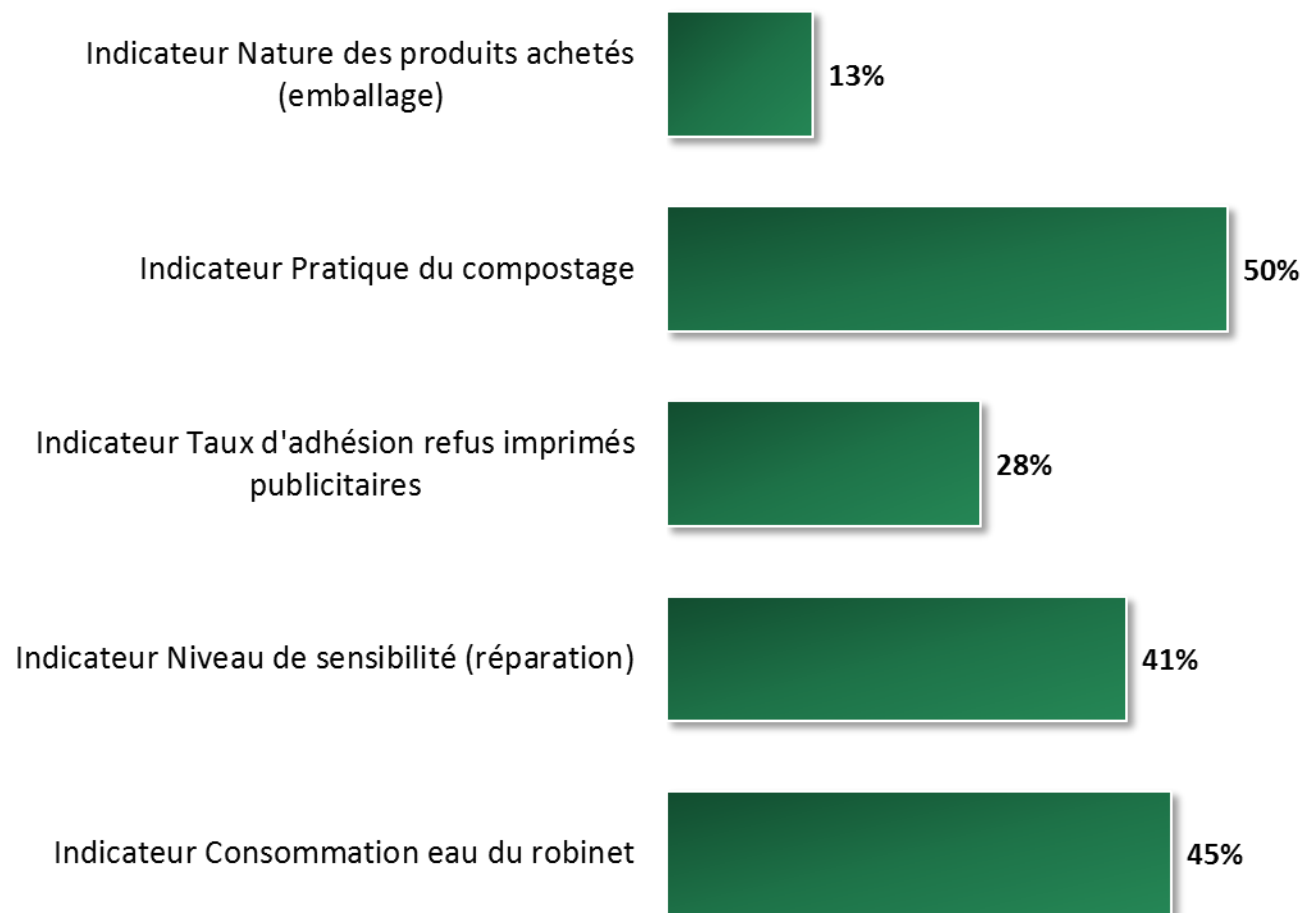
Le détail du calcul des indicateurs

Comportements éco-responsables	Tou- jours	Sou- vent	De temps en temps	Rare- ment	Jamais	Indice par achat	Nombre de personnes concernées
Respecter les doses indiquées sur l'emballage pour les produits d'entretien	49 ↘	31 ↗	13 ↗	5	2 ↘	76,0 ↘	1001
<i>Rappel 2013</i>	69	17	4	4	4	83,1	
Donner ou revendre les vêtements, les jouets, les livres dont vous n'avez plus besoin	39 ↘	30	21 ↗	5	5 ↘	67,3 ↘	1001
<i>Rappel 2013</i>	43	31	12	5	9	69,7	
Faire réparer vos appareils électroménagers, hi-fi, vidéo et informatiques tombés en panne plutôt que de racheter de nouveaux appareils	17 ↘	28 ↗	26 ↗	17 ↗	12 ↘	46,2 ↘	1001
<i>Rappel 2013</i>	30	24	16	14	16	53,4	
Boire l'eau du robinet	45 ↘	20 ↗	14 ↗	11 ↗	10 ↘	64,6 ↘	1001
<i>Rappel 2013</i>	50	18	9	8	15	66,5	
Faire réparer vos chaussures chez le cordonnier plutôt que de les jeter	17 ↘	21 ↗	20 ↗	16 ↗	26 ↘	39,4 ↗	1001
<i>Rappel 2013</i>	19	16	16	13	36	36,3	
Acheter des bouteilles d'eau de 2 ou 5 litres plutôt que de 1 ou 1,5 litres	13 ↘	19 ↘	21 ↗	24 ↗	23 ↗	34,9 ↘	804
<i>Rappel 2013</i>	21	28	19	16	16	48,3	
Pour les livres, meubles ou objets de décoration, acheter des produits d'occasion plutôt que des produits neufs	11 ↗	24 ↗	27 ↗	19 ↘	19 ↘	37,7 ↗	1001
<i>Rappel 2013</i>	9	18	23	21	29	30,3	
Louer des outils de bricolage dont vous avez besoin ponctuellement plutôt que de les acheter	7 ↘	9	18 ↗	22 ↗	44 ↘	20,5 ↘	1001
<i>Rappel 2013</i>	10	10	9	14	51	21,1	
							7811

Indice comportements "éco-responsables" = $\sum (\text{Indice par comportement} * \text{nb pers}) / 7811 = 48,6$

Indice global = $(59,2 * 4644 + 48,6 * 7811) / (4644 + 7811) = 52,6$

Calcul de l'indicateur I08



Indicateur : résultat moyen = 35,4%

CALCUL DE L'INDICATEUR I08 :

Moyenne des taux obtenus pour chaque question de l'indicateur identifiée en bleu dans la fiche O2 :

Q°8 : taux d'achat « systématique » à la pesée ou à la coupe (légumes secs et féculents en vrac ; fromage à la coupe)	13%	
Q°12/13 : taux de personnes qui compostent sur la population totale	50%	
Q°17 : taux d'apposition du stop pub	28%	
Q°14 : taux de réparation « systématique » (chaussures chez le cordonnier ; électroménagers chez le réparateur)		41%
Q°14 : taux de consommation « systématique » d'eau du robinet		45%
Total (numérateur)	177	
Dénominateur (division)	5	

Indicateur I08 résultat moyen 35,4%

Détail du calcul de l'indicateur I08



Pour le calcul de ces indicateurs, les consignes indiquées dans la boîte à outils ont été utilisées.

3. Nature des produits achetés : emballage	<i>Pour vos achats alimentaires, vous achetez de préférence des produits à la pesée plutôt que des produits déjà emballés :</i>
Consigne enquêteur	Si besoin donner en exemple : viande, fromage, riz ou céréales en vrac plutôt que dans des barquettes ou des conditionnements
Mode de passation	Question à choix unique - Citer
Items de réponse	● Systématiquement ● Souvent ● Parfois ● Jamais
Traitement attendu	Taux de déclaration d'achat « systématique » à la pesée ou à la coupe

Détail du calcul de l'indicateur I08



Pour le calcul de ces indicateurs, les consignes indiquées dans la boîte à outils ont été utilisées.

Cible :	Ensemble de l'échantillon. Maison et immeuble
8. Pratique du compostage	<i>Pratiquez-vous le compostage?</i>
Consigne enquêteur	Définition succincte si besoin: mettre les déchets de jardin et/ou de cuisine de côté pour les transformer en terreau ou engrais. Pour info: il existe du compostage en maison individuelle mais aussi en immeuble (lombricomposteur ou composteur collectif en pied d'immeuble)
Mode de passation	Question à choix unique – Citer
Items de réponse	● Oui ● Non
Traitement attendu n°1	Taux de déclaration de personnes qui compostent / population totale
Traitement attendu n°2	Taux de déclaration de personnes qui compostent / jardin
24. Consommation eau du robinet	<i>En ce qui concerne la consommation d'eau dans votre foyer, vous buvez l'eau du robinet :</i>
Mode de passation	Question à choix unique - Citer
Items de réponse	● Systématiquement ● Souvent ● Parfois ● Jamais
Traitement attendu	Taux de déclaration de consommation « systématique » d'eau du robinet

Détail du calcul de l'indicateur I08



Pour le calcul de ces indicateurs, les consignes indiquées dans la boîte à outils ont été utilisées.

17. Taux d'adhésion refus imprimés publicitaires	<i>Avez-vous indiqué sur votre boîte aux lettres que vous ne souhaitez pas recevoir d'imprimés publicitaires?</i>
Mode de passation	Question à choix unique - Citer
Items de réponse	● Oui ● Non
Traitement attendu	Taux de déclaration d'apposition d'une information sur la boîte aux lettres indiquant le refus de recevoir des imprimés publicitaires : % « oui »
22. Niveau de sensibilité (réparation)	Lorsqu'un objet ou un vêtement est abîmé, un appareil électrique en panne, vous donnez la priorité à la réparation (lorsque c'est possible)
Consigne enquêteur	Si l'interviewé part dans l'affirmation qu'aujourd'hui les appareils électriques ne se réparent plus, vous relancez sur l'idée de « quand c'est possible, quand l'objet en question est réparable »
Mode de passation	Question à choix unique - Citer
Items de réponse	● Systématiquement ● Souvent ● Parfois ● Jamais
Traitement attendu	Taux de déclaration de réparation « systématique »