

Réduire son impact environnemental : quelles sont les démarches mises en place par les citoyens ?

95 % des personnes interrogées se sentent impliquées dans les démarches écocitoyennes

UNE ETUDE L'INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION (INC) ET DE ZERO WASTE FRANCE

Paris, le 7 janvier 2020, L'Institut national de la consommation et Zero Waste France ont réalisé une étude d'une trentaine de questions sous la forme d'un questionnaire auto-administré en ligne auprès de 5 310 répondants. Les réponses ont été recueillies du 21 juin 2019 au 25 juillet 2019, avec une durée moyenne de réponse au questionnaire de 12 minutes.

L'objectif était de connaître les habitudes de consommation responsable des citoyens (réduction des déchets, recours aux alternatives au neuf...). Près de la moitié des personnes qui ont répondu pense que les politiques n'ont pas d'impact sur les évolutions en termes de développement durable et que ce sont les consommateurs les premiers à s'engager.

95 % des répondants se déclarent impliqués dans des démarches éco-responsables. Les consommateurs ont conscience qu'ils peuvent réduire leur impact environnemental en s'impliquant dans des démarches éco-responsables.

Ils pratiquent en moyenne 13 actions écocitoyennes. Les plus adoptées sont le tri des déchets (96 %), suivies par les actions permettant de limiter le gaspillage alimentaire (96 %), les achats de produits de saison (96 %) et la réduction de sa consommation d'énergie (88 %). Les démarches les moins pratiquées sont la création d'objets avec des anciens vêtements ou tissus (14 %) et l'achat d'habits de seconde main (25 %).

Pour eux, les actions les plus compliquées à mettre en place sont la création d'objets avec des anciens vêtements, de cultiver des légumes ou des fruits dans son jardin, et d'éviter ses déplacements en voiture. A l'inverse les plus simples sont le tri des déchets, la réduction du gaspillage alimentaire et l'achat des produits de saison. 75 % d'entre eux fabriquent au moins un produit par eux-mêmes. Le plus souvent il s'agit de produits d'entretien de la maison. Ils font leurs courses dans les boulangeries et les grandes surfaces. Pour 54 % des répondants les premiers critères de choix des produits sont l'origine et la qualité (bio ou issu du commerce équitable).

Le prix seul et la marque ne sont plus des critères de choix décisifs, ils représentent respectivement 5 % et 3 % de l'acte d'achat des répondants.

L'étude montre qu'il faut encore lever certains freins comme le manque d'alternatives ou de connaissances ou de compétences pour permettre aux citoyens d'aller encore plus loin dans cette démarche. Elle sert aussi de support pour les conseiller et les informer sur les alternatives au neuf et au jetable.

Retrouvez tous les résultats de l'étude sur : www.inc-conso.fr et www.zerowastefrance.org

Le Défi « rien de neuf » bilan en quelques chiffres:

Zero Waste France a lancé en janvier 2019 le Défi « Rien de neuf » dont l'objectif est d'essayer d'acheter le moins d'objets neufs possible pendant un an, en se tournant vers les alternatives que sont l'achat d'occasion, la réparation, l'emprunt, la récup'... L'étude montre que la participation au Défi "Rien de neuf" permet de redonner du sens à sa consommation et de faire des économies budgétaires.

Ainsi 48% des répondants disent limiter leurs achats neufs. Plus précisément, 32% d'entre eux achètent des objets d'occasion et/ou empruntent du matériel à leurs proches et voisins.