

# Typologie - Le coût des déchets



Mai 2010



Étude réalisée avec le soutien de la Région wallonne

## CRIOC

Centre de Recherche et d'Information  
des Organisations de Consommateurs



# Agenda

- Objectifs
- Méthodologie
- Typologie
- Evolution
- Conclusions et recommandations

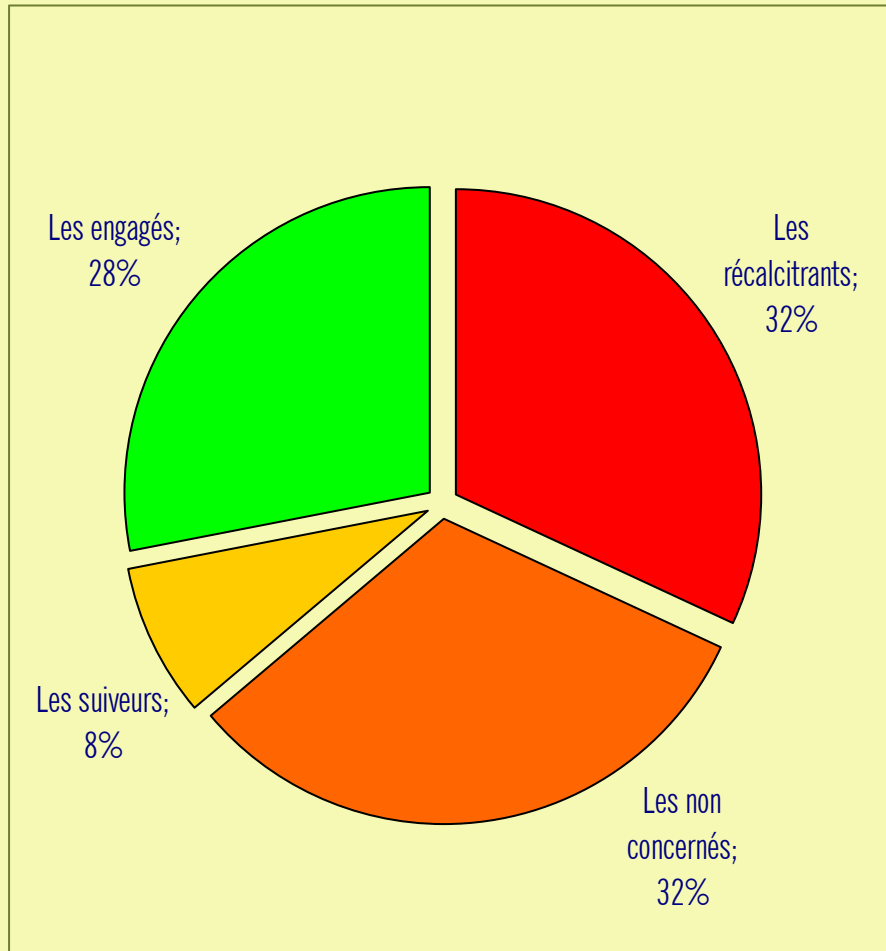
# Objectifs

- Chaque année, le CRIOC réalise une enquête quantitative sur les préoccupations des Wallons pour l'environnement. Cette enquête permet d'alimenter le baromètre de la prévention des déchets en région wallonne.
- Ce baromètre quantifie différents éléments, en fonction de variables sociodémographiques :
  - Perceptions et attitudes des Wallons vis-à-vis de l'environnement et de la prévention des déchets;
  - Perceptions vis-à-vis des actions menées en matière de prévention des déchets;
  - Comportements d'achat, produits achetés et emballages;
  - Comportements en matière d'économie de ressources et de prévention des déchets.
- Le traitement des résultats permet, entre autres, d'élaborer une typologie de la prévention des déchets. Cette année la typologie met en évidence des profils de consommateurs par rapport à la thématique particulière du coût des déchets.
- Ce travail est effectué dans le cadre de la convention Eco-consommation signée avec le Ministre Wallon de l'Environnement.

# Méthodologie

- 625 interviews téléphoniques auprès des habitants de la Wallonie âgés de 18 ans et +.
- Field : mars 2009.
- Échantillon aléatoire stratifié redressé.
- Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats ( $\chi^2$ , marge d'erreur)
- La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 3,8 %.
- Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction de la localisation (province), du sexe, de l'âge, de la taille du ménage, du type d'habitat (CIM), des groupes sociaux (inférieurs, moyens, supérieurs), PRA ou non (principal responsable d'achat).

# Les profils



➤ 4 profils ont été identifiés

4 profils de consommateurs sont définis :

- Type 1 : les récalcitrants, 32% des consommateurs
- Type 2 : les non concernés, 32% des consommateurs
- Type 3 : les suiveurs, 8% des consommateurs
- Type 4 : les engagés, 28% des consommateurs

Base : Répondants.

# Type 1 : les récalcitrants - 32 %

## Logique

- Ils ont conscience des problèmes environnementaux mais rejettent les responsabilités sur les autres acteurs et n'agissent pas à leur niveau.

## Attitudes et comportements vis-à-vis de l'environnement

- Ils sont peu sensibles au problème du réchauffement climatique. Ils considèrent que la dégradation de l'environnement est davantage un problème pour l'avenir et ont des comportements inciviques. Pourtant, ils déclarent tous déjà faire un effort pour l'environnement bien qu'ils (!) ne sachent pas quoi faire pour le protéger.
- Si le prix des déchets augmentait, ils iraient porter leurs déchets ailleurs.
- Ils sont peu sensibles à l'environnement et ne savent pas quoi faire pour le protéger. Pourtant, tous déclarent faire un effort.
- Ils pensent que ce sont davantage les producteurs qui doivent agir pour résoudre les questions environnementales.
- Ils estiment qu'il leur est difficile d'agir en faveur de l'environnement.
- Ils sont plus nombreux que la moyenne à jeter leurs médicaments ou peintures dans la poubelle ou à brûler leurs déchets de papier/cartons.
- Leurs connaissances des gestes de prévention des déchets est erronée : pour eux, acheter des portions individuelles et de l'eau en bouteilles est un acte de prévention.

# Type 1 : les récalcitrants - 32 %

## Notice

- Ils sont plus nombreux que la moyenne à savoir s'ils ont reçu leur facture déchets 2008 et la notice qui l'accompagne.

## Coût des déchets

- Ils pensent que ce sont les ménages qui doivent payer pour la gestion des déchets et que ce paiement doit être une contribution unique forfaitaire.

## Coût-vérité

- Ils sont plus nombreux que la moyenne à avoir entendu parler du coût-vérité.
- En cas d'augmentation de 50% du coût des déchets, ils déclarent qu'ils produiraient davantage de déchets qu'auparavant et qu'ils iraient éventuellement porter leurs déchets ailleurs.
- Ils sont moins nombreux à souhaiter payer par tranches dans le cas où le prix des déchets augmenterait de 50%.

# Type 1 : les récalcitrants - 32 %

## Informations à donner par la commune sur les déchets

- Il sont plus intéressés que la moyenne par les statistiques sur les quantités de déchets produites au niveau de la commune et par ménage.

## Actions des communes pour réduire les quantités de déchets produites

- Ils sont plus nombreux que la moyenne à souhaiter que la commune invite la population au débat et qu'elle réponde de manière individuelle à leurs questions.

## Caractéristiques sociodémographiques

- Ce sont surtout des personnes âgées de 65 ans et plus, plus souvent des hommes, vivant en couple et non responsables des achats du ménage.

## Type 2 : les non concernés - 32 %

### Logique

- Attribuant moins d'importance aux problèmes environnementaux, ils n'adoptent pas de comportements écologiquement responsables et n'ont pas l'impression qu'ils peuvent changer quelque chose à la dégradation de l'environnement.

### Attitudes et comportements vis-à-vis de l'environnement

- Leurs attitudes, perceptions et comportements sont très semblables à ceux de la population en moyenne. Ils ne font pas grand chose pour protéger l'environnement mais se déclarent prêts à le faire.
- Ils sont plus nombreux à dire que l'environnement n'est pas un vrai problème
- L'application du coût-vérité n'aurait aucun impact sur les quantités de déchets qu'ils produisent.
- Dans ce groupe, personne ne déclare qu'il fait déjà un effort pour protéger l'environnement alors que dans la population 67% des gens le déclarent. Par contre, ils sont tous prêts à faire un effort (66%).
- Leur connaissance des comportements de prévention des déchets est bonne.
- Ils font plus rarement une liste de courses et respectent moins souvent les consignes de dosage des produits d'entretien.
- Ils apposent moins souvent un autocollant stop-pub sur leur boîte aux lettres.

## Type 2 : les non concernés - 32 %

### Notice

- Ils sont plus nombreux que la moyenne à ne pas savoir s'ils ont reçu leur facture déchets 2008

### Coût des déchets

- Ils sont plus nombreux à ne pas savoir qui fixe le coût des déchets
- Ils sont davantage à penser que ce sont les producteurs et ceux qui mettent les produits sur le marché qui doivent payer pour les déchets.
- Ils pensent que les ménages doivent payer en fonction des quantités de déchets qu'ils produisent.

### Coût-vérité

- Ils sont plus nombreux à penser que les ménages doivent payer pour leurs déchets en fonction des quantités qu'ils produisent
- S'il devait payer en fonction des quantités de déchets produites ou si le prix de la gestion de leurs déchets augmentait de 50%, les personnes de type 1 produiraient autant de déchets qu'auparavant.
- Ils seraient plus nombreux à souhaiter payer par tranches si le prix des déchets augmentait de 50%

## Type 2 : les non concernés - 32 %

### Informations à donner par la commune sur les déchets

- Ils sont plus nombreux à vouloir connaître les quantités de déchets collectées séparément ainsi que les coûts de la collecte et des différents modes d'élimination des déchets.

### Actions des communes pour réduire les quantités de déchets produites

- Ils souhaitent davantage la mise en place de systèmes d'échanges de biens entre particuliers et de prêts (vaisselle, outils...). Ils sont également très demandeurs de campagnes d'informations.

### Caractéristiques sociodémographiques

- Ce groupe présente un profil moyen, des personnes vivant parfois avec de jeunes enfants (0-11 ans).

## Type 3 : les suiveurs - 8 %

### Logique

- Dans la moyenne, ils n'agissent que si les autres le font. Ils ont adopté ainsi certains comportements favorables. Néanmoins, ils ne savent pas toujours quoi faire pour prendre soin de l'environnement.

### Attitude et comportements vis-à-vis de l'environnement

- Ils se sentent concernés par l'environnement et en particulier par le réchauffement climatique. Ils font déjà des efforts pour l'environnement et sont plus nombreux que la moyenne à vouloir en faire davantage encore. Ils ont toutefois des comportements inciviques.
- L'application du coût-vérité n'aurait pas un effet favorable sur leur production de déchets. Ils se caractérisent par un intérêt important vis-à-vis des questions environnementales, qu'ils estiment constituer des problèmes immédiats et urgents.
- Toutefois, ils sont plus nombreux que la moyenne à brûler leurs papiers et à jeter leurs restes de médicaments ou de peintures dans la poubelle tout-venant.
- Ils connaissent mal les gestes de prévention des déchets.
- Ils ne consomment pas les restes de repas et utilisent des insecticides pour la maison.

## Type 3 : les suiveurs - 8 %

### Notice

- Ils sont plus nombreux que la moyenne à savoir s'ils ont reçu leur facture déchets 2008 et la notice qui l'accompagne.

### Coût-vérité

- Ils sont moins nombreux que la moyenne à déclarer que les ménages devraient payer une même contribution pour la gestion des déchets.
- Ils sont moins nombreux à souhaiter payer par tranches dans le cas où le prix des déchets augmenterait de 50%. Dans ce même cas, ils ne produiraient pas moins de déchets.

## Type 3 : les suiveurs - 8 %

### Informations à donner par la commune sur les déchets

- Ils sont plus intéressés que la moyenne par les statistiques sur les quantités de déchets produites et sur les prix des traitements des déchets.

### Actions des communes pour réduire les quantités de déchets produites

- Ils sont plus nombreux que la moyenne à souhaiter que la commune réponde de manière individuelle à leurs questions. Ils sont également intéressés par la mise en place de systèmes d'échanges de biens et de magasins de seconde-main et par une réorganisation des cantines dans les écoles.

### Caractéristiques sociodémographiques

- Ce sont surtout des personnes appartenant aux groupes sociaux supérieurs, âgés souvent de 50 à 64 ans et ayant des enfants dont l'âge est compris entre 12 et 17 ans.

# Type 4 : les engagés - 28 %

## Logique

- Conscients de l'importance et de l'urgence des problèmes environnementaux, ils agissent à leur niveau au quotidien.

## Attitudes et comportements vis-à-vis de l'environnement

- Ils sont préoccupés des problèmes environnementaux : ils considèrent qu'il s'agit d'un problème immédiat et urgent. Ils font déjà tous un effort et savent quoi faire pour protéger l'environnement. Ils considèrent qu'ils peuvent agir pour l'environnement, et font des efforts en ce sens. Ils commettent peu d'incivilités.
- Ils ont peu entendu parler du coût-vérité mais pensent qu'ils produiraient moins de déchets s'il était instauré. Leur connaissance des actions de prévention est assez bonne. Ils savent qu'acheter de l'eau plate en bouteille, des portions individuelles ou jeter systématiquement ses aliments dont la date est dépassée ne constituent pas des gestes de prévention.
- Ils déclarent quasiment tous déjà faire un effort pour protéger l'environnement.
- Ils sont moins nombreux que la moyenne à jeter des déchets dangereux dans la poubelle et à brûler leurs papiers ou cartons.
- Quand ils boivent de l'eau plate à la maison, ils choisissent l'eau du robinet.

## Type 4 : les engagés - 28 %

### Coût des déchets

- Ils sont moins nombreux que la moyenne à penser que ce sont les ménages qui doivent payer pour la gestion des déchets.

### Coût-vérité

- Ils ont peu entendu parler du coût-vérité et ne savent pas de quoi il s'agit.
- En cas d'application de ce dernier, ils déclarent qu'ils produiraient moins de déchets qu'auparavant et qu'ils n'iraient pas porter leurs déchets ailleurs, et ce même si le prix de la gestion des déchets augmentait de 50%. Dans ce cas, ils ne souhaiteraient pas payer par tranches.

# Type 4 : les engagés - 28 %

## Informations à donner par la commune sur les déchets

- Ils sont surtout intéressés par l'avantage financier qu'ils peuvent obtenir en diminuant leurs quantités de déchets (tri ou compost).

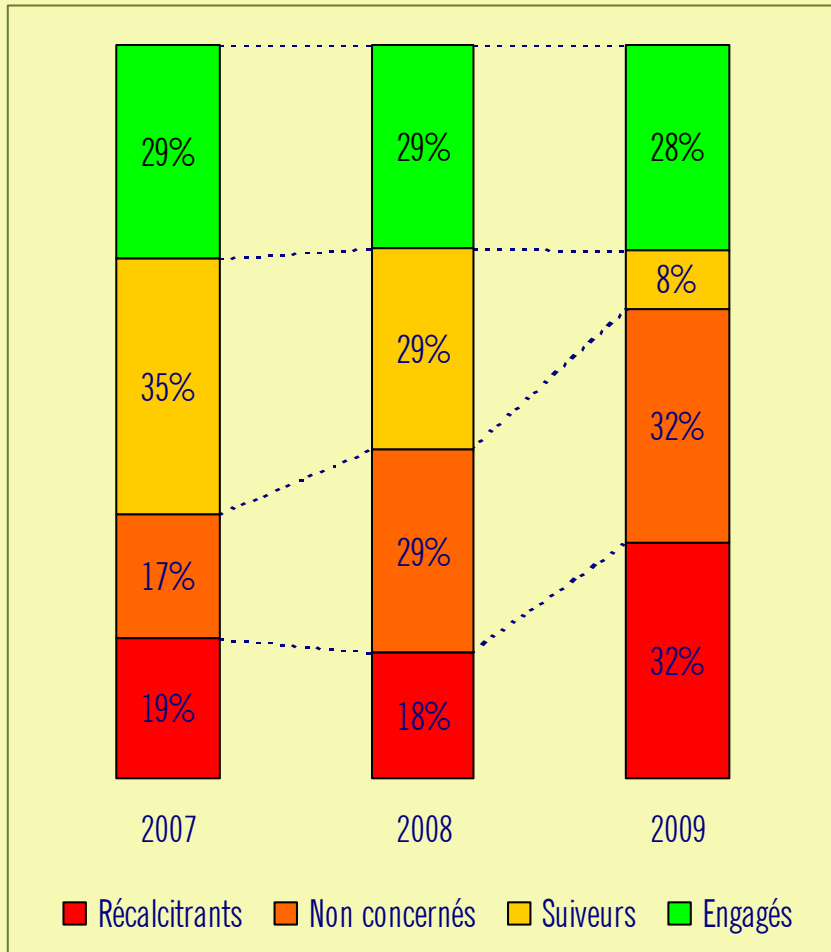
## Actions des communes pour réduire les quantités de déchets produites

- Ils pensent que les communes devraient mener des campagnes d'informations et répondre aux questions individuelles des citoyens. Ils sont également intéressés par les fontaines à eau et les cantines dans les écoles.

## Caractéristiques sociodémographiques

- Ce sont plus souvent des responsables d'achat, hommes ou les femmes âgés souvent de 40 à 49 ans, vivant dans un ménage d'au minimum 3 personnes, appartenant aux groupes sociaux moyens et plus rarement défavorisés ou parfois des jeunes de 18 à 29 ans, célibataires.

# Evolution des profils de 2007 à 2009



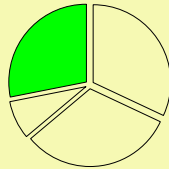
- La proportion de consommateurs récalcitrants a augmenté de 10% entre 2008 et 2009.
- Au cours des 3 dernières années, la proportion de suiveurs a diminué tandis que celles des non concernés a augmenté. Ces derniers sont moins conscients que les suiveurs de l'importance d'agir en faveur de l'environnement et font moins d'efforts en ce sens, bien qu'ils se disent prêts à en faire.
- Le segment des engagés reste stable depuis 3 ans et représente 3 consommateurs sur 10.

# Conclusions

- Chaque segment développe une logique de perception différente mais, seuls les engagés ont développé des attitudes et des comportements favorables à la prévention des déchets et à la protection de l'environnement.
- En terme d'importance, ce profil reste relativement stable dans la population (28%). Par contre, au cours des 3 dernières années, la proportion de suiveurs a diminué et s'est dirigée, sans doute par manque d'informations structurées et d'informations pratiques vers le segment des non concernés, plus difficile à motiver.
- Le volume de communication relatif à la protection de l'environnement et l'apparition du greenwashing a sans doute entraîné un accroissement du segment des récalcitrants.

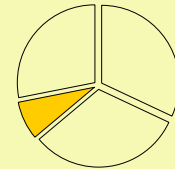
# Conclusions : 4 logiques de perception

- Les engagés 28 %



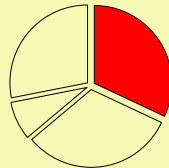
Conscients de l'importance et de l'urgence des problèmes environnementaux, ils agissent à leur niveau au quotidien.

- Les suiveurs 8 %



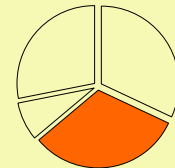
- Dans la moyenne, ils n'agissent que si les autres le font. Ils ont adopté ainsi certains comportements favorables. Néanmoins, ils ne savent pas toujours quoi faire pour prendre soin de l'environnement.

- Les récalcitrants 32 %



Ils ont conscience des problèmes environnementaux mais rejettent les responsabilités sur les autres acteurs et n'agissent pas à leur niveau.

- Les non concernés 32 %



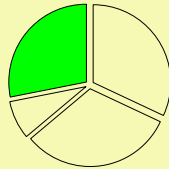
Attribuant moins d'importance aux problèmes environnementaux, ils n'adoptent pas de comportements écologiquement responsables et n'ont pas l'impression qu'ils peuvent changer quelque chose à la dégradation de l'environnement.

# Recommandations

- Une approche communicationnelle identique risque de peu répondre aux attentes des différents profils. Une approche par segment semble plus cohérente et efficace.
- Les engagés (28%) doivent être reconnus dans leurs actions et de nouveaux engagements peuvent être proposés.
- Les non-concernés (32%) devraient être mieux informés sur la problématique environnementale et sur les liens qui existent entre comportements individuels et qualité de l'environnement. Ils se disent prêts à faire des efforts, il faut maintenant les motiver.
- Les suiveurs (8%) ont besoin d'informations et de conseils concrets pour agir car ils sont prêts à le faire.
- Les récalcitrants (32%) doivent être invité à participer aux actions de prévention en utilisant des arguments non basés sur la protection de l'environnement mais plutôt sur base d'arguments et de motivations individuels. Ils doivent en outre être informés sur les effets sur la santé de comportements inciviques tels que brûler ses déchets ou jeter des piles à la poubelle.

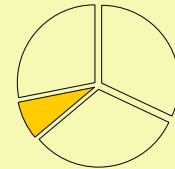
# Recommandations : 4 stratégies de persuasion

- Les engagés 28 %



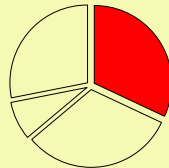
Les actions des autorités publiques doivent viser à reconnaître l'engagement de ce groupe, le valoriser et lui proposer de nouvelles voies d'action.

- Les suiveurs 8 %



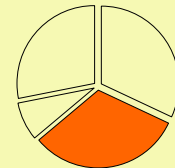
Rassurer sur la nécessaire participation de tous, proposer des actions concrètes, informer et donner des conseils concrets pour protéger l'environnement

- Les récalcitrants 32 %



Participer aux actions de prévention en utilisant des arguments non basés sur la protection de l'environnement mais plutôt sur base d'arguments et de motivations individuels (santé et/ou gain financier)

- Les non concernés 32 %



Communiquer sur les liens existant entre comportements individuels et qualité de l'environnement et rassurer sur l'efficacité des actions individuelles

Auteurs :  
Caroline Descartes, Marc Vandercammen  
Editeur Responsable :  
Marc Vandercammen

CRIOC  
Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs  
Fondation d'utilité publique  
Boulevard Paepsem, 20 - 1070 BRUXELLES  
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01  
[www.crioc.be](http://www.crioc.be)  
NE 417541646

Édition 2010  
Réf. Catalogue : 700-10

D 2010-2492-65  
©CRIOC

Prix : 23 €

Reproduction autorisée à des fins non-commerciales moyennant mention des sources