

Economie circulaire.

ÉVOLUTIONS DU COMPORTEMENT DES FRANÇAIS
FACE AU DEVELOPPEMENT DE L'ÉCONOMIE
CIRCULAIRE

ANALYSE SYNTHÉTIQUE DES ÉTUDES QUANTITATIVES
PORTANT SUR LES MODES DE VIE ET LES ASPIRATIONS DE LA
POPULATION FRANÇAISE

Les aspirations de la population vont-elles dans le sens de l'économie circulaire ?

D'après l'étude réalisée pour le compte de l'ADEME, il apparaît certain que, oui, les français s'intéressent et participent à l'économie circulaire. La conjoncture économique et la sensibilité croissante à l'environnement entraînent l'adoption de comportements plus appropriés aux nouveaux enjeux économiques et environnementaux.

Cependant, bien que les français depuis 25 ans prêtent une plus grande importance à l'emballage du produit dès son achat, et émettent le souhait d'allonger leur durée de vie, la crise semble avoir relégué au second plan ces nouvelles préoccupations.

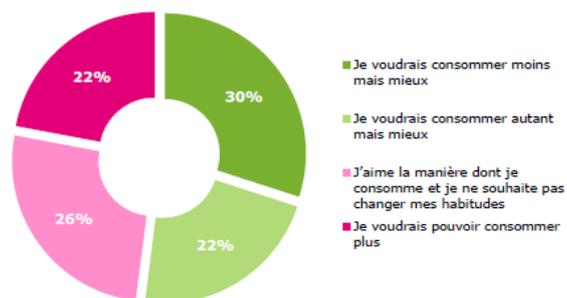
Cette prise de conscience écologique et l'impulsion du mouvement devant être réalisées par les instances gouvernantes souhaitant des changements pérennes, il apparaît toutefois évident que ces pouvoirs publics sont défaillants dans la connaissance du sujet.

La prise de conscience écologique du consommateur.

Rendre plus efficace la consommation des ressources et diminuer son empreinte écologique sont devenus les leit-motifs de chaque citoyen sensibilisé à la cause de l'économie circulaire. Cette sensibilisation croissante à l'environnement, permise par les politiques environnementales entraînent une modification et une adaptation de gestes du quotidien. Bien que « l'hyper sensibilisation » des français tende à diminuer, ceux qui s'y considère sensible sont, en France, de plus en plus important et sont supérieurs à la moyenne européenne.

Si les « citoyens » sont sensibles à l'environnement, les « consommateurs », eux, le sont surtout sur **le prix et à la qualité** des produits et **des services** qu'ils achètent. Cependant, cela n'empêche pas que le comportement de ce dernier apparaisse comme rationalisé tant celui-ci peut et veut réaliser des économies. Vérifier et limiter au strict nécessaire sa consommation d'énergie, en eau, en électricité en sont des exemples concrets. Pour « dépenser mieux », les français doivent continuer de repenser leur manière de consommer et prendre des initiatives en ce sens.

Graphique 3 – « Laquelle de ces affirmations correspond le mieux à ce que vous pensez ? » (en %)

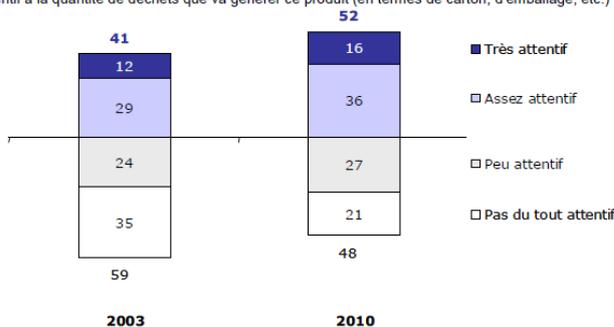


Source : L'OBOSCO, L'observatoire des consommations émergentes, 2012

Ces « éco-gestes » commencent généralement avant l'achat du produit.

Graphique 9 – Des consommateurs attentifs aux emballages des produits qu'ils achètent pour réduire leurs déchets

« Aujourd'hui, quand vous achetez un produit de grande consommation, êtes-vous très attentif, assez attentif, peu attentif ou pas du tout attentif à la quantité de déchets que va générer ce produit (en termes de carton, d'emballage, etc.) ? (en %) »



Source : CRÉDOC, enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français », étude pour l'ADEME en 2010

En témoigne une baisse de 15% de la consommation de matière/habitant, soit une réduction personnelle des déchets de 2 tonnes en moins de 20 ans. Ce premier comportement doit être en mis en parallèle avec le tri, de plus en plus ancré dans le quotidien de la majorité des français puisque 80% des français estiment le faire correctement.

Une économie parallèle semble aussi se développer dans la mesure où notre société de consommation oblige les ménages à acheter alors même que les produits dont ils disposent sont toujours en usage. Alliant plaisir, utilité ou militantisme, brocantes et lieux de ventes se multiplient, et permettent via la rencontre d'une nouvelle offre et d'une nouvelle demande de donner une seconde vie à des produits destinés à la destruction. Près de 75% des français admettent y avoir recours, un nombre qui ne cesse d'augmenter depuis 5 ans avec l'utilisation croissante des nouvelles technologies.

Mais, la conjoncture économique et les pouvoirs publics ne rendent pas optimale ce mouvement.

Avec la crise, et malgré que le mouvement soit amorcé, l'environnement, sa protection, et l'économie circulaire dans sa globalité sont passés au second plan dans la liste des préoccupations des ménages. La proportion de Français considérant que « **la croissance économique devrait être la priorité, même si cela a un impact sur l'environnement** » a nettement progressé depuis la crise. Cette idée apparaît toutefois contradictoire avec la transformation de la société souhaitée par ¾ de la population.

Mais, l'Etat et les pouvoirs publics, initiateurs et encourageant les gestes « éco-citoyens » apparaissent défailants dans la connaissance du sujet et donc, de fait, dans les actions qu'ils entreprennent. En effet, pour 74% des français, une méfiance s'est installée à l'égard de l'Etat, et ne s'estiment pas prêt à payer une nouvelle taxe ou un nouvel impôt pour la protection de l'environnement. L'information faite à la population apparaît aussi incomplète. Il existe en effet des carences dans la mesure où comme la majorité des européens, les français ne considère pas l'étiquetage écologique comme utile puisqu'étant pour eux, et dans la plupart des cas,

« incompréhensible ». (Ex : Logo « Triman » , « Eco-emballage » , « Tidy-man » ).

Etre sensibilisé, c'est adopter un comportement plus citoyen, alors qu'attendons-nous ?