

Analyse des gestes de réduction des déchets d'emballages

dans le cadre du

« Défi Moins d'emballages »



- Rapport du 01/09/2015 -

Espace Environnement ASBL – rue de Montigny 29 – BE-6000 Charleroi

TÉL. : +32 (0)71.300.300 – FAX : +32 (0)71.509.678 – www.espace-environnement.be

TABLE DES MATIERES

1. Analyse de l'état des lieux initial	2
2. Comparaison état des lieux initial – Etat des lieux final.....	15
3. Gestes choisis par les ménages au cours de trois mois de Défi	18
4. Analyse des gestes choisis par les ménages par rapport aux marges de progression potentielle.....	20
5. Conclusions et recommandations.....	28

1. ANALYSE DE L'ÉTAT DES LIEUX INITIAL

L'état des lieux initial a été établi sur base d'un **questionnaire**, administré en face à face auprès des 12 ménages participant au Défi Moins d'Emballages, portant sur les habitudes d'achats et de consommation ainsi que sur les pratiques à la maison pouvant avoir un impact sur les quantités de déchets d'emballages générés.

Objectifs de cet état des lieux initial :

1. Avoir une image claire et précise du comportement de prévention des emballages de chaque ménage avant d'entamer l'accompagnement : Quels gestes sont déjà mis en place avant de commencer le Défi ?
2. Disposer d'un état « zéro » qui sera ensuite comparé à la situation après les 3 mois d'accompagnement.
3. Identifier, avec chaque ménage, des marges de progression possibles pour certains gestes sans pour autant leur imposer le choix d'un geste plutôt qu'un autre.

Remarques concernant le questionnaire :

- Dans les limites de ce qui était acceptable comme temps à consacrer au remplissage du questionnaire, les gestes de prévention étaient **déclinés par catégorie de produit** de manière à avoir une image la plus réaliste de la situation. En effet, « acheter en vrac » n'est pas possible avec la même facilité selon qu'il s'agit de fruits et légumes ou de produits d'entretien, par exemple. Les catégories de produits proposées dans le questionnaire permettent donc de tenir compte de la disponibilité réelle des produits dans l'analyse des réponses formulées.
- L'option « **non concerné - NC** » permettait aux répondants de différencier un produit qu'ils n'achètent jamais parce qu'ils ne consomment pas ce type de produit (NC) d'un produit qu'ils n'achètent jamais parce que ce geste ne fait pas partie de leur comportement d'achat.



Défi Moins d'emballages

Etat des lieux de départ

Ce questionnaire a pour objectif de réaliser un état des lieux de vos pratiques actuelles en matière de déchets d'emballages. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. L'exercice a aussi pour but de vous aider à identifier des pistes pour lesquelles vous avez encore une marge de progression et vous aider à choisir les gestes de réduction des déchets les plus adaptés à vos habitudes de consommation et votre mode de vie.

Toutes les informations que vous donnez ci-dessous resteront confidentielles et seront utilisées uniquement dans le cadre de ce projet.

Nom du répondant :

Date du remplissage du questionnaire :

1^{ère} partie : Présentation de votre ménage

1. Quelles personnes (adultes enfants) font partie de votre ménage, y compris vous-même en 1 ?

	Prénom	Age	Lien de parenté avec le répondant (1)	Activité professionnelle Emploi, sans emploi, retraité, étudiant...
1			Répondant	
2				
3				
4				
5				
6				
7				
9				

2. Quel est le plus haut niveau d'enseignement que vous avez atteint ?

Niveau d'enseignement	1 (répondant)	2 (si 2 ^{ème} adulte)	3 (si 3 ^{ème} adulte)
Pas de diplôme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enseignement primaire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enseignement secondaire inférieur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enseignement secondaire supérieur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enseignement supérieur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enseignement universitaire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Choisissez-vous des produits en vrac (plutôt que le préemballé) ?

	Aujourd'hui, vous le faites :				
	NC	Toujours	Souvent	Rarement	Jamais
Fruits frais					
Légumes frais					
Fruits secs, noix, graines					
Légumes secs, légumineuses					
Riz, pâtes, blé, semoule...					
Céréales petit déjeuner					
Condiments, épices					
Biscuits					
Thé					
Huiles, vinaigres					
Lessives (re-remplissage)					
Savons liquides (re-remplissage)					
Autre :					

10. A l'avenir, pourriez-vous envisager de choisir davantage de produits en vrac plutôt que préemballés ?

Oui Non

11. Si non : Pourquoi ?

.....

.....

.....

12. Choisissez-vous des produits à la découpe (plutôt que le préemballé) ?

	Aujourd'hui, vous le faites :				
	NC	Toujours	Souvent	Rarement	Jamais
Fromages					
Charcuterie					
Viande et préparations à base de viande					
Poisson					
Autre :					

13. A l'avenir, pourriez-vous envisager de choisir davantage de produits à la découpe plutôt que préemballés ?

Oui Non

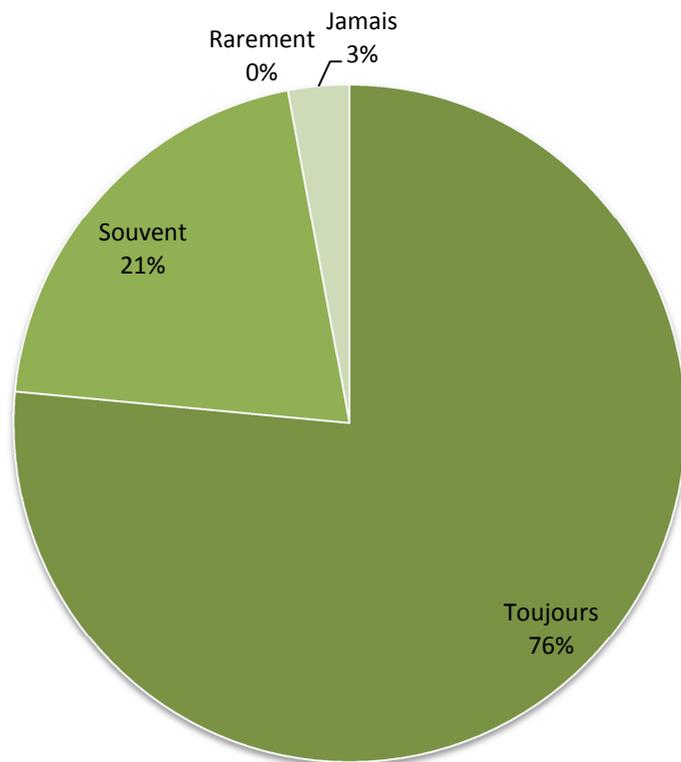
14. Si non : Pourquoi ?

.....

.....

.....

Utilisez-vous des sacs, caisses réutilisables, caddies pour transporter vos achats ?



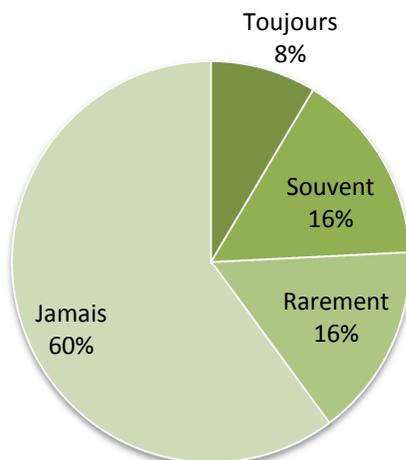
Utilisation de sac ou caisses réutilisables pour le transport des achats

Que ce soit en grande surface ou dans les petits commerces, l'utilisation de sacs ou caisses réutilisables est un geste déjà largement répandu parmi les ménages qui participent au Défi Moins d'Emballages : 76% le font toujours et 21% souvent.

Il s'agit d'un geste simple à mettre en place et largement encouragé par le fait que les sacs jetables ne sont plus disponibles en grandes surfaces.

Ce geste étant déjà largement ancré dans les habitudes des ménages participant au Défi, la marge de progression de ce geste est donc très faible.

Choisissez-vous des produits en vrac (plutôt que le préemballé) ?



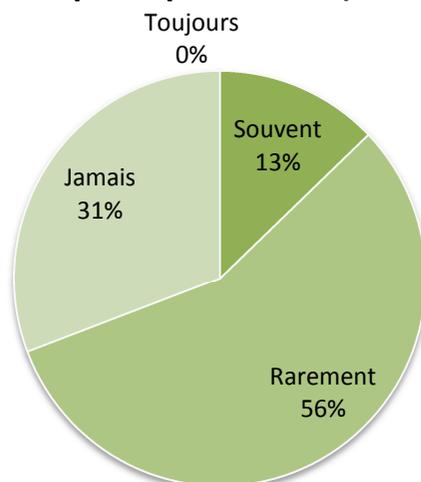
Choix de produits en vrac et à la découpe (plutôt que préemballé)

Globalement, ces gestes sont peu adoptés par les ménages au début du Défi : 76% n'achètent jamais ou rarement des produits en vrac et 87% jamais ou rarement à la découpe.

Mais, ces chiffres globaux masquent des réalités complètement différentes selon le type de produits concernés.

En effet, l'achat en vrac est très répandu pour les fruits et légumes frais (80% si on additionne les toujours et souvent), il se fait beaucoup plus rare pour les fruits secs, légumineuses, riz, pâtes et céréales, huiles (20% de toujours et souvent) et devient inexistant pour les produits d'entretien et produits cosmétiques. Cette situation reflète en réalité la disponibilité de ces produits en vrac dans les grandes surfaces.

Choisissez-vous des produits à la découpe (plutôt que le préemballé) ?

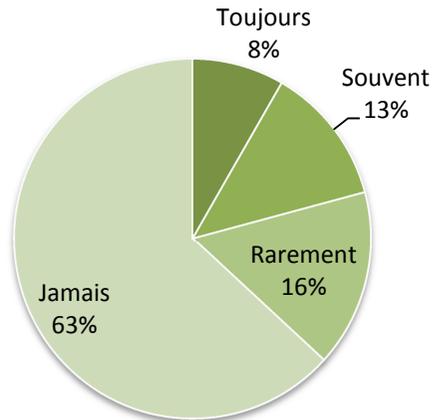


En ce qui concerne l'achat de produits à la découpe, la fréquence du geste est relativement semblable qu'il s'agisse de fromage, charcuterie, viande ou poisson. Ce geste est relativement appliqué : 31% jamais et 56% rarement.

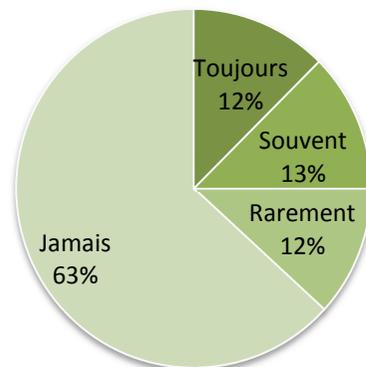
Les ménages répondants sont informés et sensibilisés à l'intérêt de l'achat en vrac et à la découpe pour réduire les quantités de déchets d'emballages mais font face à un frein externe essentiel : la disponibilité simple et rapide de produits en vrac ou à la découpe là où ils font habituellement leurs courses.

La marge de progression potentielle pour ces deux gestes pourrait être importante à condition d'améliorer la disponibilité de ces produits.

Choisissez-vous les plus grands conditionnements possibles pour les produits (en tenant compte du temps de conservation du produit et de la consommation du ménage) ?



Utilisez-vous des produits emballés par portion individuelle ?



Choix des grands conditionnements versus de produits en portions individuelles

Relatives aux deux extrêmes des possibilités de conditionnements, ces deux questions donnent une image du positionnement des ménages par rapport au grand conditionnement et à la portion individuelle.

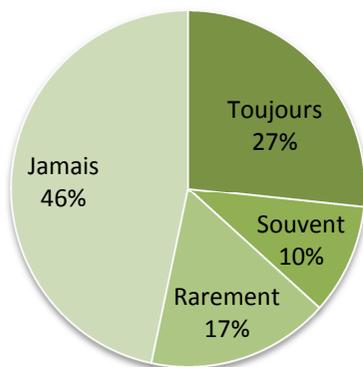
Dans le questionnaire et, dès le début de l'accompagnement, il a toujours bien été précisé que les grands conditionnements n'ont d'intérêt en termes de déchets d'emballages que dans la mesure où ils n'engendrent pas un gaspillage de produit. C'est donc toujours par rapport à la quantité consommée par le ménage endéans la durée de conservation du produit qu'il faut estimer le volume optimal à choisir pour le conditionnement.

Les ménages interrogés ne sont clairement pas des consommateurs de portions individuelles (mis à part pour les patchs de café liés à certaines machines à café spécifiques, les thés en sachet et, dans un moindre mesure les biscuits, yaourts et desserts lactés) mais ils ne sont pas non plus orientés vers l'achat de grands conditionnements (sauf pour l'alimentation pour animaux).

Lors de la visite en grande surface, il apparaîtra que le grand conditionnement n'est pas associé spontanément à une manière de réduire ses déchets d'emballages.

On peut donc considérer que **la marge de progression sur la thématique des grands conditionnements est importante** en termes de comportement, moyennant les précautions données ci-dessus par rapport au gaspillage de produit.

Choisissez-vous des produits concentrés ?



Choix de produits concentrés et des recharges

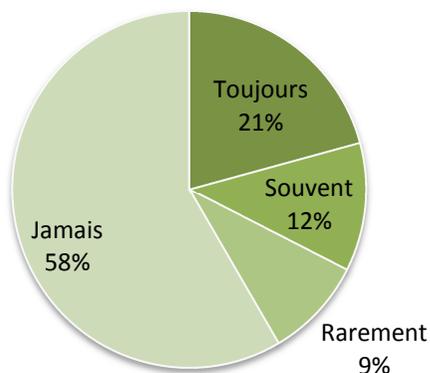
Les achats de produits concentrés et de recharges ne sont pas très fréquents (2/3 de jamais ou rarement).

Dans le cas des produits concentrés, les plus couramment achetés sont les sirops à diluer dans l'eau et les lessives.

En ce qui concerne les recharges, il s'agit le plus souvent du savon liquide pour les mains et des cotons tiges.

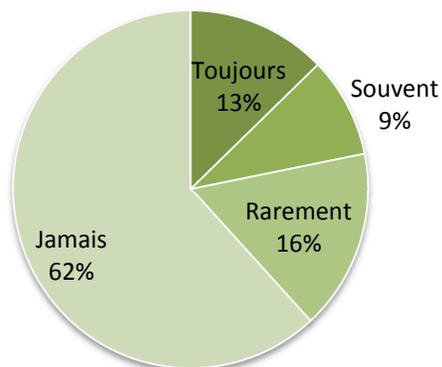
Lors de la visite en grande surface, il apparaîtra que, si les recharges sont assez clairement identifiées comme une manière de réduire les quantités de déchets d'emballage, c'est beaucoup moins clair pour les produits concentrés.

Choisissez-vous des recharges ?



Même si elle n'est pas énorme, **une marge de progression existe** donc par rapport à la fréquence de ces gestes dans la mesure certains produits sont d'ores et déjà disponibles en recharges ou en versions concentrées.

Choisissez-vous des contenants consignés ?



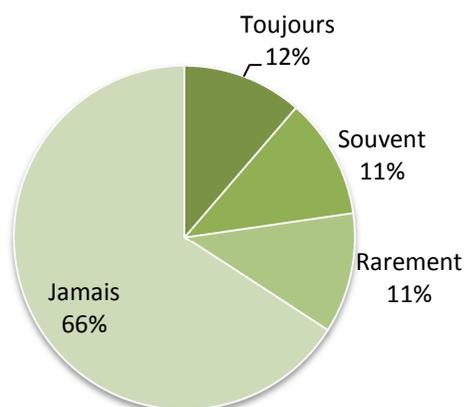
Choix de produits consignés

Les achats de produits en emballages consignés sont assez rares globalement (78% jamais ou rarement) et masquent d'énormes différences selon le type de produit : le choix de la consigne est généralisé pour les bières alors qu'il est extrêmement rare pour le vin, les jus de fruit et autres softs ou le lait.

Cette situation reflète en réalité l'offre disponible de produits consignés dans les grandes surfaces.

La marge de progression de ce geste est possible à condition d'améliorer la disponibilité de ces produits (offre en produits consignés).

Apportez-vous vos propres contenants réutilisables lors de vos achats ?



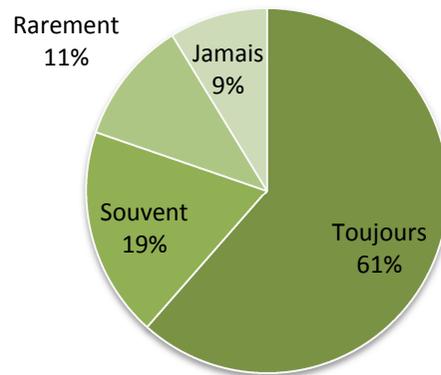
Apporter ses propres emballages lors des achats

Apporter ses propres contenants pour faire ses achats est un geste très rarement appliqué par les ménages (66% jamais et 11% rarement).

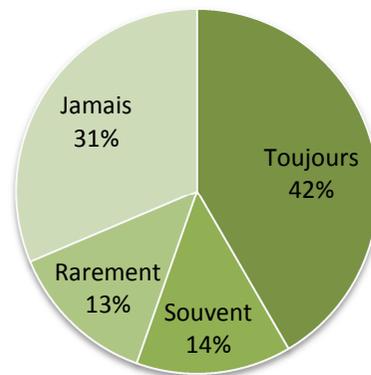
Le cas où il est le plus souvent utilisé concerne l'utilisation de boîtes à œufs.

Une belle marge de progression existe donc, potentiellement, pour ce geste, en parallèle avec l'achat en vrac ou à la découpe.

Cuisinez-vous plutôt que d'acheter des plats cuisinés du commerce ou plats à emporter ?



Faites-vous vous-même des petites préparations alimentaires ?



Cuisiner et faire des petites préparations alimentaires soi-même au lieu d'acheter des plats préparés et autres produits alimentaires « prêts à l'emploi »

Ces gestes sont déjà très fréquents parmi les répondants.

Dans 80% des cas, les ménages cuisinent eux-mêmes leurs repas. Seule exception à la règle : les pizzas pour lesquelles l'option « à emporter » est régulièrement préférée par les ménages.

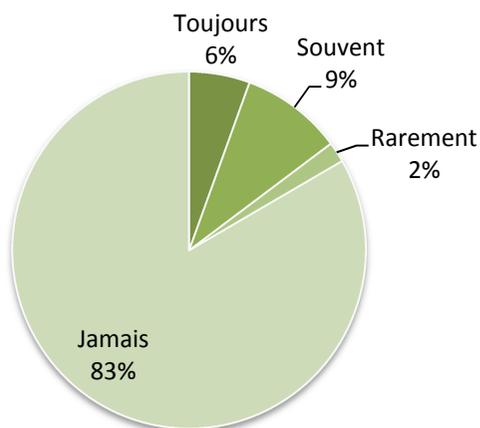
La marge de manœuvre est donc particulièrement restreinte en ce qui concerne le fait de cuisiner pour éviter des plats préparés et leurs emballages.

La marge de progression est légèrement plus importante en ce qui concerne diverses petites préparations alimentaires dans la mesure où 44% des répondants ne les préparent jamais ou rarement.

Les préparations alimentaires qui sont le plus souvent achetées « prêtes à l'emploi » sont le yaourt, les pâtes à tartiner (sucrées ou salées), les pâtes à tarte à dérouler ou les biscuits C'est sur ce type de produit que des marges de progression pourraient être dégagées.

Par contre, les soupes, les sauces, la purée, les vinaigrettes, les crêpes ou les salades de fruits sont le plus souvent faites maison !

Fabriquez-vous vous-même vos produits d'entretien ménagers ?



Fabriquer soi-même produits d'entretien et produits cosmétiques

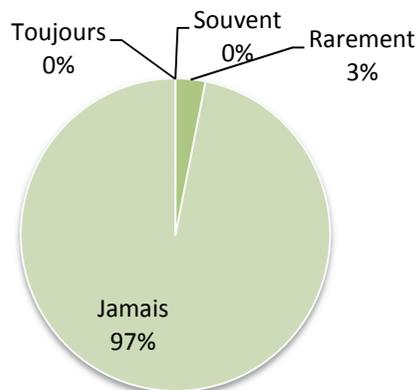
Alors que les ménages répondants sont très enclins à préparer eux-mêmes tout ce qui concerne l'alimentation, il en va autrement des produits d'entretien ou cosmétiques.

85% des répondants ne fabriquent jamais ou rarement leurs produits d'entretien et c'est une pratique quasi inexistante pour les produits cosmétiques.

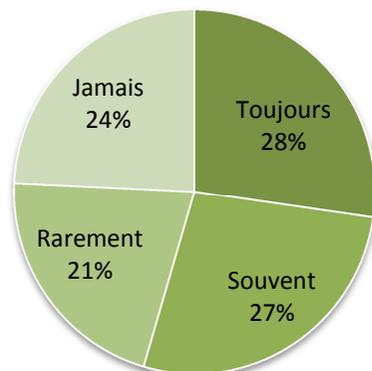
La marge de progression potentielle pour la fabrication des produits d'entretien est donc très importante.

La fabrication de produits cosmétiques étant plus délicate et faisant face à plus de réticences liées aux risques d'allergies et à la santé en général, la marge de progression potentielle est plus réduite.

Fabriquez-vous vous-même vos produits cosmétiques et d'hygiène corporelle ?



Optez-vous pour des produits multi-usages en remplacement de plusieurs produits spécifiques ?



Opter pour des produits multi-usages

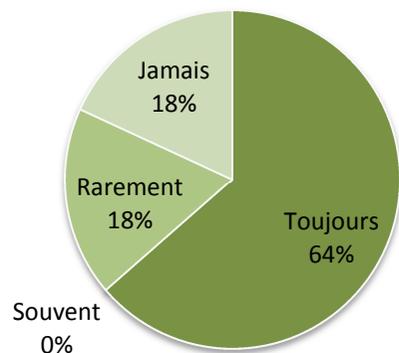
Remplacer l'utilisation de plusieurs produits spécifiques par un produit multi-usages et simplifier ainsi sa consommation en réduisant le nombre de produits utilisés est déjà un geste relativement bien ancré parmi les ménages répondants.

C'est surtout le cas pour l'utilisation de produits détergents multi-usages ou le remplacement de produits détartrants ou assouplissants par du vinaigre.

L'utilisation d'un savon en pain en remplacement de gels douche, savons liquides ou shampoing est plus rare.

On peut considérer qu'une marge de progression existe, même si elle est restreinte, en matière de réduction du nombre de produits utilisés.

Buvez-vous de l'eau du robinet en remplacement de l'eau plate en bouteilles ?

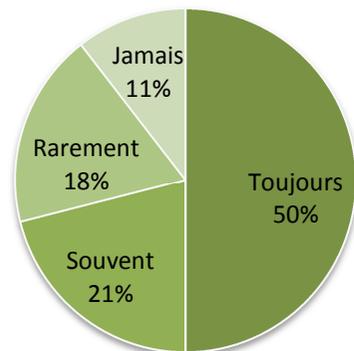


Boire de l'eau du robinet plutôt que de l'eau en bouteille

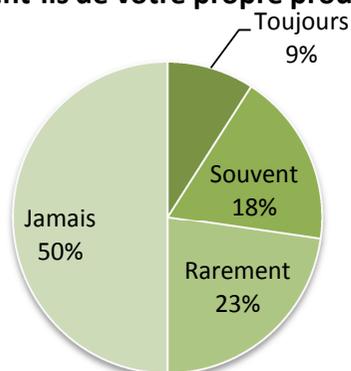
Cette pratique est déjà courante parmi les ménages participants au Défi : 64% le font toujours.

La marge de progression par rapport à la consommation de l'eau du robinet est donc réduite pour les répondants.

A la maison, réutilisez-vous les emballages tels que boîtes, bocaux, flacons... pour conservation et rangement ou transport ?



Les légumes et plantes aromatiques que vous consommez proviennent-ils de votre propre production ?



Autres gestes de prévention à la maison

Réutiliser les emballages pour un usage domestique tel que la conservation d'aliments, le rangement ou le transport est déjà une pratique très répandue parmi les répondants : 71% le font toujours ou souvent.

La marge de progression par rapport à ce geste est réduite pour les répondants.

Faire pousser des plantes aromatiques ou cultiver ses légumes n'est pas une pratique très courante parmi les ménages participants au défi. 73 % le font jamais ou rarement.

Vu les contraintes pratiques importantes pour mettre en œuvre ce geste, la marge de progression potentiellement importante risque en réalité d'être assez réduite.

Etat des lieux avant Défi Moins d'Emballages

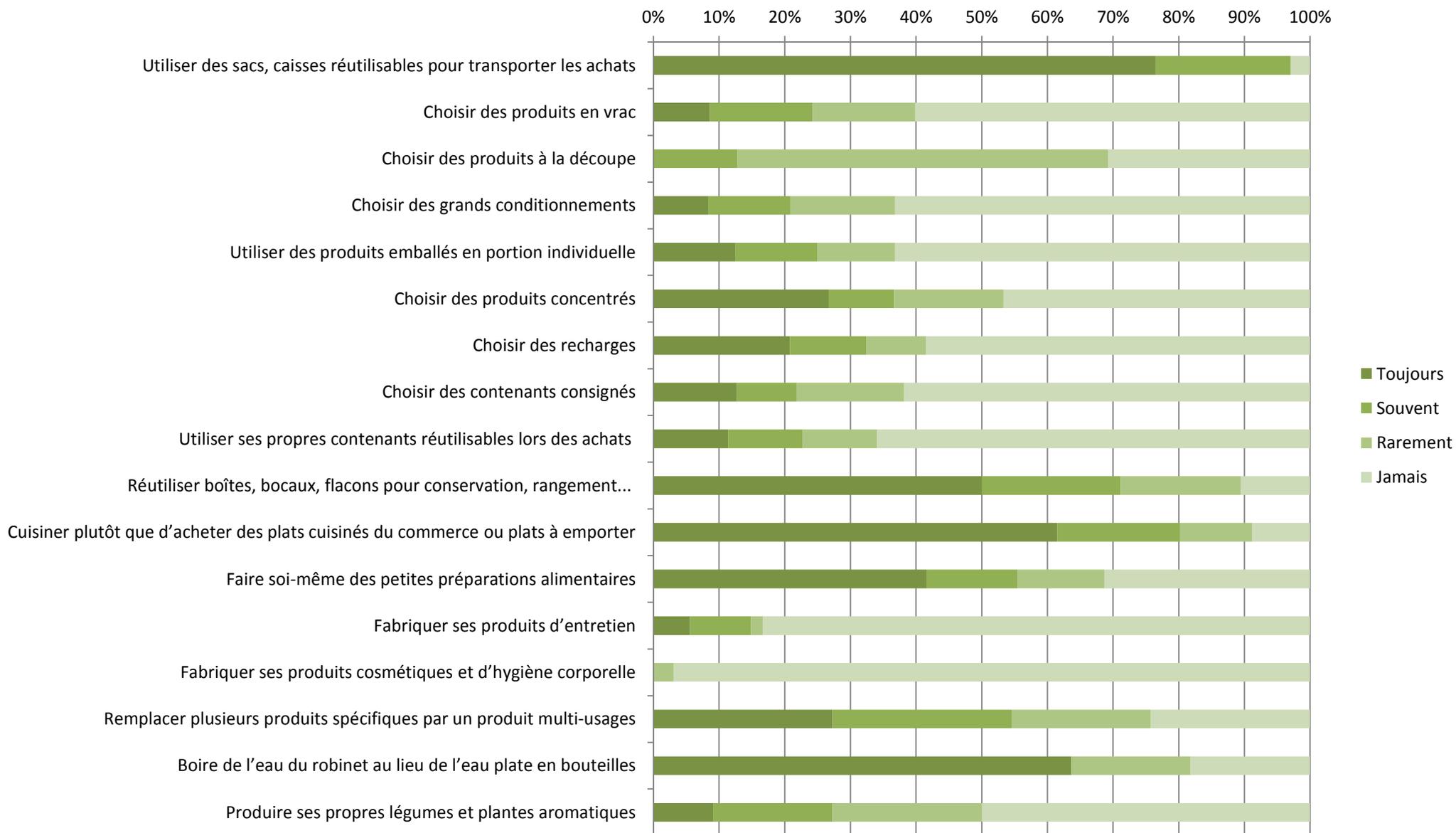


Tableau de synthèse des marges de progression potentielles par geste pour les 12 ménages participants

Marges de progression potentielle des gestes de prévention pour les 12 ménages participants		
Faibles	Moyennes	Elevées
<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser des sacs, caisses réutilisables pour transport des achats • Eviter portions individuelles • Cuisiner soi-même plutôt que plats préparés • Boire eau du robinet • Réutiliser boîtes, bocaux à la maison 	<ul style="list-style-type: none"> • Faire soi-même petites préparations alimentaires • Remplacer plusieurs produits par un multi-usages 	<ul style="list-style-type: none"> • Choisir produits en vrac • Choisir produits à la découpe • Choisir des grands conditionnements • Choisir des produits concentrés • Choisir des recharges • Choisir des produits en emballages consignés • Apporter ses propres contenants lors des achats • Fabriquer soi-même ses produits d'entretien • Fabriquer soi-même ses produits cosmétiques • Produire ses propres légumes et plantes aromatiques

2. COMPARAISON ÉTAT DES LIEUX INITIAL – ETAT DES LIEUX FINAL

L'état des lieux final a été établi sur base du **même questionnaire** que pour l'état des lieux initial mais administré après les 3 mois d'accompagnement des ménages participant au Défi Moins d'Emballages.

Objectifs de cet état des lieux final :

1. Avoir une image des comportements de prévention des 12 ménages après les 3 mois d'accompagnement.
2. Savoir comment les gestes ont évolué suite au Défi par comparaison à l'état des lieux initial.

Point d'attention

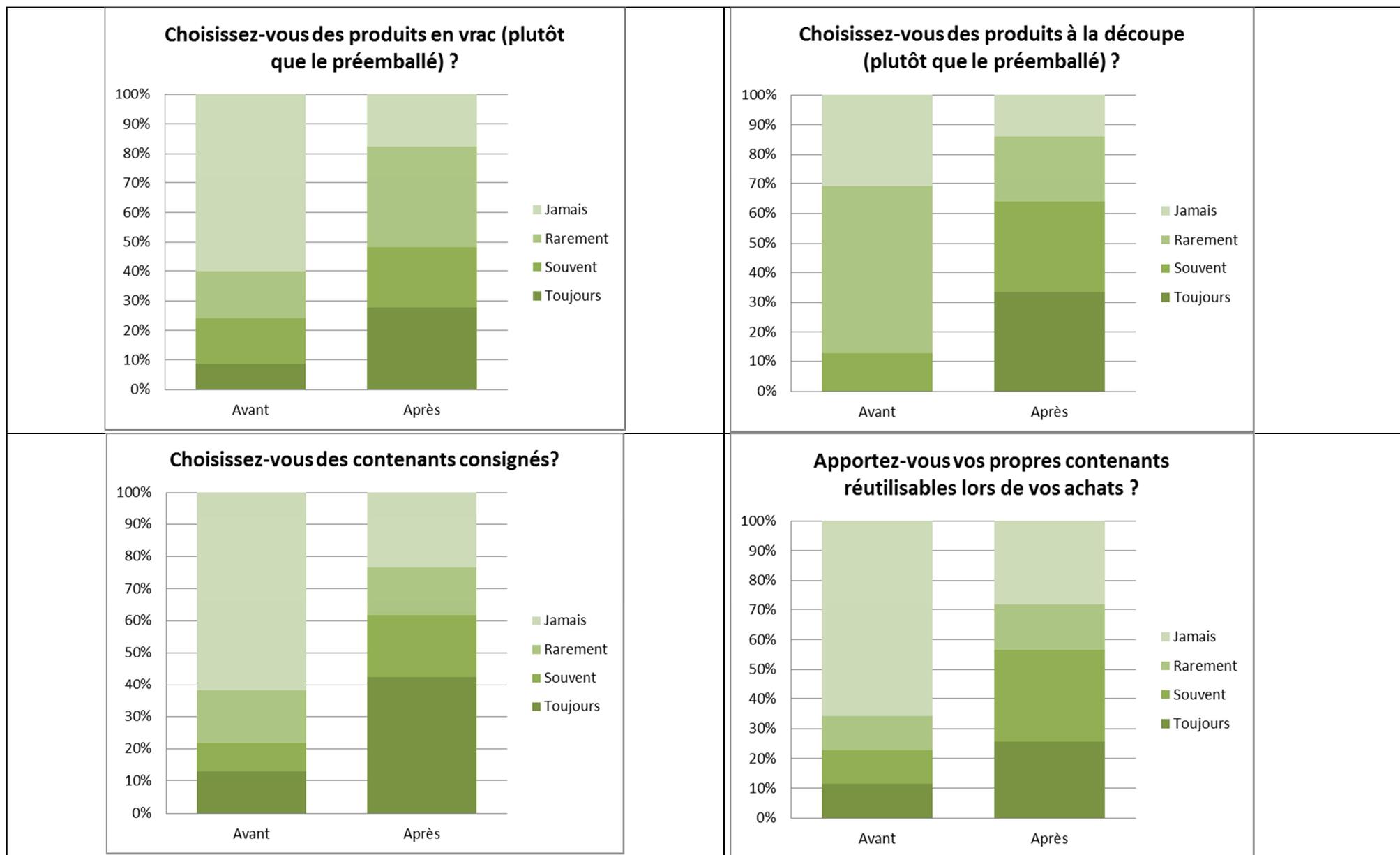
Les résultats de l'état des lieux final sont soumis à un **biais important**.

En effet, les personnes accompagnées pendant 3 mois ont été sensibilisées et informées sur les gestes de prévention et sont donc tentées (de manière consciente ou non), lors du questionnaire final, de favoriser les réponses qu'elles estiment souhaitables.

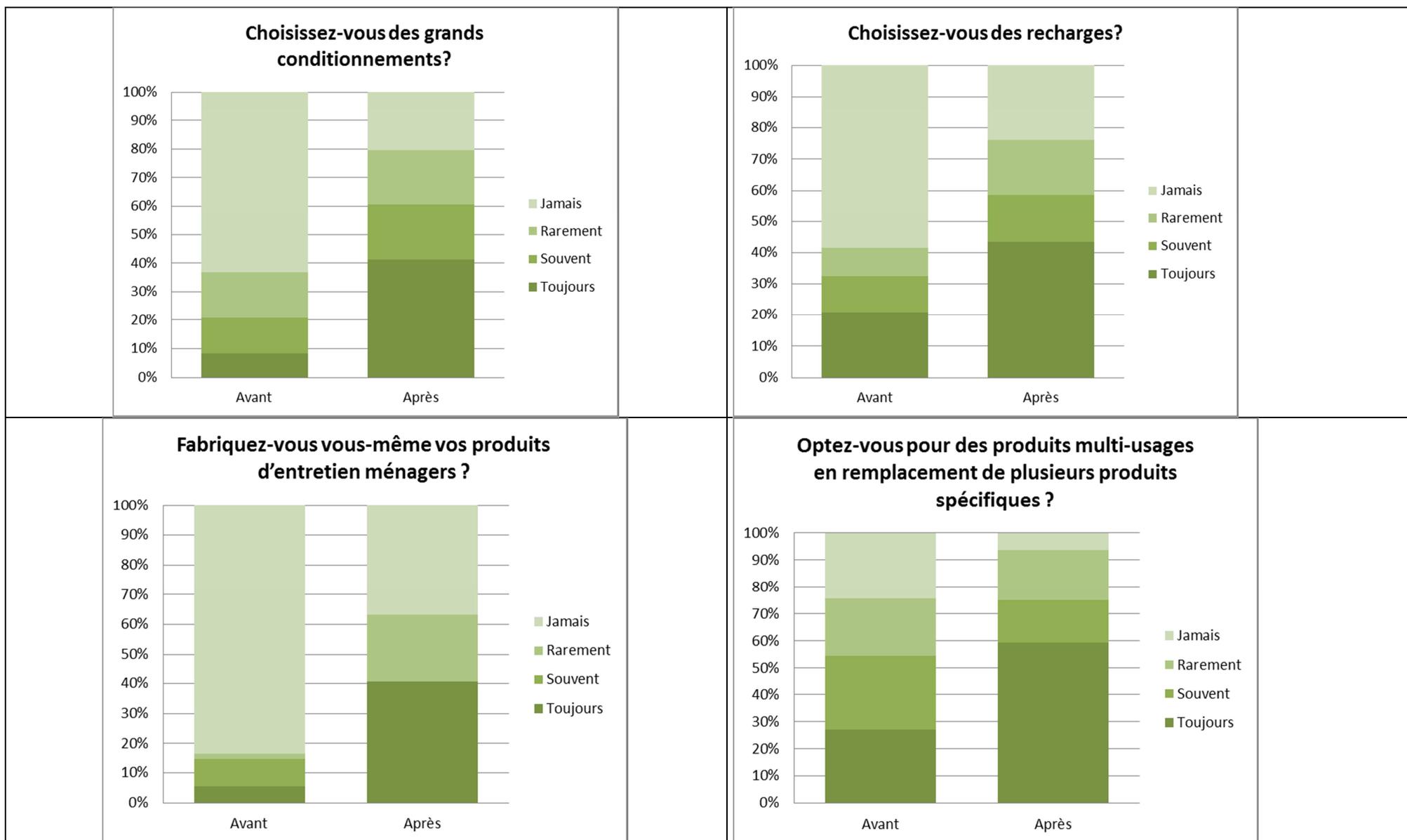
On constate donc, comme on pouvait s'y attendre, une évolution favorable quasi systématique de tous les gestes de prévention passés en revue par le questionnaire.

Au vu de ce biais important, nous avons choisi de ne présenter ici que les gestes pour lesquels les progressions les plus significatives étaient enregistrées.

Gestes pour lesquels on constate une progression significative entre l'état initial et l'état final (globalement pour les 12 ménages)



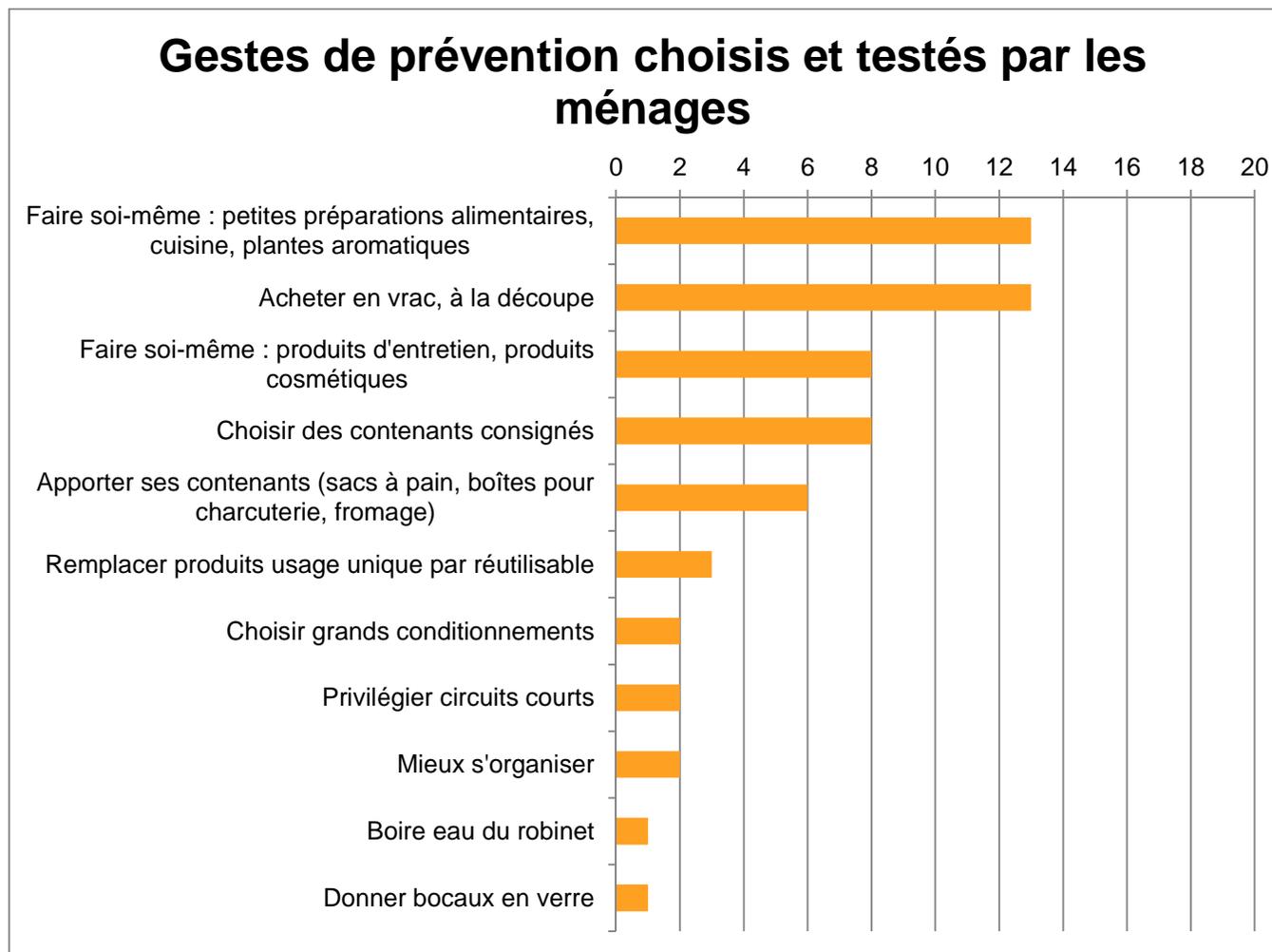
Gestes pour lesquels on constate une progression significative entre l'état initial et l'état final (globalement pour les 12 ménages)



3. GESTES CHOISIS PAR LES MÉNAGES AU COURS DE TROIS MOIS DE DÉFI

Les 12 ménages qui ont participé au Défi Moins d'Emballages ont tous rempli un « semainier » dans lequel ils indiquaient non seulement le poids des différents flux de déchets d'emballages mais également les gestes qu'ils avaient choisi de mettre en œuvre tous les 15 jours.

Le relevé de ces gestes choisis par les ménages est représenté ci-dessous par ordre décroissant du nombre d'occurrence.



On constate des convergences avec les résultats de la comparaison état initial – état final sur base des questionnaires avant et après l’accompagnement, notamment pour des gestes tels que :

- acheter en vrac et à la découpe (nous regroupons volontairement ces deux notions car elles font l’objet d’une certaine confusion pour les ménages qui englobent souvent notion de découpe dans le vrac)
- choisir des contenants consignés
- apporter ses propres contenants lors des achats
- fabriquer soi-même ses produits d’entretien (le cas des produits cosmétiques est anecdotique dans l’ensemble des réponses)

Par contre, « faire soi-même des préparations alimentaires » et « cuisiner » sont des gestes très fréquemment choisis mais dont la progression n’était pas tellement marquée sur base de l’analyse des questionnaires (état initial – état final).

Une explication de cette « incohérence » repose sur le fait que ces gestes étaient déjà bien ancrés au départ dans les habitudes des 12 ménages et que la progression est donc moins flagrante. Un autre élément d’explication repose sur le fait que l’atelier cuisine, fortement apprécié des ménages, les a poussé à choisir ce geste dans le sens d’une amélioration qualitative liée à une meilleure organisation en cuisine et un gain de temps, même si ils cuisinaient déjà très souvent avant de commencer le Défi.

4. ANALYSE DES GESTES CHOISIS PAR LES MÉNAGES PAR RAPPORT AUX MARGES DE PROGRESSION POTENTIELLE

Il est intéressant, à ce stade, de mettre en regard les gestes librement choisis par les ménages pendant le Défi avec les marges de progression potentielle identifiées lors de l'état des lieux initial.

On s'attend à ce que les gestes pour lesquels une marge de progression potentielle élevée avait été identifiée soient les gestes les plus souvent choisis et, à l'inverse, que les gestes pour lesquels une marge de progression faible avait été identifiée soient les gestes les moins souvent choisis par les ménages au cours du Défi.

Comme l'illustre le tableau croisé ci-dessous, ce n'est pas forcément le cas...

		Marges de progression potentielle des gestes de prévention		
		Faibles	Moyennes	Elevées
Récurrence du choix du geste par les 12 ménages participants	Peu choisi	<ul style="list-style-type: none"> Utiliser des sacs, caisses réutilisables pour transport des achats Eviter portions individuelles Boire eau du robinet Réutiliser boîtes, bocaux à la maison 	<ul style="list-style-type: none"> Remplacer plusieurs produits par un multi-usages 	<ul style="list-style-type: none"> Choisir des grands conditionnements Choisir des produits concentrés Choisir des recharges Fabriquer soi-même ses produits cosmétiques Produire ses propres légumes et plantes aromatiques
	Souvent choisi	<ul style="list-style-type: none"> Cuisiner soi-même plutôt que plats préparés 	<ul style="list-style-type: none"> Faire soi-même petites préparations alimentaires 	<ul style="list-style-type: none"> Choisir produits en vrac Choisir produits à la découpe Choisir des produits en emballages consignés Fabriquer soi-même ses produits d'entretien Apporter ses propres contenants lors des achats

FAIBLE marge de progression - gestes PEU choisis

Certains gestes ont assez logiquement été peu choisis car ils étaient déjà bien ancrés dans les habitudes des ménages et ne présentaient pas de fortes marges de progression potentielle. Il s'agit des gestes que les ménages faisaient déjà avant de commencer le défi et qui font largement partie de leurs habitudes.

Il s'agit de :

- Utiliser des sacs, caisses réutilisables pour transport des achats
- Eviter portions individuelles
- Boire eau du robinet
- Réutiliser boîtes, bocaux à la maison

Si on veut adresser un message à des personnes qui n'ont pas encore adopté de gestes de prévention, ces gestes sont sans doute à considérer comme des bonnes portes d'entrée, des **premiers pas faciles à mettre en œuvre**.

Mais, pour un public déjà plus « convaincu » et actif, ces gestes font partie des habitudes.

FAIBLE marge de progression - gestes SOUVENT choisis

Certains gestes ont été souvent choisis par les ménages alors que la marge de progression identifiée au départ était relativement faible.

C'est le cas de « Cuisiner soi-même plutôt que d'acheter des plats préparés ».

Comme déjà évoqué ci-dessus, cela pourrait s'expliquer par le fait que l'atelier cuisine, fortement apprécié des ménages, les a poussé à choisir ce geste dans le sens d'une amélioration qualitative liée à une meilleure organisation en cuisine et un gain de temps, même si ils cuisinaient déjà très régulièrement avant de commencer le Défi.

FORTE marge de progression - gestes PEU choisis

Certains gestes ont été peu choisis alors que des marges importantes de progression avaient été identifiées lors de l'état des lieux initial. Il s'agit par exemple de :

- Choisir des grands conditionnements
- Choisir des produits concentrés
- Choisir des recharges
- Fabriquer soi-même ses produits cosmétiques
- Produire ses propres légumes et plantes aromatiques

Ces gestes étaient relativement peu mis en pratique par les 12 ménages engagés dans le Défi mais n'ont pas pour autant été choisis par les ménages. Pour comprendre les raisons qui ont poussé les ménages à délaisser ces différents gestes, il faut examiner les freins et difficultés ressentis.

Gestes	Freins – Difficultés substantifs
Choisir des grands conditionnements	Pas adapté à une faible consommation. Risque trop important de gaspillage. N'existe pas pour certains produits uniquement vendus en doses individuelles (Nespresso, Senseo) et pas envie de changer de marque.
Choisir des produits concentrés	Intérêt pour la réduction des déchets n'est pas évident aux yeux des ménages, mauvaise perception de l'intérêt de poser ce geste. Plus intéressant de passer à la fabrication des produits d'entretien ou d'utiliser du vinaigre
Choisir des recharges	Pas disponible pour les produits/marques utilisés. Plus intéressant de passer à la fabrication des produits d'entretien ou d'utiliser du vinaigre
Fabriquer soi-même ses produits cosmétiques	Ne sait pas comment faire. Trop compliqué (trop d'ingrédients difficile à trouver), trop cher. Peur de fabriquer un produit non contrôlé pour la santé (crainte de s'abimer la peau, les cheveux, les dents) et moins efficace. Préfère s'orienter vers des produits cosmétiques solides en vrac (savon, shampoings en galet...)
Produire ses légumes et plantes aromatiques	Manque de compétence en jardinage, ne sait pas jardiner. Pas de jardin privé ou à proximité. Jardinage demande trop de temps. Production possible de légumes insuffisante (petit jardin) par rapport aux besoins importants de la famille.

Les freins évoqués sont très différents selon les gestes et parfois très spécifiques aux produits concernés. On peut néanmoins ressortir quelques freins particulièrement importants et en **tirer certaines conclusions**.

La faible disponibilité ou non disponibilité d'alternatives « préventives » est un frein très important. Une disponibilité aisée signifie trouver facilement une alternative sans devoir changer fondamentalement ses habitudes d'achat. Sachant que la plupart des consommateurs fréquentent les grandes surfaces pour effectuer leurs achats, **impliquer la grande distribution (pour leurs marques propres) et les producteurs dans les démarches de prévention des déchets est essentiel pour étoffer l'offre disponible**.

La fidélité à la marque est également un frein très important. Quand un produit est choisi pour sa marque, les consommateurs ne changent pas facilement de marque pour trouver une alternative moins emballée et plus préventive. Même pour des personnes très motivées à réduire leurs déchets d'emballage comme les participants au Défi, la fidélité à une marque reste un frein très important sur lequel il n'est pas de notre ressort d'agir (les marques concurrentes s'en chargent à grands coups de publicité et n'y arrivent pas toujours).

Mieux vaut choisir **d'orienter les messages de prévention sur des produits pour lesquels l'importance de la marque n'est pas trop prégnante**.

Une faible ou mauvaise perception de l'intérêt d'un geste sur la réduction des déchets peut être un véritable blocage.

Si les gens ne sont pas convaincus que les produits concentrés ont un intérêt pour réduire les déchets d'emballage, ils ne passeront pas à ce geste, quels que soient les arguments rationnels qu'on puisse leur fournir. Dans le cas des recharges, la perception du bénéfice pour la prévention des déchets est un peu meilleure parce que le marketing joue sur ce volet en parlant « d'éco-recharges » par exemple.

En conclusion, **pour les produits d'entretien, par exemple, il semble plus efficace de se concentrer sur des messages tels que :**

- **Simplifiez votre consommation en utilisant moins de produits différents et, en particulier, en utilisant du vinaigre pour toute une série d'usages ;**
- **Fabriquez vous-même vos produits d'entretien : c'est facile, efficace, et bon marché.**

De même, si les grands conditionnements sont perçus comme générateurs de gaspillage et même de sur-consommation, les consommateurs ne choisiront pas de s'orienter vers ce type de conditionnement pour réduire leurs déchets. Et, il est clair qu'en termes d'impact environnemental global, il faut prioritairement éviter le gaspillage du produit plutôt que de chercher à réduire le déchet d'emballage. Il serait sans doute utile d'orienter le consommateur en plaçant, **sur les grands conditionnements, une indication de la taille de la famille correspondante à ce type de conditionnement**.

Manque de compétence est évoqué par rapport au jardinage et à la fabrication de produits cosmétiques. Dans ces cas-là, il est indispensable de **développer des ateliers/formations** sur ces thématiques si on veut voir se développer ces pratiques.

Pour la fabrication des produits cosmétiques, il sera en outre indispensable de rassurer les personnes sur l'innocuité des produits fabriqués en **impliquant des représentants du monde médical : dermatologues, dentistes...** ou en rassemblant leurs avis sur la question.

FORTE marge de progression - gestes SOUVENT choisis

Enfin, les gestes pour lesquels une marge de progression potentielle importante avait été identifiée et qui ont été souvent choisis sont :

- Choisir produits en vrac
- Choisir produits à la découpe
- Choisir des produits en emballages consignés
- Fabriquer soi-même ses produits d'entretien
- Apporter ses propres contenants lors des achats
- Préparer soi-même des petites préparations alimentaires (pâtes à tartiner, houmous, biscuits, yaourt...)¹

On pouvait s'attendre à ce que des ménages qui se sont engagés dans un Défi Moins d'Emballages mettent en place des nouveaux gestes de prévention pour lesquels des marges de progression importantes avaient été identifiées, il faut quand-même souligner que certains des gestes choisis ici ne sont **pas les plus faciles** à mettre en œuvre.

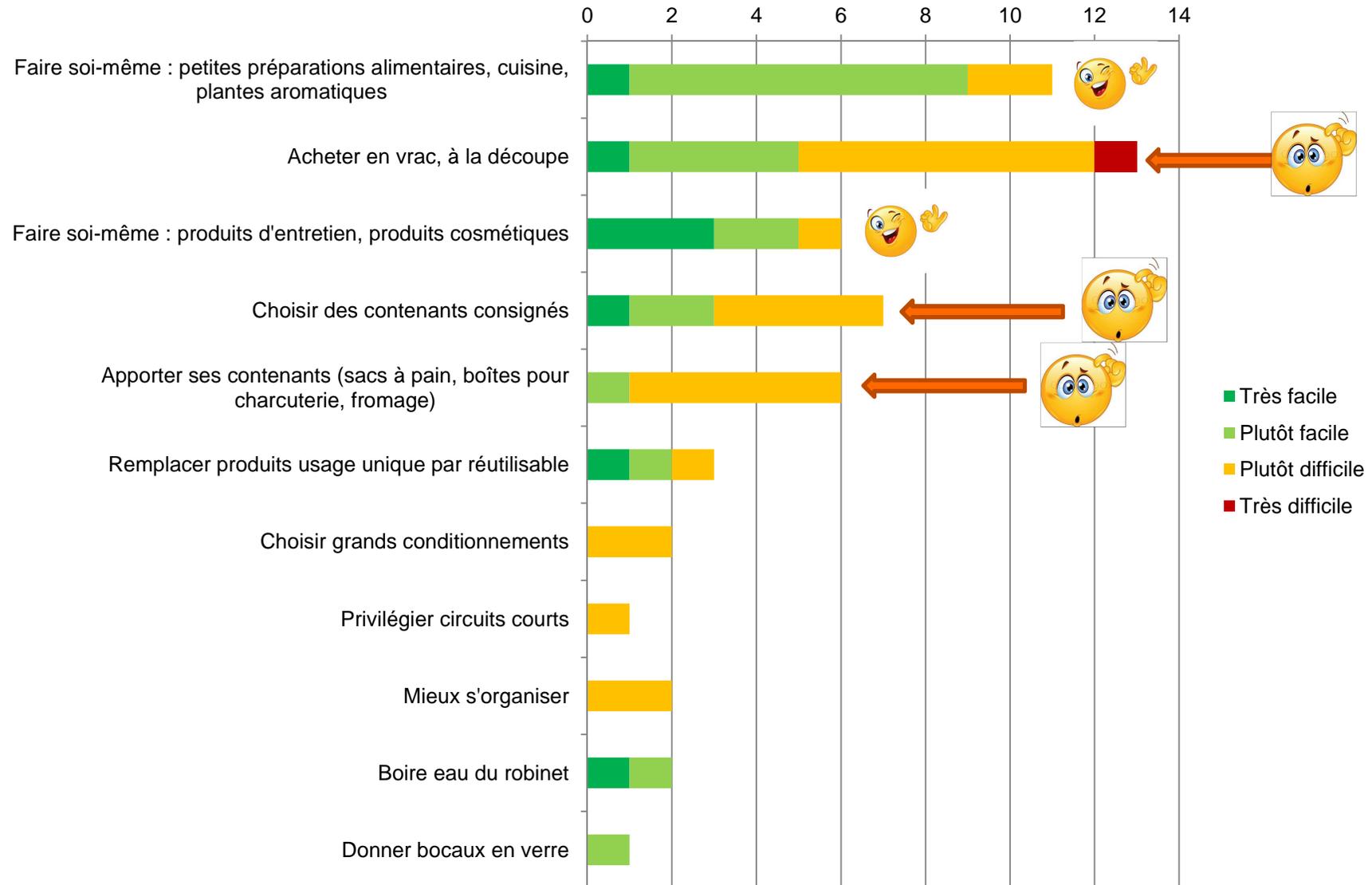
Cette **difficulté ressentie**, même si elle n'est pas uniformément ressentie par tout le monde, ressort des données remplies par les ménages dans leurs « semainiers ». Le graphique, ci-dessous, illustre, pour les différents gestes choisis, le **ressenti de la difficulté** de mise en œuvre des gestes au cours du Défi.

Parmi les gestes les plus souvent choisis, certains ont été ressentis comme plutôt facile à mettre en œuvre et d'autres comme plutôt difficile.

Gestes plutôt facile à appliquer	Gestes plutôt difficile à appliquer
Fabriquer soi-même ses produits d'entretien Préparer soi-même des petites préparations alimentaires (pâtes à tartiner, houmous, biscuits, yaourt...) 	Choisir produits en vrac Choisir produits à la découpe Choisir des produits en emballages consignés Apporter ses propres contenants lors des achats 

¹ Dans le cas des petites préparations alimentaires, même si, globalement la marge de progression était moyenne, il existait de belles marges de progression pour certains produits spécifiques comme les pâtes à tartiner, houmous... les biscuits et le yaourt, par exemple. Et c'est précisément pour ces produits que les ménages ont choisis d'agir et de tester la préparation maison.

Le geste que vous avez choisi de tester vous semble-t-il facile à appliquer?



Les freins et difficultés ressentis par geste sont les suivants.

Gestes	Freins – Difficultés subsistants
Choisir produits en vrac Choisir produits à la découpe	N'existe pas pour tous les produits dans les supermarchés. N'existe pas pour le produit recherché (pour son goût, sa qualité...) Pas de fournisseur à proximité et pas envie de devoir aller trop loin. Trop compliqué, prend trop de temps de faire ses courses dans plusieurs endroits différents, de chercher des fournisseurs. Ne sait pas où trouver des produits en vrac. Plus cher.
Choisir des produits en emballages consignés	N'existe pas pour tous les produits. Manque de choix ! Pas trouvé à proximité. Trop compliqué pour l'organisation des courses. Pas trouvé de bon vin en bouteille consignée. Ne sait pas où trouver des produits en emballage consigné.
Apporter ses propres contenants lors des achats	Les commerçants refusent. Demande un gros changement d'habitude dans la façon de faire ses courses et plus d'organisation (penser à prendre ses boîtes... avant d'aller faire ses courses). Pas possible quand ce n'est pas prévu. Pas facile quand on est à vélo. N'ose pas demander de peur de se faire remballer ou se faire regarder de travers.

Parmi les difficultés les plus souvent exprimées par rapport à la mise en place de ces gestes, on retrouve :

- Le manque de disponibilité des produits en vrac, à la découpe ou des produits en emballages consignés : offre insuffisante en termes de choix de produits et accessibilité peu aisée (produits peu ou pas présents dans les grandes surfaces, pas de fournisseurs à proximité) ;
- Fournisseurs de produits en vrac/découpe pas suffisamment connus ;
- la contrainte en termes d'organisation qu'impose le fait d'apporter ses propres contenants au magasin ;
- la réticence des commerçants et le regard des autres.

Pour mettre en pratique ces gestes (acheter en vrac, à la découpe, choisir des emballages consignés ou apporter ses propres contenants), certains ménages ont fondamentalement modifié leurs habitudes d'achat. Cette attitude « pionnière » est remarquable mais on ne peut en attendre autant du grand public en général.

Pour favoriser ces gestes de prévention, il faut absolument **agir sur les freins identifiés**. Cela pourrait par exemple passer par :

- Sensibiliser producteurs et distributeurs de manière à étoffer l'offre en produits en vrac et à la découpe disponible, notamment dans les grandes surfaces ;
- Soutenir les petits commerces qui souhaitent développer l'offre en produits vendus en vrac, à la découpe et en emballages consignés ;
- Etablir un répertoire interactif ou une « App » permettant de trouver facilement les adresses des fournisseurs de produits en vrac, à la découpe ou en emballages consignés près de chez soi ;
- Sensibiliser les distributeurs pour qu'ils acceptent d'utiliser les contenants apportés par les clients : boîtes, bocaux, sacs à pain...

5. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

Gestes	Recommandations
<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser des sacs, caisses réutilisables pour transport des achats • Eviter portions individuelles • Boire eau du robinet • Réutiliser boîtes, bocaux à la maison 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Utiliser ces gestes comme des « portes d'entrée », des premiers pas, relativement facile à mettre en œuvre pour le grand public.
<ul style="list-style-type: none"> • Cuisiner soi-même plutôt que d'acheter des plats préparés 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organiser des formations/ateliers cuisine permettant une amélioration qualitative de cette activité, notamment par une meilleure organisation en cuisine et un gain de temps.
<ul style="list-style-type: none"> • Choisir des produits concentrés • Choisir des recharges 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Impliquer et mobiliser la grande distribution (pour leurs marques propres) et les producteurs dans les démarches de prévention des déchets pour étoffer l'offre disponible. ➤ Orienter les messages de prévention sur des produits pour lesquels l'importance de la marque n'est pas trop prégnante. ➤ Pour les produits d'entretien, orienter les gestes vers : <ul style="list-style-type: none"> - Simplifiez votre consommation en utilisant moins de produits différents et, en particulier, en utilisant du vinaigre pour toute une série d'usages ; - Fabriquez vous-même vos produits d'entretien.
<ul style="list-style-type: none"> • Choisir des grands conditionnements 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Améliorer la perception de l'intérêt de ce geste sur la réduction des déchets et aider à choisir un conditionnement adapté au volume de consommation de la famille, par exemple en plaçant une indication de la taille de la famille correspondante à ce type de conditionnement.
<ul style="list-style-type: none"> • Fabriquer soi-même ses produits cosmétiques • Produire ses propres légumes et plantes aromatiques 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organiser des ateliers/formations sur ces thématiques pour mettre les personnes en capacité de mettre en pratique ces gestes. ➤ Pour la fabrication des produits cosmétiques, rassurer sur l'innocuité des produits fabriqués en impliquant des représentants du monde médical : dermatologues, dentistes... ou en rassemblant leurs avis sur la question.

Gestes	Recommandations
<ul style="list-style-type: none"> • Choisir produits en vrac • Choisir produits à la découpe • Choisir des produits en emballages consignés 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sensibiliser producteurs et distributeurs de manière à étoffer l'offre en produits en vrac et à la découpe disponible, notamment dans les grandes surfaces ; ➤ Soutenir les petits commerces qui souhaitent développer l'offre en produits vendus en vrac, à la découpe et en emballages consignés ; ➤ Etablir un répertoire interactif ou une « App » permettant de trouver facilement les adresses des fournisseurs de produits en vrac, à la découpe ou en emballages consignés près de chez soi ;
<ul style="list-style-type: none"> • Apporter ses propres contenants lors des achats 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sensibiliser les distributeurs pour qu'ils acceptent d'utiliser les contenants apportés par les clients : boîtes, bocaux, sacs à pain...
<ul style="list-style-type: none"> • Fabriquer soi-même ses produits d'entretien • Remplacer plusieurs produits par un multi-usages • Préparer soi-même des petites préparations alimentaires (pâtes à tartiner, houmous, biscuits, yaourt...) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestes relativement facile à mettre en pratique à condition d'organiser des ateliers/formations pour donner les compétences nécessaires et permettre aux personnes de passer à l'action sur ces thématiques.