



La sensibilité des citoyens français de moins de 15 ans à la prévention des déchets

Synthèse

Marché n°0602C0006 du 05/03/2007 – Non confidentiel
Personnes de LH2 ayant réalisé l'étude :
Véronique ROYNÉ
Directeur d'Études
01 55 33 20 44
veronique.royne@lh2.fr
Mathilde HERVÉ
Chargée d'Études
01 55 33 20 42
mathilde.herve@lh2.fr
Personne de l'ADEME en charge du marché :
Virginie ROCHETEAU



Mai 2007

I. Présentation de l'étude

1. Contexte et objectifs

En février 2004, le ministère de l'Ecologie et du Développement Durable a publié **le plan national d'actions sur la prévention de la production des déchets**. Il est en effet nécessaire de sensibiliser l'ensemble des acteurs, ménages, collectivités, et entreprises en vue **de réduire de manière quantitative les flux de déchets et d'en réduire la nocivité**. Les déchets des ménages représentent aujourd'hui 360 kg/hab/an.

Afin de mesurer l'impact des actions du plan national de prévention de la production de déchets, il est prévu de mettre en œuvre un tableau de bord de suivi de l'ensemble de la politique de prévention des déchets. L'ADEME est en charge de son élaboration. L'un des indicateurs choisi est **le niveau de sensibilité des jeunes français de moins de 15 ans** aux gestes de réduction des déchets suite aux différentes actions mises en œuvre.

Cette étude est menée pour la première fois en 2007. Elle s'inscrit dans la continuité du baromètre réalisé auprès des citoyens de plus de 15 ans, dont la deuxième vague a également eu lieu ce printemps 2007.

Aussi, cette étude poursuit deux objectifs :

- o Dresser un bilan du niveau de sensibilité des jeunes français face à des gestes de réduction des quantités de déchets
- o Fournir des indicateurs clés de sensibilité des enfants face à la prévention des déchets afin d'enrichir le tableau de bord du plan national de prévention.

Cette étude a vocation à être reconduite tous les deux ans afin de suivre l'évolution de la sensibilité des jeunes français de moins de 15 ans à la prévention des déchets.

2. Méthodologie

- o Interviews réalisées en face à face, en sortie d'établissement scolaire et à domicile.
- o Échantillon représentatif des jeunes français de 6 ans à moins de 15 ans en termes de sexe, âge, PCS du chef de famille, catégorie d'agglomération et région.
- o Nombre d'interviews : 800.
- o Durée du questionnaire : 10 minutes environ.
- o Enquête réalisée du 12 au 17 mars 2007.

II. Résultats détaillés

1. Connaissance de la prévention des déchets

Spontanément, 72% des enfants déclarent connaître un geste ou une action qui permet de réduire la quantité de déchets. Cette proportion s'accroît avec l'âge : 80% chez les 9-11 ans et 84% chez les 12-14 ans. Les enfants ayant été sensibilisés à la réduction de déchets se déclarent également plus connaisseurs : 77% vs 72%.

Cependant, seuls 50% des interviewés citent une action permettant effectivement de réduire la quantité de déchets. Les gestes les plus cités sont :

- o la réduction des emballages / des sacs plastiques (23%)
- o la réduction de la consommation (manger moins, acheter moins...)
- o la réutilisation des déchets.

56% des citations sont l'expression d'une confusion entre gestes de prévention de déchets et d'autres gestes principalement le tri et le recyclage (42%), mais aussi « utiliser des poubelles » ou « broyer les déchets ».

2. Les comportements éco-citoyens

2.1 Les produits éco-citoyens

Quatre produits éco-citoyens ont été testés : la gourde, la boîte à gâteaux, les piles rechargeables et les stylos rechargeables. Pour chacun d'eux, nous nous sommes intéressés tout d'abord à la notoriété du produit, à son utilisation actuelle, à l'intention d'utilisation et aux freins à l'utilisation. Voici ci-dessous le récapitulatif des grands indicateurs à retenir :

Base : ensemble

	Notoriété (après présentation)	Achat (prescription)	Usage (Total oui)	<i>Usage (Toujours)</i>	Intention d'utilisation (oui)	Réfractaires à l'utilisation
Gourde	98%	-----	59%	18%	19%	22%
Boîte à gâteaux	95%	-----	58%	26%	17%	25%
Piles rechargeables	88%	64%	59%	29%	21%	20%
Stylos rechargeables	88%	79%	65%	45%	14%	21%

On retrouve pour chaque produit des ordres de grandeurs comparables :

- o une bonne notoriété des objets testés (un peu inférieure pour les stylos et les piles qui concernent il est vrai, davantage les plus âgés de la cible)
- o une utilisation du produit par un peu plus d'un enfant sur deux
- o une intention d'usage non négligeable
- o une part (entre 20 et 25%) de réfractaires à la mise en œuvre de chaque geste.

Les freins à l'usage sont centrés sur la force de l'habitude, l'influence de la mode pour la Gourde et la Boîte à Gâteaux (peu populaires auprès des plus grands !) et le fait que leurs parents ne leur donnent pas forcément le choix,.

2.2 Les gestes éco-citoyens

Quatre gestes éco-citoyens ont ensuite été testés : écrire des deux cotés des feuilles, brancher sur le secteur les appareils électriques, donner ou revendre ses jouets et acheter/revendre ses jouets/livres d'occasion. De la même manière que pour les produits éco-citoyens, nous nous sommes intéressés pour chacun des gestes, à leur mise en pratique, à l'intention de le faire ainsi qu'aux freins à la mise en pratique. Voici ci-dessous le récapitulatif des grands indicateurs à retenir :

Base : ensemble

	Geste acquis (Total oui)	<i>Le fait (Toujours)</i>	Intention de le faire (oui)	Réfractaires
Ecrire des 2 cotés des feuilles	90%	63%	8%	2%
Brancher sur le secteur les appareils électriques	87%	55%	10%	3%
Donner ou revendre les jouets	82%	59%	14%	4%
Acheter / recevoir des jouets, livres d'occasion	62%	20%	27%	11%

Trois constats :

- o En transversal, une très bonne appropriation de 3 de ces gestes et pour l'achat d'occasion qui est moins bien acquis, une part de réfractaires malgré tout assez limitée.
- o L'influence des habitudes/ des parents mais également un attachement (d'autant plus fort que l'on est plus jeune) au « neuf », au « beau », où l'on confirme qu'il est plus facile d'envisager de donner ses vieux jouets que de recevoir des jouets d'occasion !
- o Une utilisation du secteur (vs les piles) corrélée également à l'âge.

2.3 Autres gestes

❖ Type d'eau consommée :

69% des enfants boivent de l'eau en bouteille : 25% boivent seulement de l'eau en bouteille et 44% de l'eau en bouteille et de l'eau du robinet. L'eau du robinet est davantage consommée par les 12-14 ans : 39% vs 30%

Dans un cas sur deux, les enfants qui boivent de l'eau en bouteille nous disent ne pas boire d'eau du robinet pour des raisons de goût. Ce motif est encore plus invoqué par les 12 à 14 ans : 65% vs 48%.

❖ Types de goûters consommés :

48% des enfants emmènent un goûter à l'école.

Un constat étroitement lié à l'âge des répondants (et donc aux pratiques de l'école) : les plus petits (6 à 8 ans) en emmènent plus fréquemment : 44% toujours ou presque contrairement aux 12 à 14 : 77% de jamais.

Dans 60% des cas, le goûter est composé d'au moins un aliment/boisson éco-responsable :

- o 22% utilisent une boîte à gâteaux
- o 6% une gourde et 24% une bouteille en plastique réutilisable
- o 32% emportent un fruit.

3 Les imprimés publicitaires

Un attachement somme toute limité aux publicités de boîte aux lettres et corrélé à l'âge du Jeune : 60% des enfants n'y sont pas attachés.

Les 12-14 ans manifestent plus fortement la volonté de ne plus recevoir d'imprimés publicitaires : 68% de non vs 60%. Les plus petits, les 6-8 ans y sont eux plus attachés : 43% de oui vs 35%.

4 Sensibilité aux actions de protection de la planète

Une prise de conscience affirmée du rôle des jeunes générations dans la protection de la Planète puisque 97% de notre échantillon pensent que les enfants peuvent faire des efforts aussi pour protéger la planète, dont 78% de « oui tout à fait ».

Plus de 4/5 des enfants (88%) affirment connaître le rôle de réduction des déchets dans la protection de la planète (88%), principalement grâce à l'école et aux parents.

Les 12-14 ans sont beaucoup plus sensibilisés à la prévention des déchets : 96% vs 88%. Les canaux de sensibilisation y sont logiquement plus nombreux qu'auprès des plus petits : collège, télévision, livres/magazines, Internet, mairie de leur ville.

5 L'indice de mise en œuvre de comportement éco-responsable

5.1 Définition de l'indice

L'indice de comportement éco-responsable a été calculé à partir des attitudes et comportements suivants :

- o Garder ses jouets longtemps
- o (Ne pas) avoir des appareils dernier modèle
- o (Ne pas) suivre la mode
- o Utiliser des piles rechargeables
- o Utiliser des stylos rechargeables
- o Utiliser une boîte à gâteau
- o Utiliser une gourde
- o Brancher sur le secteur ses appareils électriques
- o Ecrire des deux côtés des feuilles
- o Donner/revendre ses jouets
- o Acheter/recevoir des jouets d'occasion

5.2 Indice de mise en œuvre de comportement éco-responsable

	Tout à fait	Un peu	Pas tellement	Pas du tout	Indice	Nombre de personnes ayant répondu
Garder ses jouets longtemps (6-8 ans)	68%	24%	6%	3%	81	522
Suivre la mode	43%	30%	16%	12%	27	795
Avoir des appareils dernier modèle (9-14 ans)	74%	22%	4%	0%	8	276

	Toujours ou presque	De temps en temps	Jamais	Indice	Nombre de personnes ayant répondu
Ecrire des deux côtés des feuilles	63%	27%	10%	76	798
Brancher sur le secteur ses appareils électriques	55%	32%	13%	71	775
Donner/revendre ses jouets	59%	23%	18%	70	784
Utiliser des stylos rechargeables	51%	23%	26%	63	693
Utiliser des piles rechargeables	33%	34%	33%	50	689
Utiliser une boîte à gâteau	27%	34%	40%	44	752
Acheter/recevoir des jouets d'occasion	20%	41%	38%	41	778
Utiliser une gourde	18%	42%	40%	39	775

➔ Indice global de mise en œuvre de comportement éco-responsable : 54

L'indice de mise en œuvre de comportement éco-responsable est élevé (en comparaison de la mesure faite auprès des adultes) dès cette première année : 54

Pour autant, plusieurs facteurs tempèrent ce bon résultat :

- o Les attitudes et comportements mesurés ont été choisis volontairement pour leur rôle quotidien dans la vie des Jeunes,
- o Parmi les gestes choisis, certains sont d'ores et déjà bien entrés dans les habitudes des foyers depuis de nombreuses années, (d'ailleurs au départ, davantage pourtant pour des raisons économiques qu'écologiques),
- o En transversal, on retiendra l'attitude des Jeunes très sensibles au beau, au neuf, et à l'accumulation – sensibilité qui peut ralentir la perspective d'une démarche consciente éco-citoyenne.

6 Typologie des comportements

- o **« Les moteurs » : 24%** : ont déjà intégré une démarche éco-citoyenne et adopté des comportements « avancés » comme l'utilisation d'une gourde ou d'une boîte à gâteaux,
- o **« Les suiveurs » : 33%** : influencés par l'appartenance à un groupe, ils ont adopté des comportements de prévention des déchets « basiques » (le secteur, les stylos, le recto-verso), davantage dans une dimension économique qu'écologique,
- o **« Les recycleurs » : 21%** : se disent rebelles aux effets de mode, leur comportement éco-citoyen se concentre sur des actions de recyclage (livre/jeux d'occasion, écriture recto-verso). Il se déclarent pourtant prêts à adopter de nouveaux comportements,
- o **« Les accumulateurs » : 21%** : démontrent une attitude et un comportement instinctifs, basés sur l'accumulation et sans conscience environnementale. Ils se déclarent malgré tout ouverts à une évolution de leur comportement.

III. Principaux enseignements

Ce premier constat de la situation auprès de la population des moins de 15 ans conduit à plusieurs enseignements intéressants :

❖ **En positif :**

- o A priori, une connaissance de la moitié des Jeunes de gestes visant à réduire la quantité de déchets.
 - o Parmi les gestes retenus, trois idées spontanément restituées : la réduction des emballages / des sacs plastiques (23% des citations), la réduction de la consommation (manger moins, acheter moins...), soit environ 12% des citations et la réutilisation des déchets (12% des citations également).
- o Une mise en œuvre effective de plusieurs gestes au quotidien dans une grande majorité des cas :
 - o Un usage (ou à défaut, une ouverture à l'usage) de certains produits emblématiques comme la gourde, la boîte à gâteaux, les piles réutilisables ou les stylos rechargeables qui vont dans le bon sens,
 - o Un indice global de mise en œuvre de 54.
- o Une empathie marquée envers la protection de la Planète (97% des jeunes nous déclarent qu'ils ont un rôle à jouer)
- o 88% des Jeunes nous déclarent qu'ils connaissaient le rôle de la réduction des déchets dans la protection de la planète avant l'étude
- o Un attachement aux publicités distribuées dans la boîte aux lettres, somme toute limité (35% s'y déclarent attachés).

❖ **En contrepoint :**

- o Une prise de conscience encore assez flottante :
 - o 72% des jeunes déclarent connaître des gestes de réduction des déchets, mais finalement la moitié d'entre eux seulement nous cite effectivement un geste de prévention.
 - o Des usages fréquents mais dont la motivation économique semble l'emporter sur la conscience de l'enjeu réel.
- o Une influence toujours importante / prédominante de la mode et de l'envie de posséder de nouvelles choses,
- o Une prise de conscience / sensibilité qui croît avec l'âge en différenciant trois tranches : 6-8 ans, 10-11 ans et 12-14 ans (ces derniers étant logiquement les plus au fait de la situation).

❖ **Un constat encourageant, mais qui incite toutefois à soutenir les efforts de sensibilisation des plus jeunes :**

- o Si 60% de ceux qui emportent un goûter à l'école consomment au moins un produit « éco-responsable », ils n'en restent pas moins très consommateurs de produits emballés (barre chocolatée notamment)
- o Si 82% déclarent donner leurs vieux jouets, seulement 62% reçoivent des jouets d'occasion (à mettre en parallèle avec les 96% des 11-12 ans qui déclarent aimer les appareils à la dernière mode)
- o La mode / l'attrait du neuf reste l'apanage des plus jeunes et peut se trouver en opposition avec certains comportements éco-citoyens.

❖ **Les leviers de l'action :**

- o Peu d'opposition franche et définitive au principe de la prévention des déchets
 - o Autour de 20% pour chaque usage des produits cités
 - o La raison de non usage d'un geste/produit est généralement liée à un manque d'habitude plus qu'à un rejet.
- o Un rôle non négligeable de prescription :
 - o 79% des jeunes (connaissant ce produit) demandent à leurs parents d'acheter des stylos rechargeables
 - o 64% des jeunes (connaissant ce produit) demandent à leurs parents d'acheter des piles rechargeables.
- o Un rôle prédominant de l'école, des parents et des médias :
 - o 78% ont entendu parler de la réduction des déchets à l'école
 - o 67% chez eux / avec leurs parents
 - o 47% dans une émission de télévision
 - o 42% dans un spot télévisé (lié surtout au fait que les interviews ont été réalisés pendant la troisième vague de spots télévisuels de la campagne « Réduisons vite nos déchets, ça déborde »).
- o De la même manière qu'elle peut être un frein, la mode peut devenir également un levier si la réduction des déchets en devient une (cf. le phénomène « du vintage » ou la remise au goût du jour de vêtements et d'appareils d'occasions, reflets d'une certaine authenticité).

En définitive, une situation plutôt encourageante et qui milite pour la mise en place d'actions dès les petites classes pour créer des réflexes de consommation éco-responsables qui ne soient pas vécus comme une contrainte ou comme une mise à l'écart du groupe.

* * *