

ENQUETE SUR LES HABITUDES DE CONSOMMATION RESPONSABLE

TABLE DES MATIERES

Introduction	3
Contexte et objectifs	3
Méthodologie.....	3
Participation redressée	4
1 ^{ère} partie : les démarches éco-responsables pratiquées par les répondants	6
95 % des répondants se sentent impliqués dans des démarches éco-responsables.....	6
Les consommateurs, les premiers acteurs ayant un impact sur l'évolution du développement durable	7
Le tri des déchets et la réduction du gaspillage alimentaire : les démarches éco-responsables les plus pratiquées par les répondants.....	8
La création d'objet, la culture de fruits et légumes ainsi que réduire ses déplacements en voiture sont les démarches les plus difficiles à mettre en place.....	9
Les différentes démarches éco-responsables	10
Faire attention à ne pas gaspiller de la nourriture	10
Limiter ma quantité de déchets	12
Limiter mes achats de produits neufs	13
Faire attention à ma consommation d'énergie.....	14
Éviter au maximum mes déplacements en voiture	15
Consommer des produits de saison.....	16
Consommer des produits certifiés « bios »	17
Consommer des produits locaux.....	18
Emprunter du matériel à des proches ou à des voisins	18
Acheter des produits d'occasion (meubles, électroménager ...)	19
Acheter des vêtements de seconde main	20

Cultiver des légumes ou des fruits dans mon jardin	21
Faire le tri de mes déchets	22
Donner, vendre et/ou échanger des objets	23
Réparer mes produits avant de m'en débarrasser	24
Créer des objets avec des anciens vêtements ou tissus	25
Trois répondants sur quatre fabriquent des produits eux-mêmes	25
Les autres démarches éco-responsables pratiquées	26
Déchets	26
Eau	26
Énergie	26
Déplacements	26
Consommation numérique	26
Mode de vie	27
Les boulangeries et les grandes surfaces sont les commerces les plus fréquentés pour les achats alimentaires.....	27
30 % des répondants utilisent au moins de temps en temps des applications d'aide au choix	28
La majorité des répondants privilégient l'origine et la qualité des produits dans leur choix	29
2 ^{ème} partie : Les participants au Défi « Rien de neuf »	30
S'impliquer davantage dans une démarche écologique est la première raison qui motive les personnes à participer au Défi	30
La disponibilité des produits d'occasion et l'entourage sont les principales difficultés liées à la participation au Défi	31
Les économies budgétaires : le premier avantage de la participation au Défi	32
L'achat d'occasion, la première solution pour éviter un achat de produit neuf.....	33
L'achat d'occasion principalement plébiscité pour les vêtements	33
La location a été privilégiée pour les moyens de transport et les équipements de jardinage/bricolage	36
La réparation principalement pratiquée sur les produits électroménagers et les vêtements	36
L'emprunt, notamment pour les outils de jardinage et de bricolage	37
Le renoncement à l'achat concerne principalement les vêtements, les accessoires, les babioles, les gadgets	38
Les produits d'entretien de la maison et les produits cosmétiques fabriqués à la maison.....	39
Conclusion	39
Synthèse des résultats.....	39
Recommandations	40

INTRODUCTION

CONTEXTE ET OBJECTIFS

En octobre 2018, l'ADEME publie un rapport sur [la face cachée des objets du quotidien](#), où l'on découvre par exemple que pour produire un téléviseur de 40 à 49 pouces (diagonale de 102 à 123 cm), il faut mobiliser 2,5 tonnes de matières premières. La reprise médiatique de ce rapport a permis de mettre en avant l'association Zero Waste France qui lutte contre le gaspillage et la production de déchets, grâce notamment au Défi « Rien de neuf pendant un an » qu'elle a lancé au début de l'année 2018.

L'Institut national de la consommation (INC) s'est rapproché de l'association afin d'étudier les comportements de consommation responsable des citoyens Français, et plus particulièrement des participants au Défi de Zero Waste France. Les objectifs principaux de cette étude sont :

- De connaître les démarches éco-responsables pratiquées par les consommateurs ;
- D'être informé des difficultés rencontrées par les consommateurs pour mettre en place des démarches éco-responsables ;
- De découvrir les difficultés et les avantages d'une participation au Défi « Rien de neuf » de Zero Waste France ;
- De démontrer qu'il est budgétairement intéressant de limiter ses achats de produits neufs.

MÉTHODOLOGIE

Pour répondre à ces objectifs, l'INC et Zero Waste France ont réalisé un questionnaire d'une trentaine de questions. Il s'agit d'un questionnaire auto-administré en ligne, compatible sur PC, smartphone et tablettes.

Nous avons eu la chance d'avoir une forte participation avec 5 310 répondants. Les réponses ont été récoltées du 21 juin 2019 au 25 juillet 2019, avec une durée moyenne de réponse au questionnaire de 12 minutes.

Nous avons effectué un redressement sur les données récoltées, c'est-à-dire que pour rendre l'échantillon de répondants représentatif de la population française, nous avons diminué le poids des catégories de population sur-représentées dans notre échantillon, et augmenté celui des catégories de population sous-représentées. Le redressement a été effectué sur les variables suivantes :

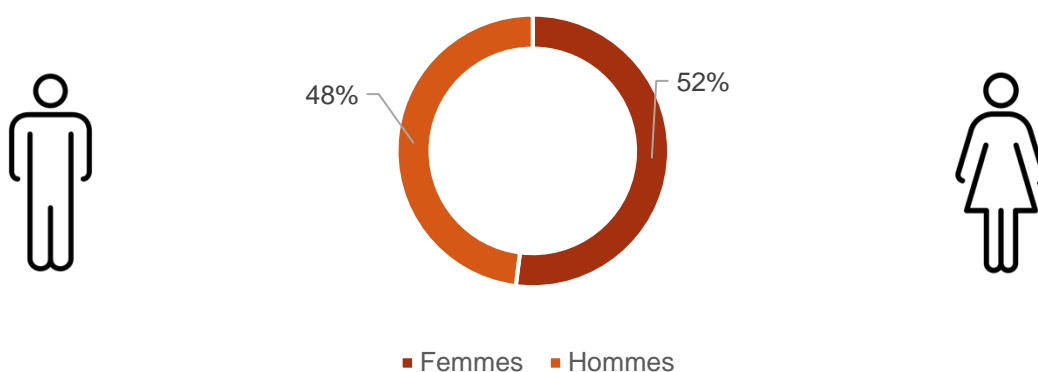
- Sexe : homme, femme ;
- Regroupement régional (UDA5) : région parisienne, Nord-Ouest, Nord-Est, Sud-Ouest, Sud-Est ;
- Age : 18-24 ans, 25-34 ans, 35-49 ans, 50-64 ans, 65-75 ans, plus de 75 ans ;
- Le taux de participation au Défi « Rien de neuf » en France ;
- Catégories socio-professionnelles regroupées : « CSP – » (agriculteurs exploitants, professions intermédiaires, employés, ouvriers), « CSP + » (artisans, commerçants et chefs d'entreprise, cadres et professions intellectuelles supérieures), « Sans activité » (retraités, étudiants, autres personnes sans activité professionnelle).

Les données de redressement de sexe, de région, d'âge et de CSP sont issues des données INSEE de 2014. Le taux de participation au Défi « Rien de neuf » a été estimé à partir du nombre de répondants disant participer au Défi, et n'ayant pas été redirigés depuis le lien diffusé sur les différents réseaux de Zero Waste France.

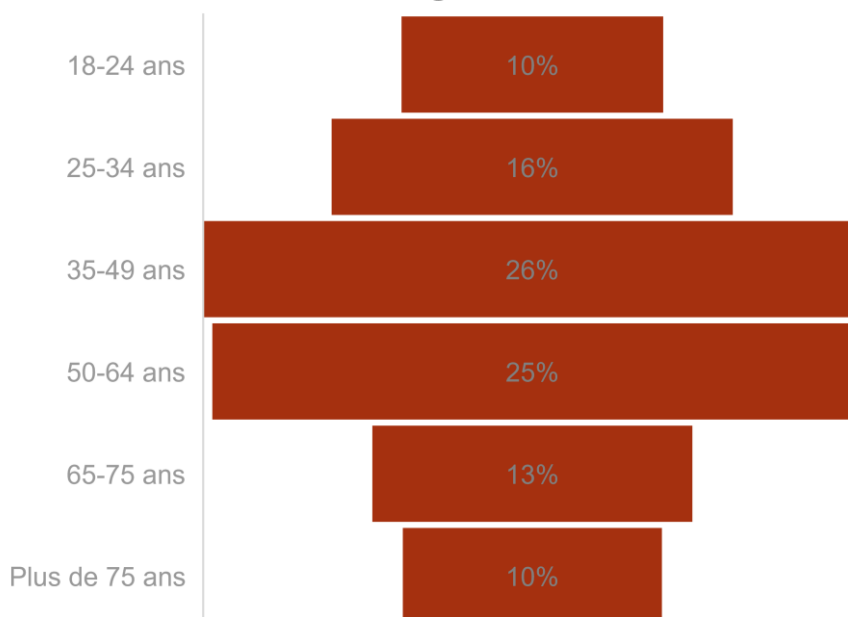
Bien que les données aient été redressées pour que la population de répondants soit représentative de la population française, nous avons constaté, en comparant nos résultats avec d'autres études, que nos répondants semblent être davantage impliqués dans les démarches de consommation responsable que le reste de la population française. Ainsi, pour la présentation des résultats, nous parlerons des « répondants » et non des « Français ».

PARTICIPATION REDRESSÉE

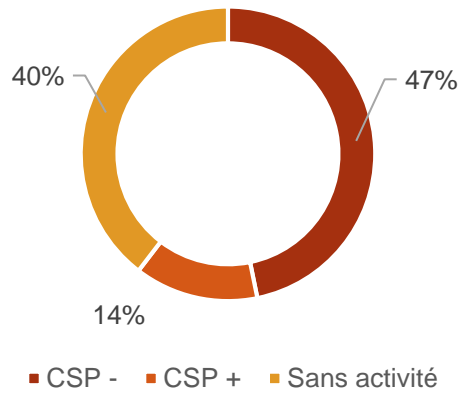
Sexe



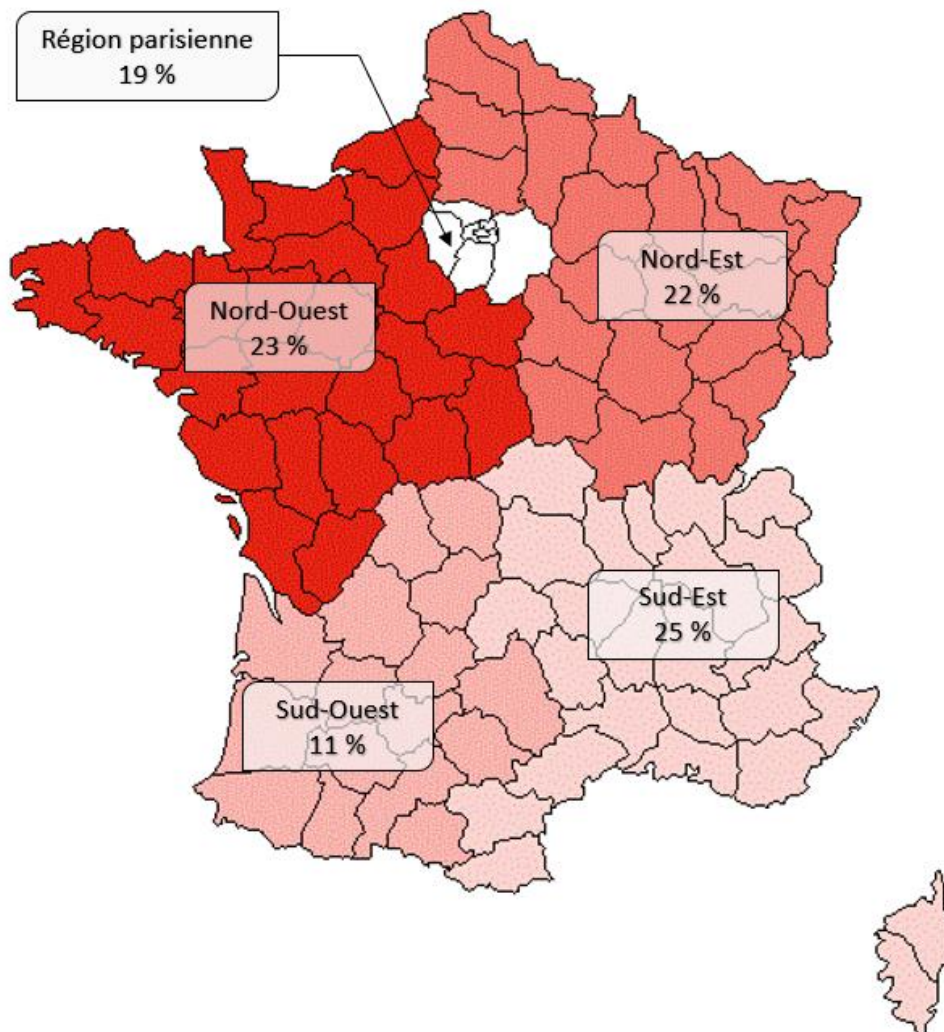
Age



Catégories socio-professionnelles



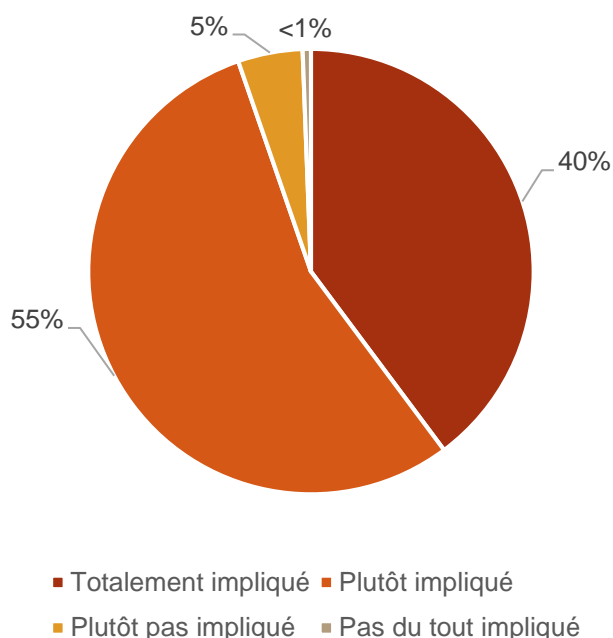
Répartition géographique



1^{ERE} PARTIE : LES DÉMARCHES ÉCO-RESPONSABLES PRATIQUÉES PAR LES RÉPONDANTS

95 % DES RÉPONDANTS SE SENTENT IMPLIQUÉS DANS DES DÉMARCHES ÉCO-RESPONSABLES

Q1 : En tant que consommateur, vous sentez-vous impliqué dans des démarches de consommation responsable (écologique, social ...) ?



95 % des répondants se déclarent impliqués dans des démarches éco-responsables, seuls 0,6 % des répondants ne se sentent pas du tout impliqués.

Les femmes sont légèrement plus impliquées que les hommes (97 % se sentent au moins plutôt impliquées contre 92 % pour les hommes).

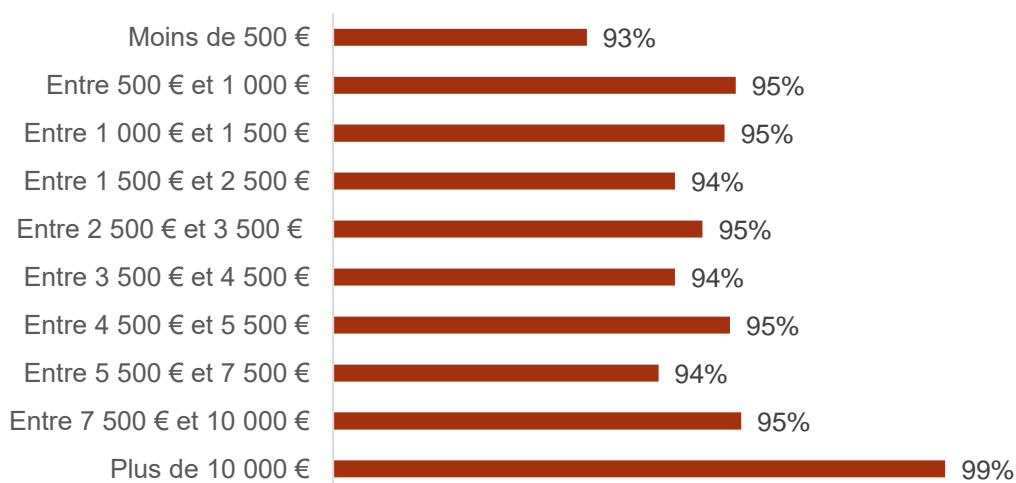
Le taux d'implication semble diminuer avec l'âge, même si cela reste minime : 96 % des 18-24 ans se sentent impliqués contre 93 % pour les personnes de 65 ans et plus.

Le regroupement des catégories socio-professionnelles n'indiquent pas d'influence de l'activité sur le taux d'implication : 96 % pour les « CSP + », 95 % pour les « CSP – » et les personnes sans activité. Cependant, on constate que les 14 agriculteurs de notre étude se sentent impliqués dans des démarches éco-responsables (100 %), contre 89 % des ouvriers.

Les personnes ayant des enfants au sein de leur ménage sont légèrement plus impliquées que les personnes sans enfant.

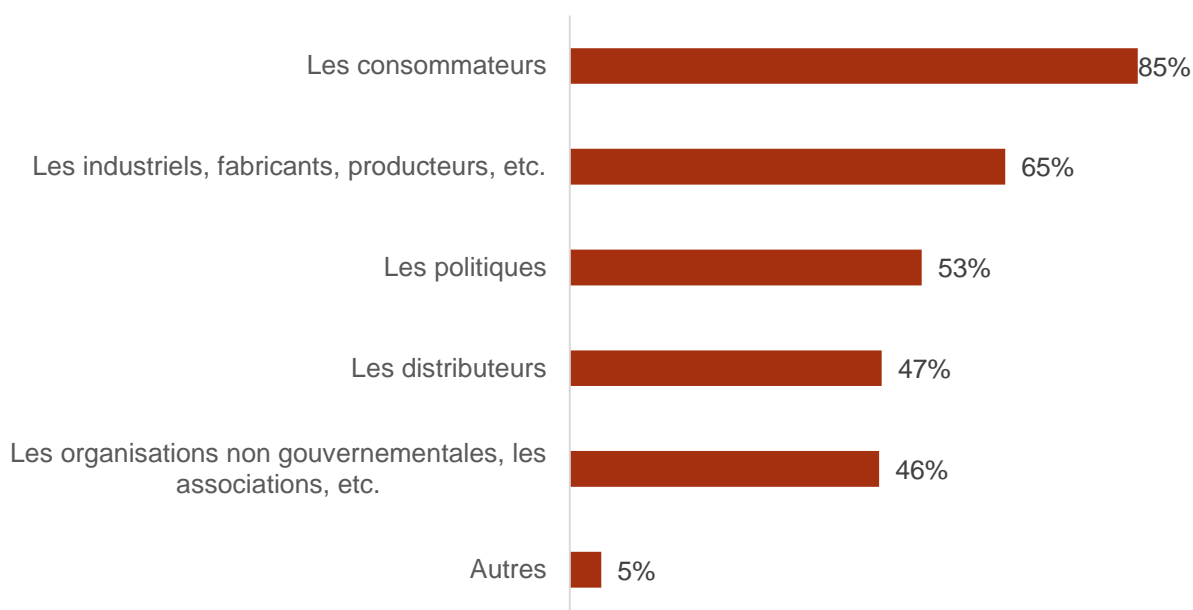
Le revenu influence peu le taux d'implication, sauf pour les extrémités : les revenus les plus modestes (moins de 500 € net par mois) déclarent être en moyenne moins impliqués (93 %) que les revenus les plus élevés (plus de 10 000 € net par mois, 99 %).

Personnes impliquées dans des démarches éco-responsables selon les revenus



LES CONSOMMATEURS, LES PREMIERS ACTEURS AYANT UN IMPACT SUR L'ÉVOLUTION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Q2 : Parmi les acteurs suivants, quels sont ceux qui selon vous, peuvent avoir un impact sur des évolutions en termes de développement durable ?



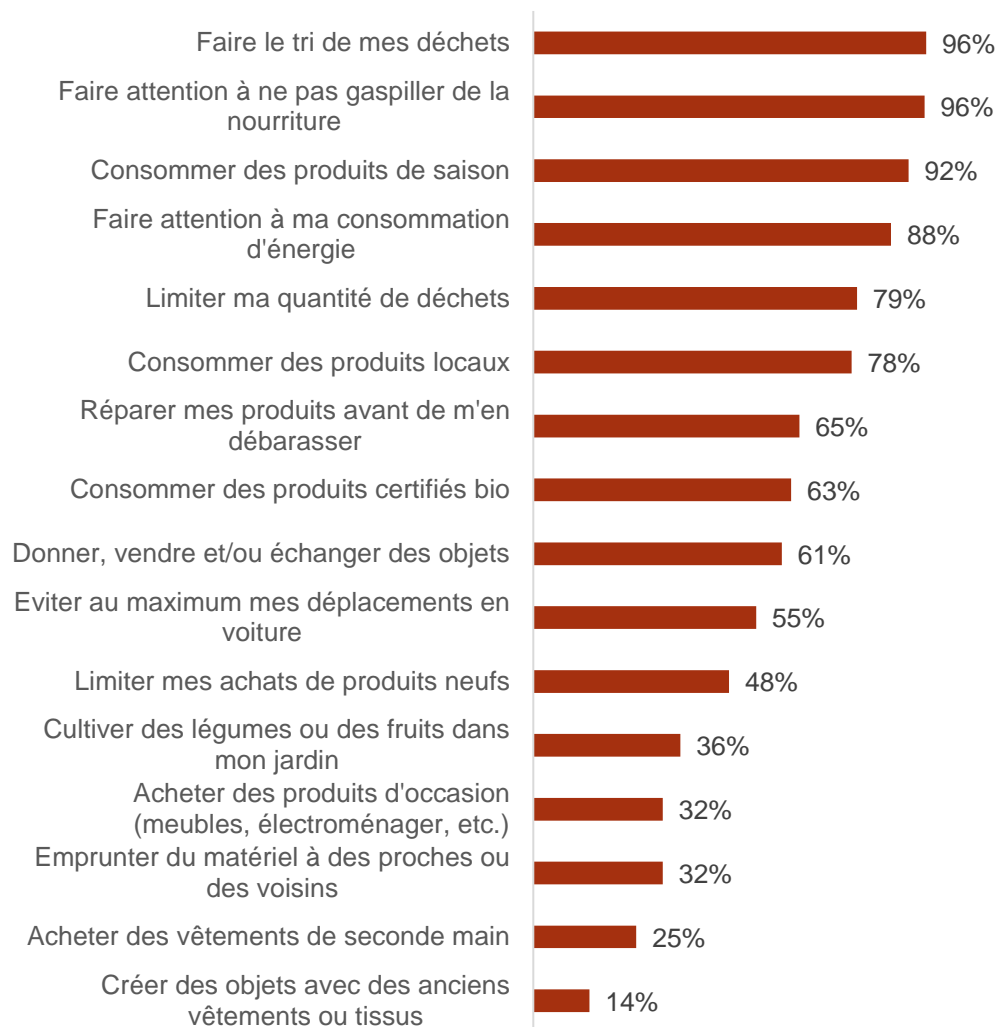
Selon les répondants, les consommateurs sont largement les premiers acteurs qui peuvent avoir un impact sur des évolutions en termes de développement durable. Ils sont suivis par les industriels, les fabricants et les producteurs. À peine plus de la moitié des répondants estiment que les politiques peuvent avoir un impact. Finalement, un peu moins de la moitié des répondants estiment que les distributeurs et les ONG et associations peuvent avoir un impact.

Dans la catégorie « Autres » (5 %) est notamment mentionné le rôle des professionnels de l'éducation et des agriculteurs, ainsi que le rôle des médias, des personnalités (célébrités, influenceurs ...) et des réseaux sociaux.

LE TRI DES DÉCHETS ET LA RÉDUCTION DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE : LES DÉMARCHES ÉCO-RESPONSABLES LES PLUS PRATIQUÉES PAR LES RÉPONDANTS

Q3 : Pour chaque démarche suivante, vous arrive-t-il de la pratiquer ... ?

Total des répondants ayant déclaré pratiquer la démarche systématiquement ou régulièrement



Les démarches les plus pratiquées par les répondants (c'est-à-dire les personnes ayant répondu pratiquer systématiquement ou régulièrement une démarche) sont le tri des déchets (96 %), limiter le gaspillage alimentaire (96 %), consommer des produits de saison (96 %) et réduire sa consommation d'énergie (88 %).

Les démarches les moins pratiquées par les répondants (c'est-à-dire les personnes ayant répondu qu'elles ne pratiquaient pas cette démarche et qui n'envisagent pas de le faire) sont la création d'objets avec des anciens vêtements ou tissus et l'achat de vêtements de seconde main.

Sur les seize démarches proposées dans le questionnaire, les répondants en pratique en moyenne 13 (personnes ayant répondu pratiquer systématiquement, régulièrement ou de temps en temps les démarches).

Les démarches pratiquées plus souvent par les femmes que par les hommes :

- Limiter les achats de produits neufs : 56 % des femmes (+ 8 points par rapport aux hommes) ;
- Consommer des produits bios : 70 % (+ 7 points) ;
- Emprunter du matériel à des proches ou des voisins : 39 % (+ 7 points) ;
- Acheter des produits d'occasion : 41 % (+ 10 points) ;
- Acheter des vêtements de seconde main : 37 % (+ 11 points) ;
- Donner, vendre et/ou échanger des objets : 70 % (+ 9 points) ;
- Créer des objets avec des anciens vêtements ou tissus : 20 % (+ 6 points).

Les « CSP + » ont davantage tendance à éviter de prendre leur voiture (à noter qu'il y a davantage de « CSP + » à Paris et dans les grandes villes), à consommer des produits bios et des produits locaux. Tandis que les « CSP – » pratiquent davantage l'emprunt de matériel auprès de l'entourage, l'achat de produits d'occasions et les dons, ventes et échanges d'objets. Les personnes sans activité pratiquent en moyenne moins systématiquement des démarches éco-responsables, notamment en ce qui concerne l'achat de produits bios, les dons, ventes et échanges d'objet, ainsi que la limitation d'achat de produits neufs.

Sans surprise, les habitants des petites villes (moins de 20 000 habitants) utilisent plus régulièrement leur voiture. Cependant, il est surprenant de voir que les habitants des grandes villes sont davantage impliqués dans la culture de fruits ou légumes.

Les personnes gagnant moins de 1 500 € net mensuels achètent moins souvent des produits bios et locaux, mais pratiquent davantage l'emprunt d'objet, l'achat d'occasion pour les objets et les vêtements, ainsi que la création d'objet.

LA CRÉATION D'OBJET, LA CULTURE DE FRUITS ET LÉGUMES AINSI QUE RÉDUIRE SES DÉPLACEMENTS EN VOITURE SONT LES DÉMARCHES LES PLUS DIFFICILES À METTRE EN PLACE

Q4 : Selon vous, cette démarche est-elle ... ?

Les difficultés perçues des différentes démarches sont très disparates puisque les taux de difficulté oscillent entre 65% et 3% des répondants (voir graphique ci-dessous).

Certaines démarches sont considérées comme plus difficile à mettre en place chez les hommes que chez les femmes :

- Limiter les achats de produits neufs : plutôt voire très difficile pour 41 % des hommes, contre 28 % des femmes ;
- Consommer des produits bios : 25 % contre 20 % ;
- Emprunter du matériel : 34 % contre 25 % ;
- Acheter des produits d'occasion : 37 % contre 23 % ;
- Acheter des vêtements de seconde main : 54 % contre 27 % ;
- Donner, vendre et/ou échanger des objets : 22 % contre 9 %.

Les plus jeunes (moins de 25 ans) ont plus de difficultés pour limiter leurs déchets, consommer des produits locaux et cultiver des fruits et légumes. Tandis que les personnes de 50 ans et plus rencontrent des difficultés pour limiter leur consommation de produits neufs, emprunter du matériel, acheter des produits d'occasion et des vêtements de seconde main.

Les personnes sans activité semblent rencontrer plus de difficultés à mettre en place des démarches éco-responsables, notamment sur la consommation de produits bios, l'achat de produits d'occasion, l'achat de vêtements de seconde main et donner, vendre et/ou échanger des objets. Les « CSP – » ont plus de difficultés à laisser leur voiture, tandis que les « CSP + » trouvent davantage difficile de cultiver leurs fruits et légumes.

Sans surprise, en zone rurale et dans les petites villes (moins de 20 000 habitants), il est plus difficile de limiter ses déplacements en voiture, il est cependant moins aisé de cultiver ses fruits et légumes dans les grandes villes.

Les personnes ayant de faibles revenus déclarent qu'il est difficile pour eux de consommer des produits bios.

Total des répondants ayant déclaré que la démarche était plutôt difficile ou très difficile à mettre en place



LES DIFFÉRENTES DÉMARCHES ÉCO-RESPONSABLES

FAIRE ATTENTION À NE PAS GASPILLER DE LA NOURRITURE

Selon le [Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire](#), ce dernier correspond à « toute nourriture destinée à la consommation humaine, qui a une étape de la chaîne alimentaire, est perdue, jetée, dégradée. » Près d'un tiers de la production alimentaire mondiale est gaspillée ou jetée, soit 1,3 milliards de tonnes de déchets.

En France, sur toute la chaîne (de la production à la consommation), 18 % de la production alimentaire est gaspillée, dont 14 % dans le secteur de la restauration (collective et commerciale) et 19 % pour la consommation à domicile. Les raisons de ce gaspillage sont multiples : surproduction, mauvaise gestion des stocks, calibrage des produits alimentaires (si le produit n'a pas les « bonnes dimensions » il est jeté), rupture de la chaîne du froid ...

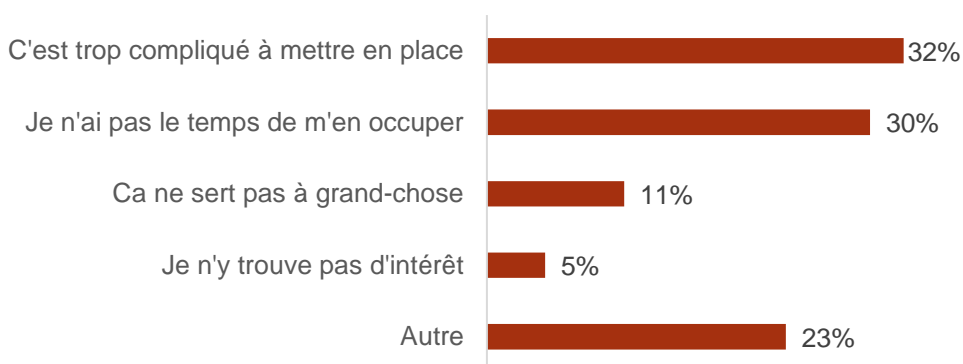
De nombreuses ressources sont donc utilisées en vain, notamment de l'eau, de l'énergie, des espaces agricoles, des engrais, des pesticides ...

Pour en savoir plus sur le gaspillage alimentaire :

- [Gaspillage alimentaire : définition, enjeux et chiffres](#), de France Nature Environnement ;
- [Toutes les publications liées au gaspillage alimentaire](#) de France Nature Environnement ;
- [Pertes et gaspillages alimentaires : l'état des lieux et leur gestion par étapes de la chaîne alimentaire](#), de l'ADEME ;
- [Du champ à la poubelle : le gaspillage alimentaire pèse lourd sur le climat](#) de Zero Waste France ;
- [Le gaspillage alimentaire pèse lourd sur le climat \(2\)](#) de Zero Waste France.

96 % des répondants déclare faire attention au moins régulièrement à ne pas gaspiller de la nourriture. Et 97 % considèrent que c'est une pratique plutôt facile voire très facile à mettre en place au quotidien.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (34 répondants, 0,6 % de l'échantillon)



Parmi les personnes déclarant ne pas pratiquer cette démarche, les raisons principales sont que c'est une démarche trop compliquée à mettre en place (pour 32 % des personnes ne pratiquant pas cette démarche) et qu'ils n'ont pas le temps de s'en occuper (30 %). Les autres raisons évoquées dans la dernière catégorie sont l'étourderie, une mauvaise gestion de l'achat des produits alimentaires et un appétit variable.

[Quelques solutions pour éviter le gaspillage alimentaire :](#)

- Acheter selon ses besoins : l'achat en vrac permet entre autres d'acheter exactement la quantité désirée, en plus cela permet de réduire ses déchets (moins d'emballages) ;
- Cuisiner les bonnes quantités, et s'il y a trop, réutiliser les restes pour d'autres plats, ou alors les congeler ;
- Manger tout ce qui est comestible plutôt que de jeter (la partie verte des poireaux, la peau des carottes ...) ;
- Favoriser les fruits et légumes non calibrés ;
- Demander un « doggy bag » au restaurant quand les assiettes ne sont pas terminées ;
- Distinguer la DLUO (date limite d'utilisation optimale) et la DLC (date limite de consommation) et savoir que pour certains produits (yaourts, gâteaux...), un produit à la DLC dépassée peut être consommé ;
- Faire davantage de courses d'appoint plutôt que faire des stocks pour de longues périodes ;

- Composter ses biodéchets pour les valoriser (lombricompostage, compostage de proximité ou collecte séparée). Pour en savoir plus sur comment gérer ses biodéchets, vous pouvez vous rendre sur le site biodechets.org.

LIMITER MA QUANTITÉ DE DÉCHETS

Selon l'[article L.541-1-1 du code de l'environnement](#), un déchet correspond à « toute substance ou tout objet, ou plus généralement tout bien meuble, dont le détenteur se défait ou dont il a l'intention ou l'obligation de se défaire. »

En 2015 en France selon l'ADEME, 324,5 millions de tonnes de déchets ont été produites, dont 30,6 millions pour les ménages. Ce qu'on appelle les déchets ménagers (qui regroupent les ordures ménagères, les déchets collectés en déchèterie ou les encombrants) représentaient en 2014, 430 kg par habitant selon Eurostat.

Il est important de réduire sa quantité de déchets car cela permet :

- D'éviter de consommer des matières premières et des ressources renouvelables ou non ;
- De diminuer son empreinte environnementale et les gaz à effet de serre ;
- De réduire le coût financier de la collecte et du traitement des déchets.

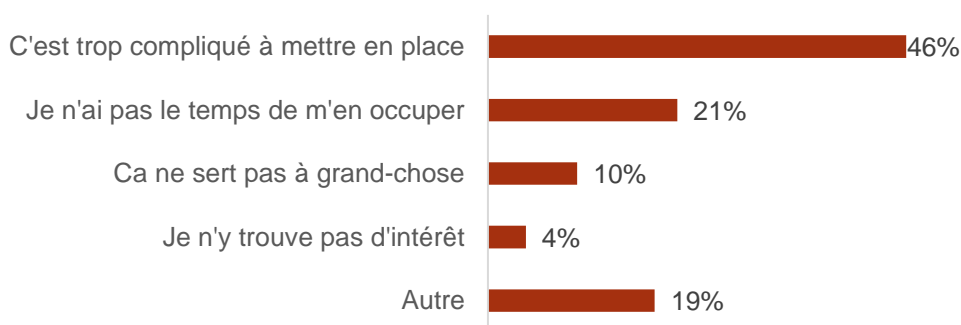
Essayer d'adopter un mode de vie « zéro déchet » est également bénéfique pour le budget. Dans le reportage « [Zéro déchet à Roubaix](#) » le maire de la ville explique que certaines familles font jusqu'à 250 € d'économies par mois en adoptant cette pratique.

Pour en savoir plus sur les déchets :

- [Pourquoi réduire la quantité de déchets ?](#) de l'ADEME ;
- [La production de déchets ménagers en France](#) de Planetoscope ;
- [Déchets : chiffres clés 2017](#) de l'ADEME.

79 % des répondants déclarent limiter leur quantité de déchets au moins régulièrement. Et pour 75 % d'entre eux, c'est une pratique plutôt facile, voire très facile à mettre en place.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (308 répondants, 6 % de l'échantillon)



Parmi les personnes déclarant ne jamais pratiquer cette démarche, ces derniers évoquent principalement des complications pour la mise en place de cette pratique (46 %). Dans la dernière catégorie, les principales raisons évoquées sont :

- Le suremballage des produits ;
- Le problème concerne principalement les distributeurs, fabricants et industriels ;

- Manque de connaissance, de savoir-faire ;
- Manque d'alternative « zéro déchet » à proximité ;
- Manque de moyen financier.

Il existe plusieurs solutions pour réduire sa quantité de déchets :

- Diminuer le gaspillage alimentaire comme vu au point précédent ;
- Éviter d'acheter des produits emballés, notamment grâce à l'achat de produits en vrac ;
- Éviter les produits à usage unique (coton tige, pailles, touillettes, serviettes hygiéniques, tampons...) et essayer de trouver leur équivalent réutilisable ;
- Réparer ses objets ;
- Prendre une gourde et/ou boire l'eau du robinet plutôt que des bouteilles d'eau en plastique ;
- Refuser les objets non indispensables (goodies, publicités...).

Pour en savoir plus sur comment réduire ses déchets, vous pouvez suivre le [MOOC Zéro Déchet](#) ou bien vous rendre sur le site de [Zero Waste France](#).

LIMITER MES ACHATS DE PRODUITS NEUFS

Selon la définition du [Larousse](#), un produit neuf est un produit qui n'a pas encore servi, qui n'a pas encore eu de propriétaire.

Selon l'ADEME, dans son rapport sur [la face cachée des objets du quotidien](#), les équipements de la maison représentent environ 25 % des émissions de gaz à effet de serre d'un Français, soit environ 2,7 tonnes de CO₂ par an.

Selon une étude d'Ipsos en 2016 pour OCAD3E, les Français pensent posséder en moyenne 34 équipements électriques, alors qu'en réalité, ils en possèdent 99.

Or, par exemple, pour produire un lave-linge de 79 kg, il faut mobiliser 2,1 tonnes de matières premières, ce qui équivaut à un aller-retour Paris-Toulouse en avion. Il est donc important de limiter ses achats de produits neufs afin de limiter l'exploitation des ressources naturelles et de limiter son empreinte environnementale.

48 % des répondants déclarent pratiquer au moins régulièrement cette démarche. Et pour 66 % d'entre eux, c'est une démarche facile, voire très facile à mettre en place.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (1 014 répondants, 19 % de l'échantillon)



Parmi les personnes ne pratiquant pas cette démarche, les principales raisons évoquées sont que cette démarche ne présente pas d'intérêt (34 %) et que c'est trop compliqué à mettre en place (24 %).

Les autres raisons présentées sont que :

- Acheter neuf est un plaisir, et que c'est une habitude difficile à changer ;
- Il y a un manque de confiance sur les produits d'occasion ;
- Les produits neufs sont souvent plus durables et moins énergivores ;
- On ne trouve pas toujours ce qu'on cherche, notamment pour les produits high-techs.

Des solutions pour limiter ses achats de produit neufs :

- Éviter de se suréquiper : réfléchir au réel besoin de cet achat, éviter les achats compulsifs ;
- Éviter de renouveler trop souvent ses équipements, notamment pour les smartphones ;
- Augmenter la durée de vie de ses produits en les réparant plutôt qu'en les remplaçant ;
- Se tourner vers les alternatives au neuf pour trouver les objets dont on a besoin : achat d'occasion, emprunt, location, fabrication, récupération, etc.

Si vous souhaitez vous impliquer davantage dans cette démarche, vous pouvez vous inscrire et consulter le site du [Défi « Rien de neuf »](#) de Zero Waste France.

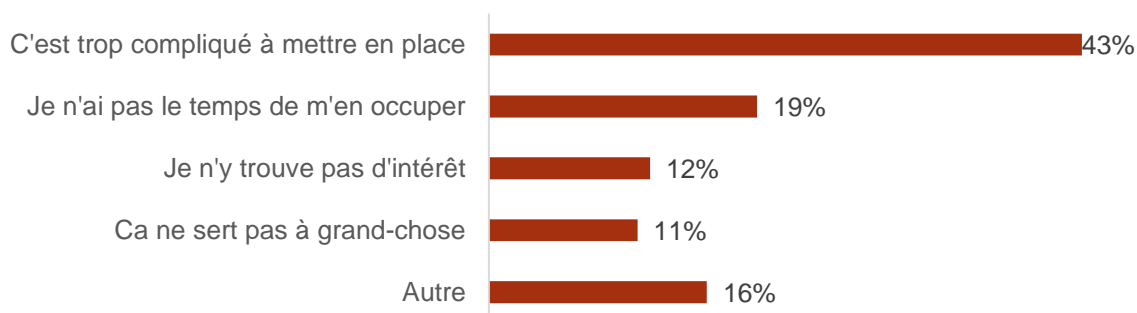
FAIRE ATTENTION À MA CONSOMMATION D'ÉNERGIE

En 2017, la consommation d'énergie (hydraulique, éolien, photovoltaïque, charbon, gaz, pétrole, nucléaire, etc.) en France était de 250 millions de tonnes équivalent en pétrole. Une consommation qui augmente quasiment chaque année notamment due à l'évolution de nos modes de vie : accroissement des déplacements, hausse des échanges mondiaux, équipement et suréquipement de la maison, etc. 47 % de cette consommation est destinée au résidentiel et 31 % aux transports. Les émissions de CO₂ liées à la combustion d'énergie représentent 4,9 tonnes de CO₂ par habitant en France en 2017.

- Pour en savoir plus : [Chiffres clés de l'énergie, édition 2018](#) du Commissariat général au développement durable.

87 % des répondants déclarent faire attention au moins régulièrement à leur consommation d'énergie.
89 % des personnes interrogées considèrent qu'il est facile de mettre en place cette démarche.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (155 répondants, 3 % de l'échantillon)



43% des personnes ne pratiquant pas cette démarche estiment qu'elle est trop compliquée à mettre en place dans leur quotidien, et 19 % déclarent ne pas avoir le temps de s'en occuper.

D'autres raisons sont également évoquées dans la dernière catégorie :

- Inattention ;
- Manque de connaissance et de conseils ;
- Habitude difficile à prendre ;
- Logement énergivore ;
- Le statut de locataire qui empêche dans certains cas d'avoir une maîtrise totale sur sa consommation énergétique.

Quelques conseils pour réduire sa consommation énergétique au quotidien :

- Débrancher les appareils en veille (box, TV ...) ;
- Baisser le chauffage et la climatisation ;
- Penser à éteindre la lumière en quittant la pièce ;
- S'équiper d'équipements peu énergivores ;
- Favoriser les programmes « éco » ou basse température de vos équipements type lave-linge, lave-vaisselle, etc. ;
- Mettre un couvercle sur les poêles et casseroles lors de la cuisson ;
- Télécharger les versions « light » des applications de votre smartphone ;
- Mieux isoler son logement.

ÉVITER AU MAXIMUM MES DÉPLACEMENTS EN VOITURE

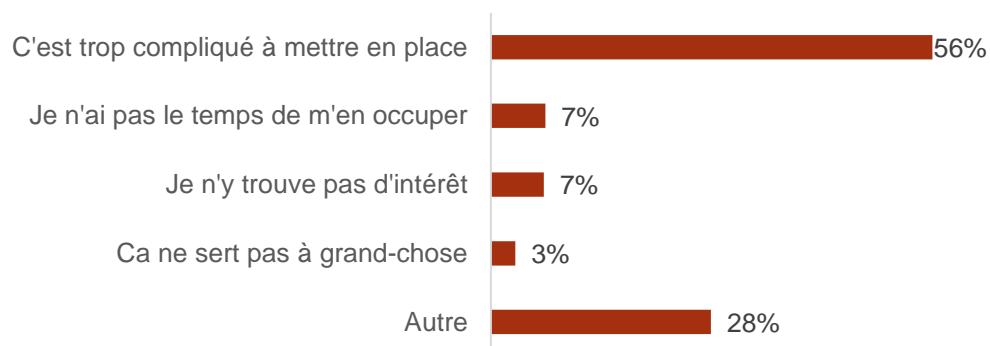
En 2017, selon l'[INSEE](#), 32,5 millions de voitures particulières sont en service en France, pour un parcours annuel moyen de 13 194 km par véhicule.

Avec 85 % des Français âgés de plus de 16 ans qui possèdent une voiture, dont 37 % qui en possèdent deux voire plus ([Insee, 2016](#)), la voiture reste le moyen de transport privilégié des Français pour les trajets du quotidien. 67 % des Français l'utilisent pour aller au travail et 86 % pour les courses alimentaires ([étude BCG/IPSOS](#)).

En 2016, les émissions de CO₂ (96 % des gaz à effet de serre des transports) dues à l'utilisation des voitures particulières s'élevaient à [69,6 millions de tonnes](#).

55 % des personnes interrogées déclarent éviter au maximum leurs déplacements en voiture au moins régulièrement. Pour la moitié des répondants, c'est une pratique plutôt difficile voire très difficile à mettre en place.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (716 répondants, 14 % de l'échantillon)



C'est d'ailleurs la première raison pour laquelle certains répondants ne pratiquent pas cette démarche : c'est trop compliqué à mettre en place (56 %). Les raisons soulevées dans la dernière catégorie sont sans surprise : un manque d'alternative notamment pour les personnes vivant dans les zones rurales où les transports en commun sont inexistantes ou rares, où les commerces sont éloignés,

etc. Il est également soulevé que les transports en commun rallongent fortement la durée des trajets, et qu'ils sont mal adaptés aux personnes en situation d'handicap. La voiture est considérée comme pratique, elle permet de gagner du temps et procure un sentiment de liberté.

Des solutions pour éviter de prendre sa voiture :

- Favoriser les mobilités « douces » (marche, vélo, trottinette, skate, etc.) pour les trajets courts ;
- Favoriser l'utilisation des transports en commun ;
- Favoriser le covoiturage quand on est obligé de prendre sa voiture ;
- Favoriser l'autopartage (plusieurs personnes qui utilisent la même voiture pour des trajets qui peuvent être différents).

Des solutions existent pour réduire l'impact environnemental de votre voiture :

- Conduire de façon souple et fluide ;
- Vérifier la pression des pneus régulièrement ;
- Réduire sa vitesse de 10 km/h sur les voies rapides ;
- Ne pas surcharger inutilement sa voiture ;
- Réparer son véhicule avec des pièces de réemploi.

CONSOMMER DES PRODUITS DE SAISON

Consommer des produits de saison, c'est bon pour vous et c'est bon pour la planète.

C'est tout d'abord bon pour la santé car les fruits et légumes cueillis à maturité offrent une meilleure qualité nutritionnelle et donc de meilleures défenses naturelles. De plus, il y a une meilleure adéquation entre les apports nutritionnels dont nous avons besoin selon les saisons et les produits de saison : ce dont nous avons besoin, la nature nous l'apporte !

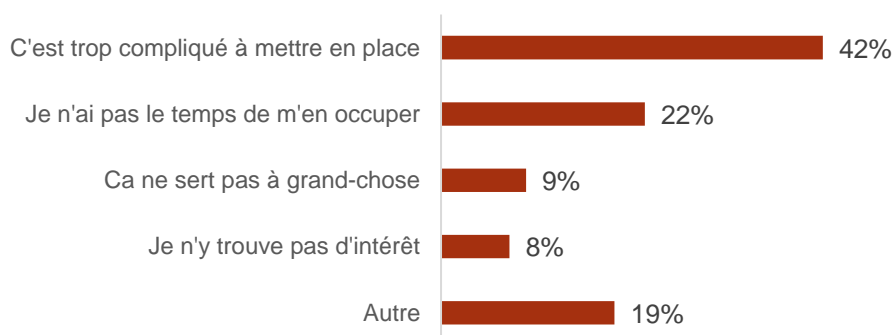
Et c'est bon pour la planète ! Consommer des produits de saison permet de réduire l'utilisation d'engrais, de pesticides et de produits de traitement post-récolte. Cela permet de se tourner plus régulièrement vers la production locale, ce qui réduit considérablement les trajets et le transport de marchandises alimentaires (dont l'impact environnemental est estimé à 1 000 millions de tonnes de CO₂).

Pour en savoir plus :

- [Pourquoi est-il conseillé de manger des fruits et légumes de saison ?](#), Libération ;
- [Alimentation et environnement : champs d'actions pour les professionnels](#) de l'ADEME ;
- [Le fret mondial et le changement climatique](#) du Centre d'analyse stratégique.

92 % des répondants déclarent consommer au moins régulièrement des produits de saison. Et 94 % pensent que c'est une démarche facile à mettre en place.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (85 répondants, 2 % de l'échantillon)



Parmi ceux qui ne pratiquent pas cette démarche, les principales raisons évoquées sont que c'est trop compliqué à mettre en place (42 %) et qu'ils n'ont pas le temps de s'en occuper (22 %). Les autres raisons évoquées sont le manque de connaissance sur les produits de saison et le choix qui est trop limité.

Pour vous aider à connaître les fruits et légumes de saisons ainsi que des recettes à réaliser avec ces produits, vous pouvez télécharger le [calendrier mensuel](#) proposé par Greenpeace.

CONSOMMER DES PRODUITS CERTIFIÉS « BIOS »

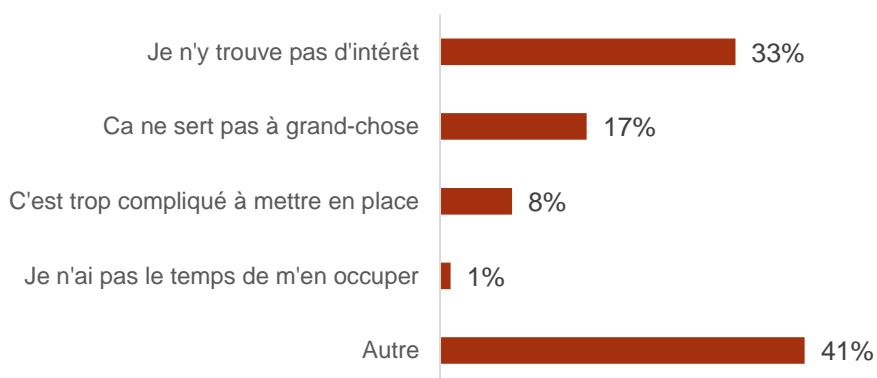
Consommer des produits certifiés « bios » permet de protéger l'environnement (la terre, l'eau, la biodiversité ...) par l'interdiction de l'utilisation de pesticides et d'engrais chimiques. Cela permet également d'économiser de l'énergie car la production de produits chimiques est coûteuse en énergie fossile. La consommation de produits dits « bios » favorise aussi l'économie locale, ce qui réduit le transport de marchandises. Et c'est également meilleur pour la santé.

Pour en savoir plus :

- [Pourquoi consommer bio ?](#) de Bio Centre.

63 % des répondants déclarent consommer au moins régulièrement des produits certifiés « bios ». 78 % considèrent que c'est une démarche facile à mettre en place au quotidien.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (432 répondants, 8 % de l'échantillon)



Parmi ceux qui ne consomment jamais de produits « bios », la première raison évoquée est qu'ils n'y trouvent pas d'intérêt (33 %). Les autres raisons évoquées sont le manque de confiance dans la labellisation (15 %) et le prix trop élevé de cette catégorie de produits (20 %).

Plusieurs guides existent pour comprendre la signification des différents labels et ainsi vous aider dans vos choix de consommation tels que :

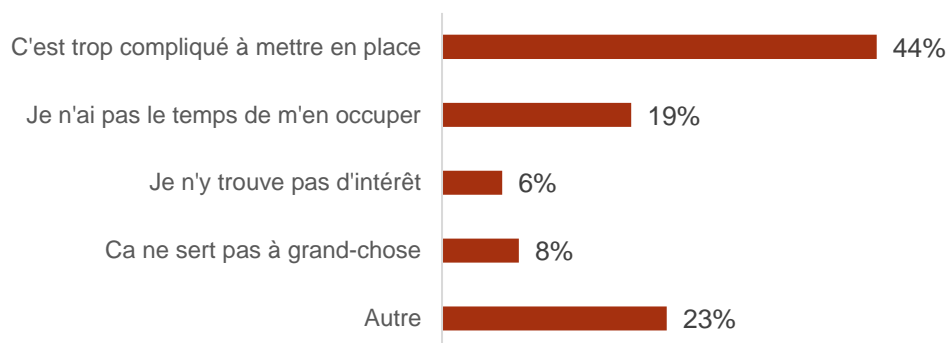
- Le guide [A quel label bio se fier](#) de 60 Millions de consommateurs ;
- [Guide des 9 Labels bio alimentaires en France](#) de Mieux Vivre Autrement ;
- [Le grand guide des labels BIO en France](#) de Bio à la Une ;
- [Comprendre les labels bios](#) du Ministère de l'économie.

CONSOMMER DES PRODUITS LOCAUX

Comme nous l'avons vu précédemment consommer des produits locaux permet de réduire le transport de marchandises alimentaires et donc de réduire l'impact environnemental de la production. Consommer local favorise aussi la consommation de produits de saison, ce qui est bon pour la planète et pour la santé.

78 % des répondants déclarent consommer au moins régulièrement des produits locaux. 83 % estiment que c'est une démarche facile à mettre en place au quotidien.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (142 répondants, 3 % de l'échantillon)



Parmi ceux qui ne consomment jamais de produits locaux, 44 % estiment principalement que c'est parce que c'est une démarche trop compliquée à mettre en place au quotidien. Les autres raisons évoquées sont que les produits sont généralement trop chers, qu'il est difficile de trouver des productions locales et qu'il y a un manque de choix.

Comment se renseigner sur les productions locales ?

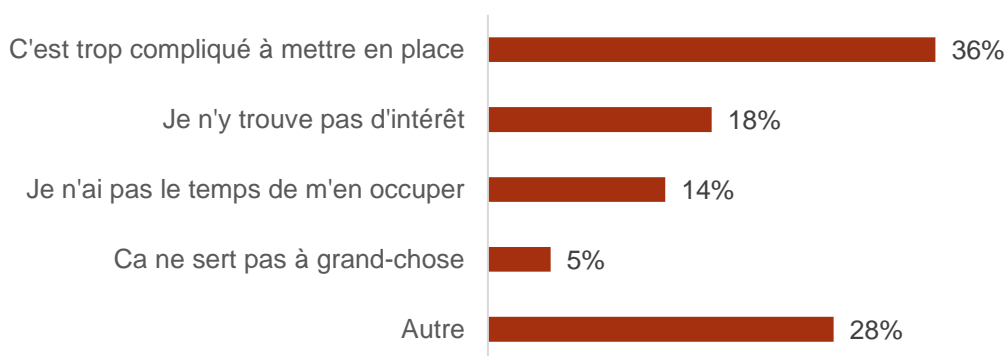
- <http://www.mon-producteur.com/> ;
- <https://www.acheteralasource.com/> ;
- [Manger bio et local près de chez soi : ces applis qui localisent tous les points de vente.](#)

EMPRUNTER DU MATÉRIEL À DES PROCHES OU À DES VOISINS

Au-delà de l'aspect économique avantageux à emprunter du matériel plutôt que de l'acheter quand son utilisation est occasionnelle, emprunter est aussi bon pour la planète. En effet, cela permet d'économiser des matières premières et des ressources renouvelables ou non, ainsi que de l'énergie servant à la production du matériel en question. Cela permet aussi de favoriser le lien social avec son entourage et l'entraide.

32 % des répondants déclarent pratiquer régulièrement cette démarche. 71 % estiment que c'est une pratique facile à mettre en place.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (1 300 répondants, 25 % de l'échantillon)



Quand on demande à ceux qui ne pratiquent jamais cette démarche, la principale raison est que cela est trop compliqué à mettre en place (pour 36 % des non pratiquants), notamment au niveau de l'organisation : c'est compliqué d'anticiper et de prévoir ses besoins à l'avance.

Les autres raisons évoquées sont la gêne liée au fait de demander quelque chose, les personnes ont l'impression de déranger et se sentent ensuite redevables. De plus il est souligné que cela peut être source de conflit en cas de casse, panne, problème avec le matériel prêté, dans ce cas-là, il y a une préférence pour la location de matériel chez les professionnels. De plus, il est également soulevé qu'il est difficile de trouver ce dont on a besoin.

Pour pouvoir emprunter du matériel, il existe des réseaux de partage entre voisins :

- <https://sharevoisins.fr/> ;
- <https://www.allovoisins.com/> ;
- <https://proxiigen.com/tour/prest-objet-voisin>.

Sinon, vous avez toujours la possibilité de demander directement à votre entourage (famille, voisins ...). Si vous habitez dans un immeuble, vous pouvez mettre un mot sur votre boîte aux lettres ou dans votre hall d'immeuble.

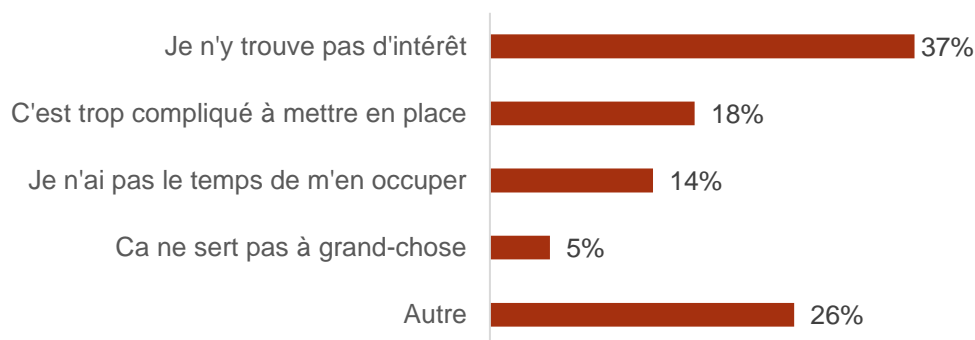
ACHETER DES PRODUITS D'OCCASION (MEUBLES, ÉLECTROMÉNAGER ...)

Comme nous l'avons vu précédemment, produire un nouvel objet est néfaste pour l'environnement en ce qui concerne la quantité de matières premières utilisées et l'énergie qu'il faut pour le produire. Acheter des produits d'occasion qui sont déjà en circulation permet donc de réduire la pression sur les ressources naturelles et favorise leur préservation.

De plus, il est souvent avantageux financièrement d'acheter un produit d'occasion car ce dernier est en général moins cher que l'équivalent neuf.

32 % des répondants affirment acheter au moins régulièrement des produits neufs. 71 % considèrent que c'est une pratique facile à mettre en place.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (1 673 répondants, 32 % de l'échantillon)



La première raison de ne pas pratiquer cette démarche est que les personnes n'y trouvent pas d'intérêt (37 %). Les autres raisons évoquées sont le manque de confiance sur les produits, notamment high tech, au niveau de la garantie, de la fiabilité, de l'obsolescence programmée, une peur de l'arnaque, etc. Certains déclarent aussi un manque de choix, notamment sur les produits spécifiques tels que les équipements sportifs. Il existe également des barrières concernant l'hygiène des produits. Enfin, l'organisation générale est trop lourde : cela demande du temps, des déplacements, et notamment cela peut nécessiter de prendre sa voiture, etc.

Quelques sites de vente de produits d'occasion entre particuliers

- <https://www.paruvenu.fr/mondebarras/> ;
- <https://kicherchekoi.com/> ;
- <https://www.kiwiiz.fr/occasion-particuliers/> ;
- <https://www.leboncoin.fr/> ;
- Pour les livres : [Recyclivre](#)
- Pour les boutiques physiques, vous pouvez vous rendre dans une [boutique Emmaüs](#) proche de chez vous, dans une entreprise de l'économie sociale et solidaire du réseau [Envie](#), ou alors dans une [ressourcerie](#) ;
- Certains sites proposent désormais des garanties et des services après-vente, notamment pour les objets électroniques, tels que [Back Market](#) et [Recommerce](#).

Sachez également que lorsque vous vous rendez chez le garagiste, il est maintenant possible de demander que les pièces de remplacement soient des pièces de réemploi.

ACHETER DES VÊTEMENTS DE SECONDE MAIN

En France, environ 2,5 milliards de pièces vestimentaires sont mises sur le marché chaque année, soit environ 600 000 tonnes de vêtements. L'industrie textile est une des industries les plus polluantes entre la production de matières premières, la confection, le transport, etc. Sur la totalité de la chaîne de production, elle est responsable de l'émission d'1,2 milliard de tonnes de gaz à effet de serre par an et utilise 4 % de l'eau potable dans le monde. À titre d'exemple, pour produire un tee-shirt, il faut l'équivalent de 70 douches, pour un jean, c'est 285 douches.

Près de deux tiers des matières utilisées pour produire les vêtements sont des matières chimiques et synthétique. L'entretien (notamment les lessives) des vêtements synthétiques engendre le déversement de 500 000 tonnes de microplastiques dans les océans, soit 50 milliards de bouteilles plastiques.

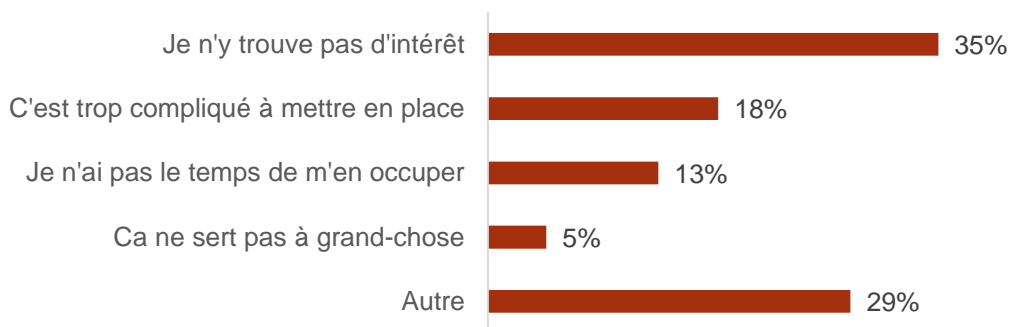
Acheter des vêtements de seconde main permet donc de réduire l'impact environnemental de l'industrie du textile, en réduisant l'achat de vêtements neufs.

Pour en savoir plus :

- [Rapport sur l'industrie de l'habillement et des textiles](#) de WWF ;
- [Le revers de mon look](#) de l'ADEME et Universal Love.

25 % des répondants déclarent acheter au moins régulièrement des vêtements de seconde main. 61 % déclarent que c'est une pratique facile à mettre en place.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (2 593 répondants, 49 % de l'échantillon)



La première raison de ne pas pratiquer cette démarche est que les personnes n'y trouvent pas d'intérêt (35 %). Les autres raisons évoquées sont les suivantes :

- Difficile de trouver ce qu'on cherche notamment pour les tailles atypiques ou les tenues spécifiques comme les équipements sportifs ;
- Il existe des barrières psychologiques au niveau de l'hygiène, notamment pour les sous-vêtements ;
- Le shopping et suivre la mode sont des plaisirs ;
- Besoin d'essayer les vêtements ;
- Pas de boutique à proximité ;
- Cela demande trop de temps ;
- Échanges et retours compliqués à mettre en place.

Voici quelques sites de vente et achat de vêtements de seconde main :

- [Vinted](#)
- [Once Again](#)
- [Percentil](#)
- [Crush On](#)

CULTIVER DES LÉGUMES OU DES FRUITS DANS MON JARDIN

Il y a plusieurs bonnes raisons à cultiver soi-même ses fruits et légumes dans son jardin ou dans un jardin partagé.

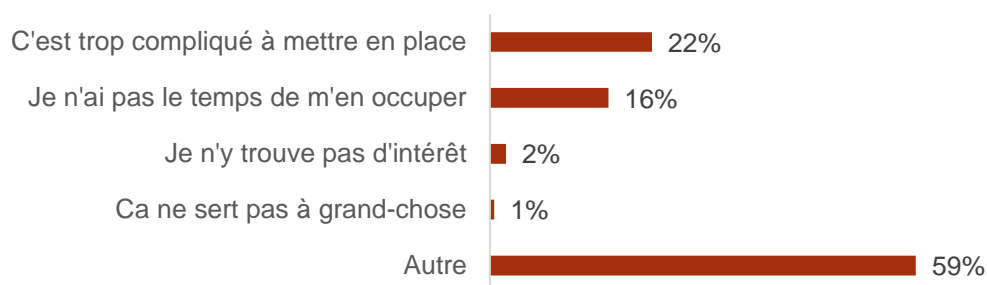
Tout d'abord, c'est bon pour la planète ! La production de fruits et légumes pour une consommation personnelle ou celle de l'entourage (famille, voisins, communauté réduite, etc.) ne nécessite pas l'utilisation d'engrais chimiques pour avoir des quantités suffisantes. De plus vous pouvez choisir vous-même si vous souhaitez traiter vos plantes ou non, avec des pesticides naturels ou chimiques, vous avez donc une visibilité totale sur le produit que vous consommez. En outre, le fait de produire chez soi permet de réduire l'impact écologique du transport de marchandises.

Ensuite, c'est bon pour la santé ! Jardiner est une activité physique qui permet de se dépenser sans y penser, de plus, en utilisant moins de pesticides et d'engrais, les aliments sont naturellement plus sains. Le jardinage aurait également des vertus thérapeutiques, il permettrait de développer la créativité et le lien social (entraide, demande de conseil, partage des productions, etc.).

- [10 bonnes raisons de cultiver ses propres légumes](#) d'Alsagarden ;
- [Jardinage : 9 bonnes raisons de faire son propre potager](#) de Santé Magazine.

36 % des répondants déclarent cultiver leurs fruits et légumes régulièrement. Pour 54 % des répondants, c'est une pratique plutôt difficile, voire très difficile à mettre en place.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (2 459 répondants, 46 % de l'échantillon)



La première raison (non listée dans le choix de réponses) de ne pas pratiquer cette démarche est tout d'abord l'absence de jardin ou de jardin partagé à proximité. Sinon, la première raison avancée est que cela est trop compliqué à mettre en place (22 %). D'autres raisons sont également énoncées : un climat non favorable, une santé fragile ou un âge trop avancé, l'interdiction dans certaines copropriétés pour favoriser la production des professionnels locaux, etc.

FAIRE LE TRI DE MES DÉCHETS

Bien que le meilleur déchet soit celui qu'on ne produit pas, il reste important de les trier, notamment lorsqu'on sait que les déchets ménagers représentent 568 kg par habitant, dont une partie peut être recyclée. Un déchet qui n'a pas fait l'objet d'un tri à la source ne pourra être valorisé.

Le tri permet de recycler une partie des déchets et donc une économie de matières premières vierges. En effet, il permet de recycler des matières issues de nos déchets (telles que le verre, le carton, certains plastiques, l'aluminium, etc.) et ainsi de les réutiliser sans avoir à extraire de nouveau des ressources naturelles telles que le bois, le pétrole brut, le sable, etc.

Le tri des déchets permet également d'économiser de l'énergie et réduire les émissions de gaz à effet de serre. La fabrication de produit à partir de matières recyclées est moins énergivore et consomme moins d'eau qu'avec des matières premières brutes car on enlève les étapes d'extraction et de transformation des ressources naturelles qui sont des activités très énergivores et polluantes.

Le tri des déchets est aussi l'une des solutions pour réduire le gaspillage. Le tri permet de réutiliser des déchets pour fabriquer de nouveaux produits. Par exemple, avec 250 cannettes en aluminium, on peut fabriquer un vélo, avec trois boîtes de céréales en carton, une boîte à chaussure.

En 2016, en France, les déchets représentaient 4,6 tonnes par habitant, dont 568 kg venant des ménages. 65 % de ces déchets ont été recyclés, ce qui a permis d'éviter 20 millions de tonnes de CO₂ et de préserver 17 millions de tonnes de matières premières.

Bien que le tri des déchets soit important afin de pouvoir les valoriser, le mieux est encore de ne pas avoir de déchets à trier. En effet, certaines filières de tri présentent des taux de recyclage insatisfaisants.

Par exemple, selon une étude de [60 Millions de Consommateurs](#), en dehors des bouteilles et flacons, moins de 3 % des emballages en plastique triés ont été recyclés.

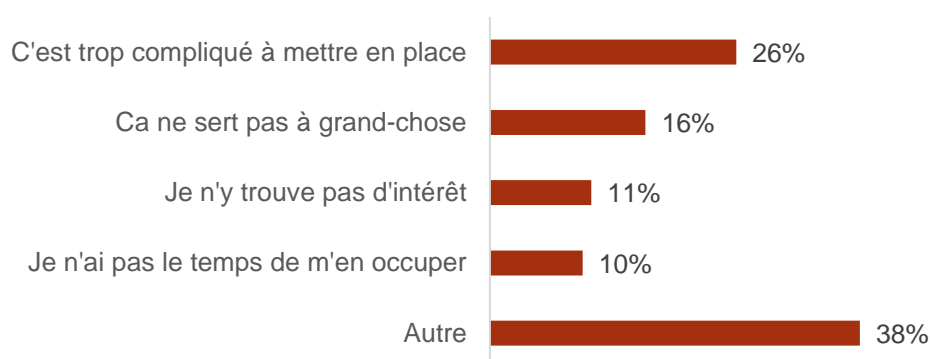
Le tri est vraiment le geste en bout de chaîne, qui devrait être fait uniquement pour les déchets inévitables.

Pour en savoir plus :

- [Déchets chiffres clés, infographie 2018](#) de l'ADEME ;
- [Pourquoi trier ? Les bénéfices écologiques](#) du Sittomat ;
- [Mieux trier et recycler](#) de Zero Waste France.

96 % des répondants déclarent trier au moins régulièrement leurs déchets. 96 % estiment que c'est une pratique facile à mettre en œuvre au quotidien.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (102 répondants, 2 % de l'échantillon)



La première raison de ne pas pratiquer cette démarche est que cela est trop compliqué à mettre en place (26 %). Les autres raisons évoquées sont :

- La difficulté d'accès à des bornes de tri ;
- Le recyclage est énergivore ;
- L'envoi du plastique en Asie ;
- Pas de tri sélectif dans certaines résidences ;
- Trier et payer la Taxe d'Enlèvement des Ordures Ménagères (TEOM) n'est pas logique.

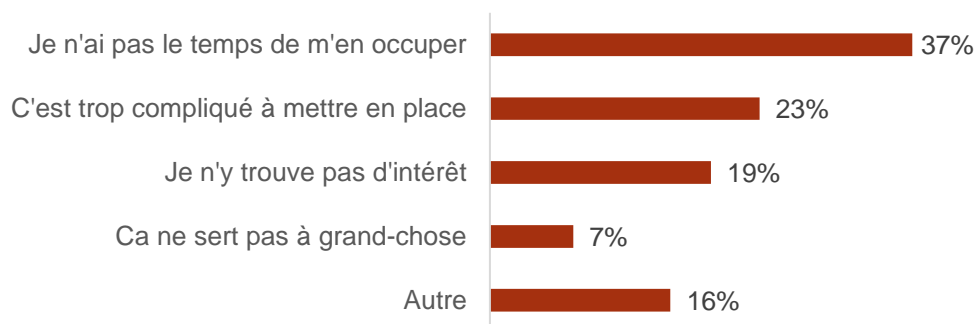
Pour vous aider dans le tri de vos déchets, n'hésitez pas à consulter [Le guide du tri](#) de Citeo ou à vous rapprocher de votre collectivité pour avoir de renseignements sur les consignes de tri.

DONNER, VENDRE ET/OU ÉCHANGER DES OBJETS

Donner, vendre et échanger des objets revient à remettre en circulation sur le marché des objets dont on ne se sert plus, plutôt que de les jeter. Ainsi, comme nous l'avons vu lors de certains points précédents, cela permet d'économiser des ressources naturelles et contribue à lutter contre le dérèglement climatique.

61 % des répondants à notre enquête indiquent donner, vendre et/ou échanger des objets au moins régulièrement. 85 % estiment que c'est une pratique facile à mettre en place.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (503 répondants, 10 % de l'échantillon)



La principale raison évoquée par les personnes qui ne pratiquent pas cette démarche est que cela demande trop de temps (37 %), ensuite 23 % considèrent que c'est une pratique trop compliquée à mettre en place. Les autres raisons évoquées sont un manque de connaissance sur le réseau, un éloignement géographique et un manque de confiance sur les produits.

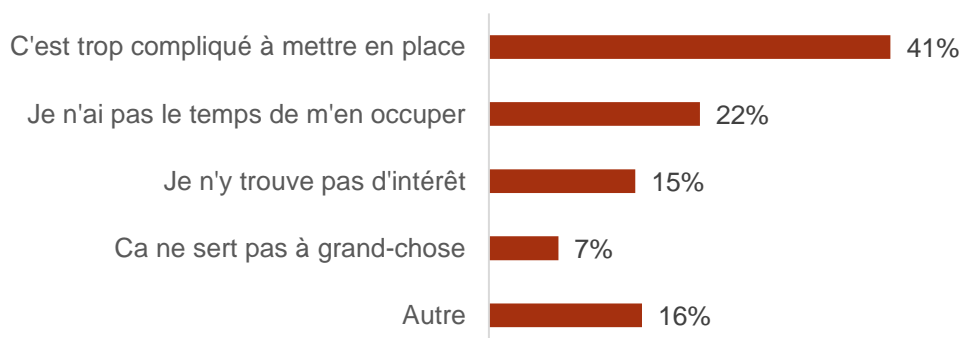
Pour trouver ou donner des objets dont vous ne vous servez plus, vous pouvez consulter le site d'[eco-systemes](#), de [Geev](#), d'[Emmaüs](#) ou encore [Le Relais](#).

RÉPARER MES PRODUITS AVANT DE M'EN DÉBARRASSER

Réparer ses biens plutôt que de s'en débarrasser permet d'allonger la durée de vie des produits et ainsi de réduire le taux de renouvellement (fréquence à laquelle on remplace un objet). Comme nous l'avons vu lors de certains points précédemment, cela permet d'économiser des ressources naturelles et contribue à lutter contre le dérèglement climatique.

65 % des répondants à notre enquête indiquent donner, vendre et/ou échanger des objets au moins régulièrement. 57 % estiment que c'est une pratique facile à mettre en place.

Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (566 répondants, 10 % de l'échantillon)



La principale raison évoquée par les personnes qui ne pratiquent pas cette démarche est que cela est trop compliqué à mettre en place (41 %), ensuite 22 % considèrent que c'est une pratique qui demande trop de temps. Les autres raisons évoquées sont un manque de compétence et de savoir-faire, un éloignement des repair'café, le manque d'interlocuteur locaux, et le manque d'équipements (outils).

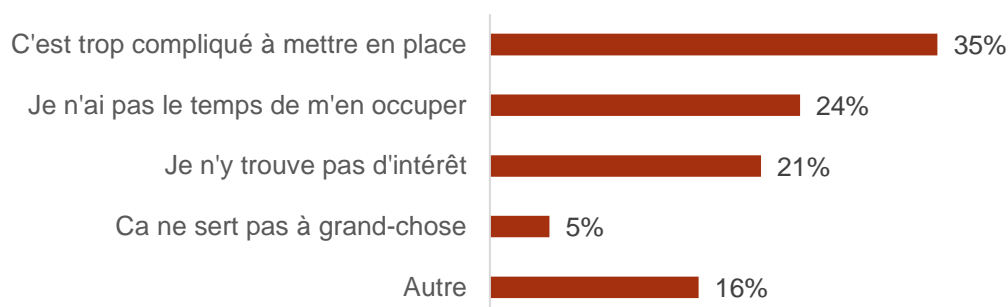
Vous pouvez vous rendre sur le site des [repair'café](#) ou d'[éco-systemes](#) pour vous aider dans votre démarche de réparation. Le site [Murfy](#) propose des autodiagnostic et des tutos pour réparer soi-même ses objets et [Spareka](#) propose également des tutos et vend des pièces détachées.

CRÉER DES OBJETS AVEC DES ANCIENS VÊTEMENTS OU TISSUS

Comme nous l'avons vu précédemment, la fabrication de produits textiles est nocive pour l'environnement et la biodiversité. Alors plutôt que de jeter d'anciens tissus qui ne servent plus (vieux t-shirts, vêtements démodés, devenus trop petits ou trop grands ...), il existe ce qu'on appelle l'« upcycling » qui consiste à utiliser d'anciens vêtements, tissus ... pour créer de nouveaux objets ou vêtements (plaid, jouet, éponge, sac ...), ou encore, tout simplement la couture.

14 % des répondants indiquent pratiquer au moins régulièrement cette démarche. 65 % considèrent que c'est une pratique plutôt difficile, voire très difficile à mettre en place.

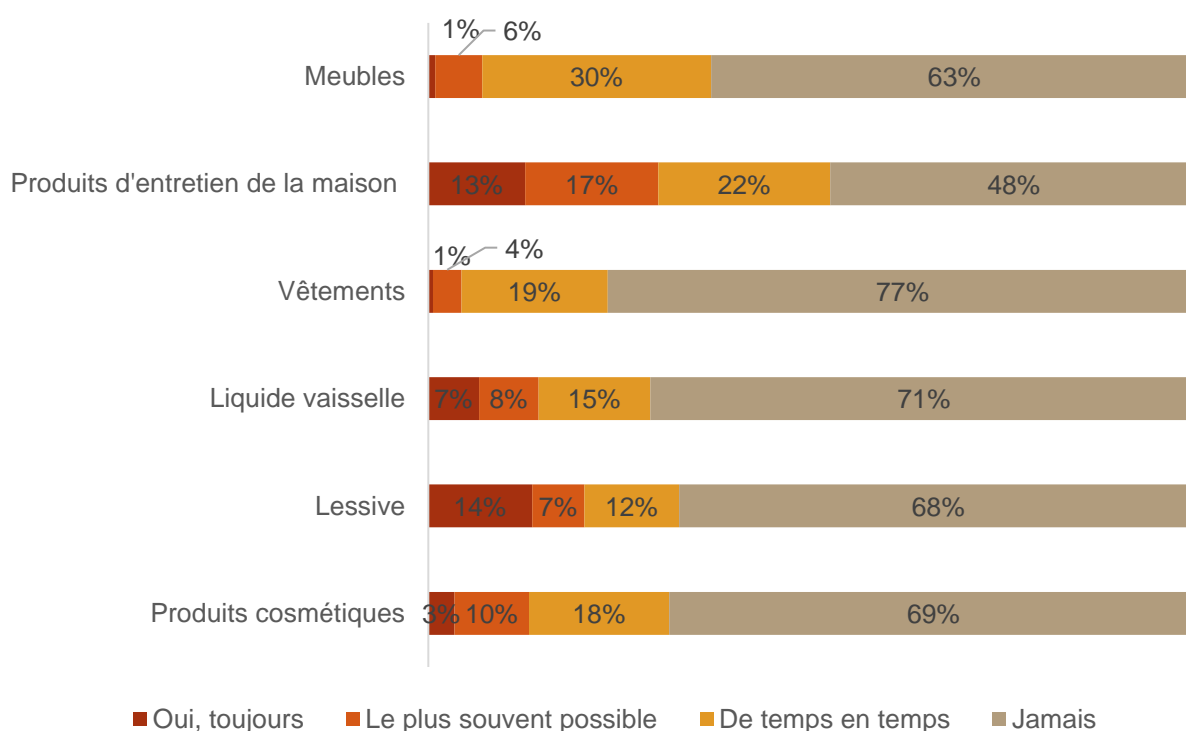
Pour quelles raisons ne faites-vous pas cette démarche ? (3 244 répondants, 61 % de l'échantillon)



La principale raison évoquée par les personnes qui ne pratiquent pas cette démarche est que cela est trop compliqué à mettre en place (35 %), ensuite 24 % considèrent que c'est une pratique qui demande trop de temps. Les autres raisons évoquées sont le manque de compétences, de savoir-faire et qu'ils n'ont pas les outils ou l'espace pour faire de la couture.

TROIS RÉPONDANTS SUR QUATRE FABRIQUENT DES PRODUITS EUX-MÊMES

Q6 : Parmi les produits suivants, vous arrive-t-il d'en utiliser que vous fabriquez vous-mêmes ?



75 % des répondants fabriquent au moins un produit (produits cosmétiques, lessive, liquide vaisselle, vêtements, meubles, etc.) eux-mêmes. En moyenne, les répondants fabriquent deux types de produits eux-mêmes.

Les produits les plus souvent fabriqués par les particuliers sont les produits d'entretien de la maison (nettoyant pour le sol, pour les différentes surfaces, etc.), un peu plus d'un répondant sur deux fabrique lui-même ces produits, au moins de temps en temps. Les vêtements sont les objets les moins fabriqués avec moins d'un répondant sur quatre qui confectionne ses propres vêtements.

LES AUTRES DÉMARCHES ÉCO-RESPONSABLES PRATIQUÉES

Q7 : Quelles autres démarches de « consommation responsable » réalisez-vous ?

DÉCHETS

- Compostage des biodéchets ;
- Baisse de l'utilisation des produits à usage unique ;
- Mise en place de collecte spécifique pour le quartier, voisinage ;
- Achat en vrac ;
- Avoir une gourde ;
- Apporter ses contenants chez les commerçants ;
- Recycler les mégots de cigarette ;
- Utiliser des emballages consignés ;
- Clean walk (randonnée où l'on ramasse les déchets trouvés sur le chemin) ;
- Achat en gros pour réduire les emballages ;
- « Stop pub » sur la boîte aux lettres ;
- Privilégier les cosmétiques solides.

EAU

- Récupération des eaux de pluie ;
- Recyclage des eaux ;
- Toilettes sèches.

ÉNERGIE

- Utiliser des appareils mécaniques plutôt qu'électriques (cafetières à piston par exemple) ;
- Changer de fournisseur d'énergie pour de l'énergie verte ;
- Éteindre le frigo en hiver ou vivre sans frigo ;
- Four solaire.

DÉPLACEMENTS

- Ne plus prendre l'avion ;
- Réduire sa vitesse de 10 km/h ;
- Faire du covoiturage ;
- Utiliser davantage de mobilité douce.

CONSOMMATION NUMÉRIQUE

- Éteindre les appareils en veille ;
- Moteur de recherche moins énergivore ou vertueux ;
- Tri régulier de la boîte mail ;

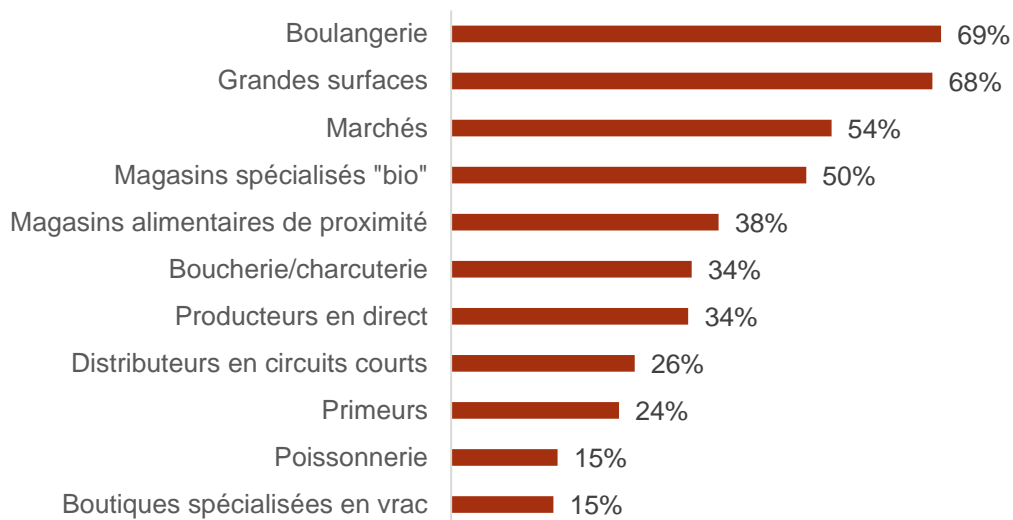
- Utilisation des versions « light » des applications ;
- Envoyer des SMS plutôt que d'utiliser les messageries instantanées.

MODE DE VIE

- Éviter les livraisons par internet ;
- Boycott des marques non vertueuses ;
- Changer de banque ;
- Baisser voire arrêter sa consommation de viande ;
- Renoncer à faire des enfants ;
- Faire des cadeaux immatériels ;
- Consommation minimaliste ;
- S'inscrire dans une bibliothèque ;
- Éduquer et sensibiliser autour de soi ;
- Arrêter de fumer ;
- Investir dans la finance solidaire ;
- Name and shame (« nommer et faire honte », cette pratique consiste à nommer les distributeurs, les fabricants, etc. qui seraient considérés comme des « mauvais élèves » au vu des différents aspects du développement durable).

LES BOULANGERIES ET LES GRANDES SURFACES SONT LES COMMERCES LES PLUS FREQUENTÉS POUR LES ACHATS ALIMENTAIRES

Q8 : Dans quels commerces avez-vous l'habitude de faire vos achats alimentaires ?



Les boulangeries et les grandes surfaces sont les commerces les plus fréquentés par les répondants pour les achats alimentaires, respectivement par 69 % et 68 % d'entre eux. A l'inverse, les poissonneries et les boutiques spécialisées en vrac sont beaucoup moins fréquentées (15 % pour chacun d'eux).

Par rapport à l'ensemble des répondants, les hommes ont tendance à moins fréquenter les commerces favorisant les achats responsables. En effet, alors qu'une personne sur deux va dans des magasins

spécialisés dans le bio pour ses achats alimentaires¹, cela ne concerne que 39 % des hommes. Il en va de même pour la fréquentation des distributeurs en circuits courts (26 % contre 20 % chez les hommes) et les boutiques spécialisées en vrac (15 % contre 7 %).

Les individus de moins de 24 ans ont une plus grande tendance à fréquenter les magasins spécialisés en bio (59 %) et en vrac (33%). Les personnes de 50 ans et plus vont plutôt fréquenter les commerces de proximité, notamment les poissonneries (22 %), les marchés (59 %) et les primeurs (27 %). Quel que soit l'âge, les grandes surfaces et les boulangeries restent les commerces les plus fréquentés.

Les personnes sans activité fréquentent en moyenne moins souvent les distributeurs en circuits courts (20 %), les magasins spécialisés « bio » (41 %) et les boutiques spécialisées en vrac (10 %). Les « CSP + » vont plus fréquemment que la moyenne dans les magasins spécialisés « bio » (68 %) et moins dans les grandes surfaces (58 %). Les « CSP – » sont proches de la fréquentation moyenne, sauf pour les poissonneries qu'ils fréquentent moins (10 %).

En région parisienne, les individus fréquentent moins les producteurs en direct (19 %) et les distributeurs en circuits courts (21 %). Dans le Nord-Ouest, les personnes fréquentent davantage les producteurs en direct (37 %) et les grandes surfaces (72 %), et moins les primeurs (21 %). Dans le Nord-Est, les personnes vont moins souvent dans les poissonneries (10 %), les marchés (40 %) et les magasins spécialisés « bio » (37 %). Dans le Sud-Ouest les personnes vont davantage dans les marchés (65 %) et les distributeurs en circuits courts (30 %). Dans le Sud-Est, les personnes fréquentent plus souvent les producteurs en direct (37 %).

En zone rurale, les personnes vont plus souvent chez les producteurs en direct (47 %). Dans les petites et moyennes villes (moins de 20 000 habitants), les personnes vont plus souvent dans les grandes surfaces (75 %) et moins dans les magasins spécialisés « bio » (45 %) et les boutiques spécialisées en vrac (7 %). Dans les grandes villes (plus de 20 000 habitants) les personnes vont davantage dans les magasins alimentaires de proximité (42 %), les magasins spécialisés « bio » (55 %) et vrac (21 %), et moins souvent chez les producteurs en direct (24 %).

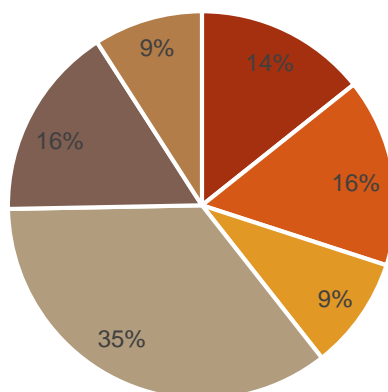
La fréquentation des boulangeries, boucheries/charcuteries, poissonneries, marchés, primeurs et producteurs en direct augmente avec le niveau des revenus. Les individus gagnants moins de 1 500 € net mensuels vont relativement plus souvent dans les boutiques spécialisées en vrac (20 %). Ceux gagnants plus de 5 500 € net mensuels vont davantage dans les magasins alimentaires de proximité (50 %) et les boucheries/charcuteries (44 %).

30 % DES RÉPONDANTS UTILISENT AU MOINS DE TEMPS EN TEMPS DES APPLICATIONS D'AIDE AU CHOIX

Q9 : Lorsque vous faites vos achats alimentaires, utilisez-vous des applications d'aide au choix de type Yuka, Y'a quoi dedans ... ?

Les applications d'aide au choix du type Yuka ou Y'a quoi dedans permettent, en scannant le code barre d'un produit de connaître sa composition et de détecter si le produit est trop sucré, trop salé, s'il contient des additifs, etc. et ainsi d'aider le consommateur sur la connaissance du produit qu'il compte acheter. Dans certains cas, les applications proposent un substitut (généralement le même produit mais d'une autre marque) considéré plus sain.

¹ Comme nous l'avons précisé dans la méthodologie, nous semblons être sur une base de répondants plus impliqués dans les démarches environnementales. En effet, lors d'une étude réalisée par l'INC avec le CNA sur les habitudes alimentaires, la même question avait été posée. Les grandes surfaces étaient en première position, et la fréquentation des magasins spécialisés « bios » était de 37 %.

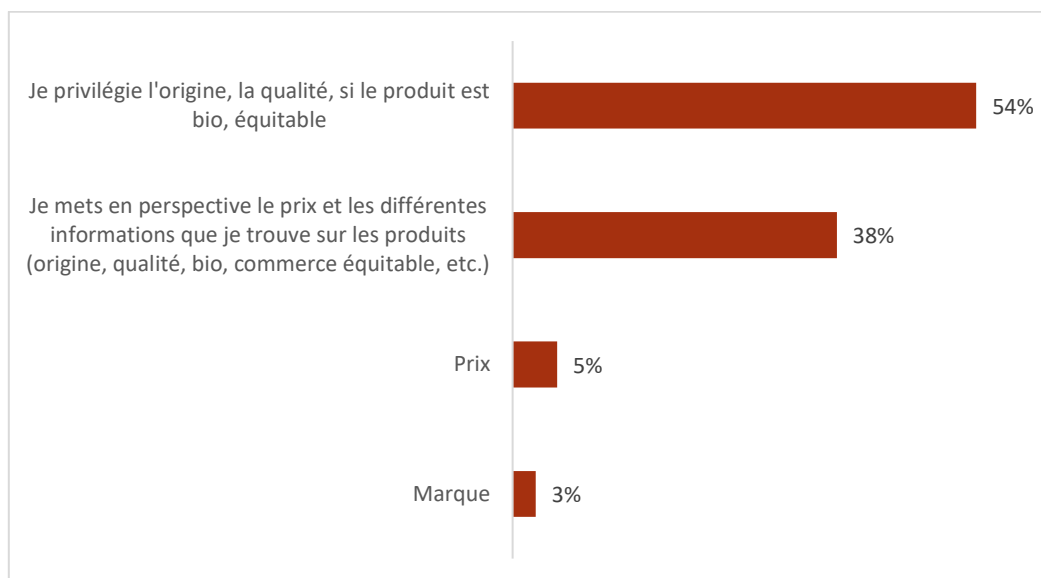


- Oui, régulièrement
- Oui, de temps en temps
- Oui, rarement
- Je n'en utilise pas, mais je connais
- Je n'en connais pas
- Je n'ai pas de smartphone

78 % des répondants déclarent connaître ce type d'applications. 9 % les utilisent rarement, 16 % de temps en temps et 14 % régulièrement. Un peu plus d'un tiers des répondants (35 %) connaissent ce type d'applications mais ne l'utilisent pas, et 16 % ne les connaissent pas.

LA MAJORITÉ DES RÉPONDANTS PRIVILÉGIE L'ORIGINE ET LA QUALITÉ DES PRODUITS DANS LEUR CHOIX

Q10 : Lorsque vous faites vos achats alimentaires, quelle affirmation vous correspond le plus dans le choix du produit ?



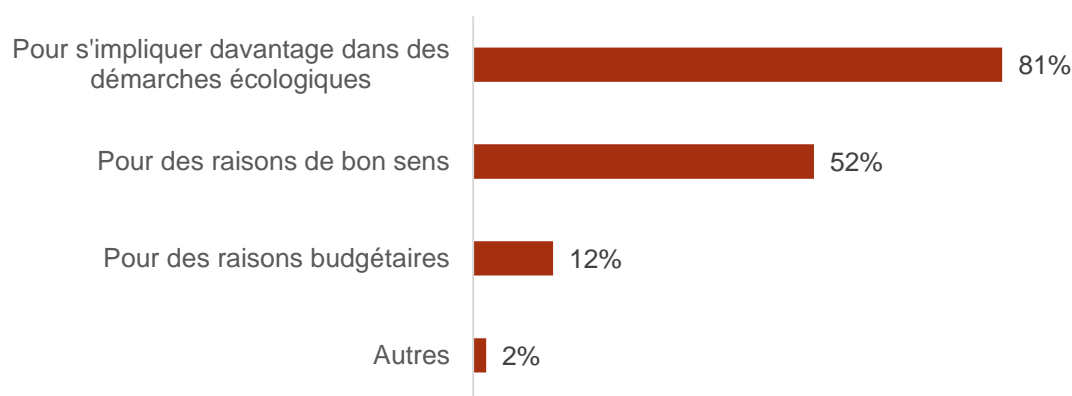
On constate aujourd'hui que le prix (tout seul) et la marque ne sont plus des critères de décision prédominants, respectivement 5 % et 3 %. Le premier critère de décision sont les informations que l'on peut trouver sur le produit (l'origine, la qualité, est-ce qu'il est bio, est-ce qu'il est issu du commerce équitable, etc.) pour 54 % des répondants. Le prix joue une importance quand il est mis en perspective des informations que l'on peut trouver sur les produits pour 38 % des répondants.

Nous avons ensuite demandé à nos participants s'ils connaissaient [Zero Waste France](#), une association spécialisée dans la lutte contre la production de déchets et du gaspillage, et s'ils participaient au Défi « Rien de neuf » lancé par cette dernière. La suite du questionnaire n'était adressée qu'aux personnes indiquant participer à ce Défi, à savoir 953 répondants.

Sur l'échantillon total, on constate que les hommes participent en moyenne moins au Défi que les femmes (1 % contre 6 %). Le taux de participation au Défi diminue avec l'âge (9 % des moins de 24 ans contre 1 % chez les 50 ans et plus). Les « CSP + » participent davantage au défi (6 %) que les « CSP – » (4 %) et les personnes sans activité (2%). Le taux de participation est plus important en région parisienne (5 %) et dans les grandes villes (5 %). Il est également plus important chez les personnes gagnant moins de 1 500 € net mensuels (5 % contre 3 % pour ceux gagnant entre 1 500 et 5 500 € et 4 % pour ceux gagnant plus de 5 500 € net mensuels).

S'IMPLIQUER DAVANTAGE DANS UNE DÉMARCHE ÉCOLOGIQUE EST LA PREMIÈRE RAISON QUI MOTIVE LES PERSONNES À PARTICIPER AU DÉFI

Q13 : Pourquoi avez-vous décidé de faire partie de ce défi ?



Pour 81 % des participants au Défi, c'est d'abord l'idée de s'impliquer davantage dans des démarches écologiques qui les a poussés à se lancer. Pour plus d'un participant sur deux, c'est pour des raisons de bon sens et pour 12 % pour des raisons budgétaires.

D'autres raisons sont évoquées : curiosité et intérêt, interpeller le gouvernement, les industriels et les distributeurs, faire évoluer les comportements par la médiatisation du Défi, soutenir les petits producteurs, se désencombrer, avoir une légitimité pour en parler autour de soi, relever un défi, acquérir de nouveaux réflexes "zéro déchet", mieux gérer ses achats et besoins, montrer autour de soi que ce n'est pas si compliqué, la santé, soutenir Zero Waste France.

LA DISPONIBILITÉ DES PRODUITS D'OCCASION ET L'ENTOURAGE SONT LES PRINCIPALES DIFFICULTÉS LIÉES À LA PARTICIPATION AU DÉFI

Q14 : Quelles ont été les principales difficultés liées à votre participation au Défi ?

Bien que pour 14 % des personnes participantes le Défi ne pose aucune difficulté, pour le reste des participants il en existe tout de même quelques-unes.



Selon les répondants, les principales difficultés liées au Défi sont liées à la disponibilité des produits « non neufs » et l'entourage.

Pour participer correctement au Défi, selon les réponses des participants, il faut complètement repenser son mode de consommation et abandonner ses réflexes de « grand consommateur ». En effet, les achats de produits d'occasion et le recours à d'autres alternatives demandent de l'organisation, du temps et de l'anticipation. Au niveau de l'organisation, il faut, par exemple, penser à prendre avec soi des sacs en tissu ou des contenants pour limiter les emballages². Les achats en « urgence » semblent ne pas être compatibles avec ce mode de vie : la recherche de produits d'occasion demande plus de temps que d'aller dans un magasin standard. Il faut donc anticiper sa consommation afin de ne pas se retrouver en difficulté.

Le Défi semble également poser des problèmes au niveau logistique et sur la disponibilité des biens d'occasion. Les répondants semblent en difficulté pour accéder aux points de vente de produits d'occasion ou aux repair'cafés et recycleries. Les personnes soulignent principalement un manque de structures proches (ce qui implique de prendre sa voiture plus fréquemment ou un temps de transport allongé) et des horaires d'ouverture contraignants (heures de bureau). Certains soulignent un manque d'offre sur certains produits d'occasion notamment sur des biens spécifiques (tenue de travail, équipement sportif, produits liés à la santé : lunettes, chaussures orthopédiques, matelas spéciaux, etc.), sur des produits se dégradant rapidement (chaussettes, chaussures pour enfant, etc.), mais également sur des biens de tous les jours (tels que la lingerie, les chaussures et le petit électroménager). Certains rappellent que des produits ne peuvent pas être achetés d'occasion pour des raisons de sécurité comme les casques, les sièges auto, les pneus, etc. De plus, il existe un manque de confiance et de garanties sur les produits d'occasion, notamment pour les produits électroménagers et high-tech.

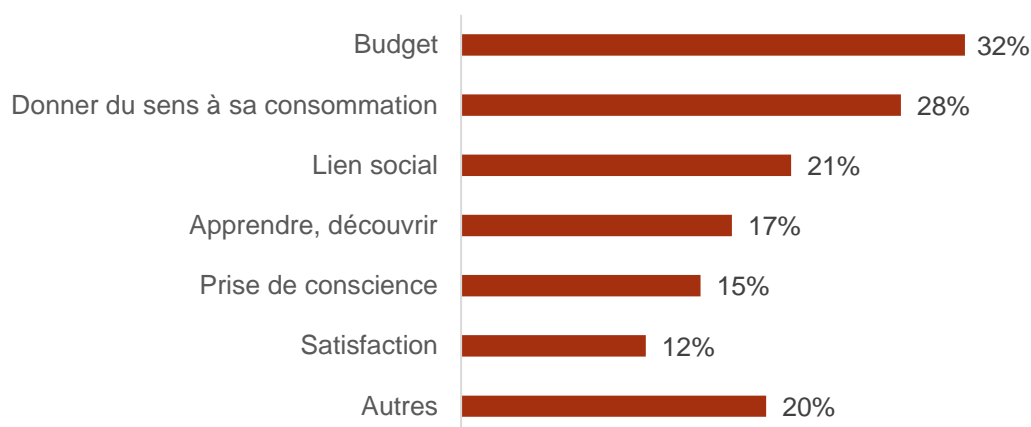
² À noter : les produits alimentaires, cosmétiques et d'hygiène ne sont pas concernés par le Défi « Rien de neuf », ce type de pratique zéro déchet ne fait pas partie du Défi. Cependant, ce sont des arguments qui ont été avancés par les répondants, il était donc important de les relever.

Le manque de connaissance et de savoir-faire est aussi une difficulté rencontrée par les participants. Il y a un manque de connaissance sur les alternatives au neuf. Et il y a un manque de savoir-faire et de compétence, notamment pour la réparation d'appareils électriques et électroniques. Certaines personnes sont aussi réticentes vis-à-vis des recettes des produits cosmétiques et d'hygiène dont les résultats n'ont pas toujours été concluants.

Les dernières difficultés rencontrées proviennent principalement de barrières psychologiques et de l'entourage. Certains répondants soulignent qu'ils ne sont pas prêts psychologiquement à acheter certains biens d'occasion (tels que les sous-vêtements, les matelas, les fauteuils, les chaussures) principalement pour des raisons d'hygiène. Une autre barrière se présente au moment d'offrir et de recevoir des cadeaux. Dans le premier cas il y a une gêne à offrir un cadeau d'occasion et il peut y avoir une incompréhension chez celui qui reçoit le cadeau. Dans l'autre sens, il est difficile de refuser un cadeau neuf ou d'exiger un cadeau immatériel ou d'occasion. L'incompréhension de la démarche par l'entourage est aussi une difficulté, notamment pour les personnes vivant à plusieurs dans un même foyer, la démarche peut être parfois source de conflits.

LES ÉCONOMIES BUDGÉTAIRES : LE PREMIER AVANTAGE DE LA PARTICIPATION AU DÉFI

Q15 : Quels sont pour vous les avantages à participer au Défi ?



Outre la préservation de notre environnement et des ressources naturelles, l'engagement dans le Défi présente de nombreux avantages. Pour près d'un tiers des répondants (32 %), cela leur a permis de faire des économies budgétaires, notamment grâce à l'achat d'occasion plutôt que du neuf, mais aussi au renoncement à l'achat en se rendant compte finalement qu'il est possible de faire autrement ou qu'il n'y avait pas de réel besoin.

Ce qui nous amène au deuxième avantage cité par les participants, à savoir donner du sens à sa consommation (28 %). Les répondants déclarent consommer moins et mieux, réfléchir à chaque achat, et ainsi, en obtenir une meilleure satisfaction.

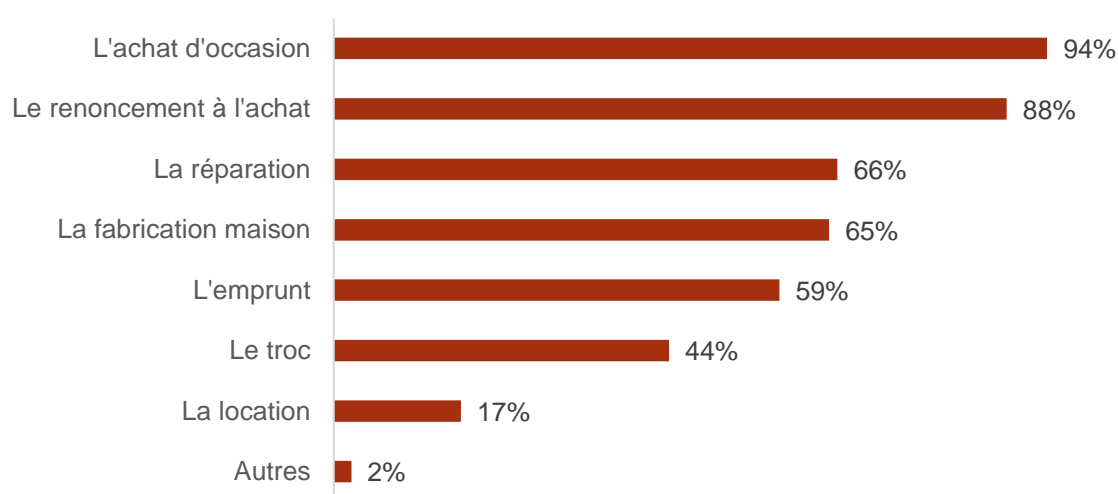
Le fait de participer au Défi permet aussi de renforcer le sentiment de faire partie d'une communauté et de renforcer les liens sociaux (21 %). Les répondants déclarent se sentir moins seuls dans leur démarche, que cela permet de renforcer la motivation, de ne pas « craquer », de pouvoir échanger avec d'autres personnes également impliquées dans cette démarche, etc. Ces échanges permettent de découvrir et d'apprendre (17 %) : nouvelles adresses, astuces, conseils et solutions pour s'intégrer dans ce mode de vie, d'échanger, de recevoir des informations, etc.

La participation active sur le site du Défi permet aussi de prendre conscience de l'impact écologique de notre consommation, ce qui est motivant pour les participants car cela leur permet d'évaluer l'impact d'un non-achat en termes de ressources préservées.

Enfin, 12 % des participants déclarent que la participation au Défi a permis de renforcer le sentiment de satisfaction, de bonheur et de bien être : sentiment de faire une bonne action, sobriété heureuse, satisfaction des résultats, être plus en accord avec ses valeurs, plaisir de fabriquer soi-même, de partager avec son entourage, etc.

L'ACHAT D'OCCASION, LA PREMIÈRE SOLUTION POUR ÉVITER UN ACHAT DE PRODUIT NEUF

Q16 : Parmi les actions suivantes, quelles sont celles que vous avez déjà faites pour éviter un achat neuf ?



Pour éviter d'acheter un produit neuf, il existe plusieurs solutions. L'achat d'occasion (94 %) a déjà été réalisé par la plupart des participants au Défi, suivi de près par le renoncement à l'achat (88%).

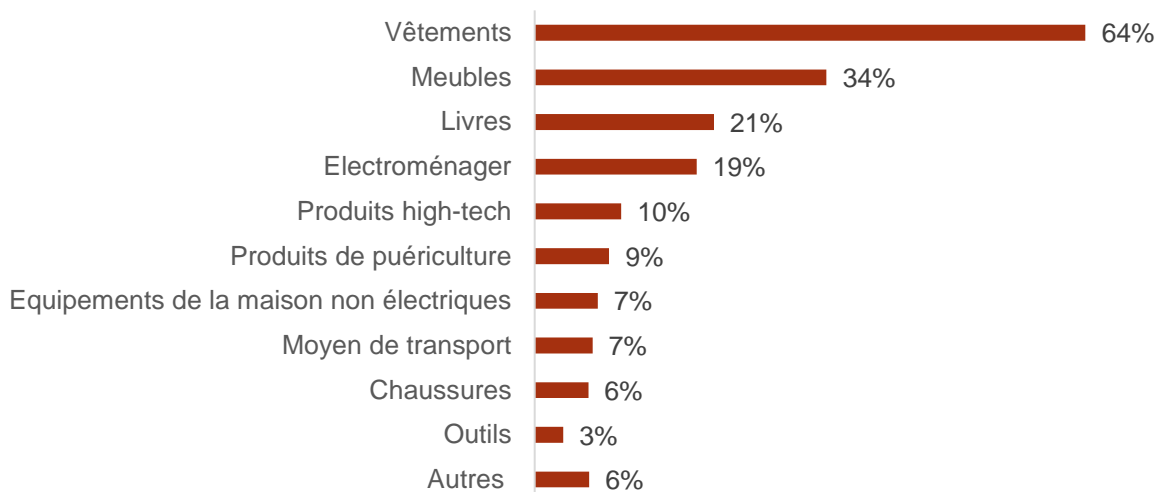
Les activités manuelles (réparation et fabrication maison) ont déjà été pratiquées par deux tiers des participants. La location de matériel est beaucoup moins répandue avec seulement 17 % des participants qui ont déjà utilisé cette solution.

Q17 : Pour chacune des actions que vous avez faites, quels types de produits étaient concernés et combien cela vous a coûté ?

L'ACHAT D'OCCASION PRINCIPALEMENT PLÉBISCITÉ POUR LES VÊTEMENTS

Les vêtements (dans 64 % des cas) sont largement les premiers types de produits achetés d'occasion. Ce sont ensuite les meubles (34 %), les livres (21 %) et l'électroménager (19 %).

Il semble plus compliqué de trouver des chaussures (6 %) ou des outils (3 %).



Selon les déclarations des répondants, un smartphone d'occasion coûterait 126,47 € (moyenne sur 17 déclarations). Selon [statista](#), en 2018, 30 millions de téléphones mobiles ont été vendus en France pour un chiffre d'affaires de 11,5 milliards d'euros, soit un prix moyen de 383,33 € pour un téléphone mobile. Les participants au Défi auraient donc payé en moyenne 67 % de moins que le prix neuf moyen.

Selon les participants, un vélo d'occasion coûterait 86,50 € (moyenne sur 20 déclarations). Selon [statista](#), voici le prix moyen des vélos en France en 2017 selon le type :

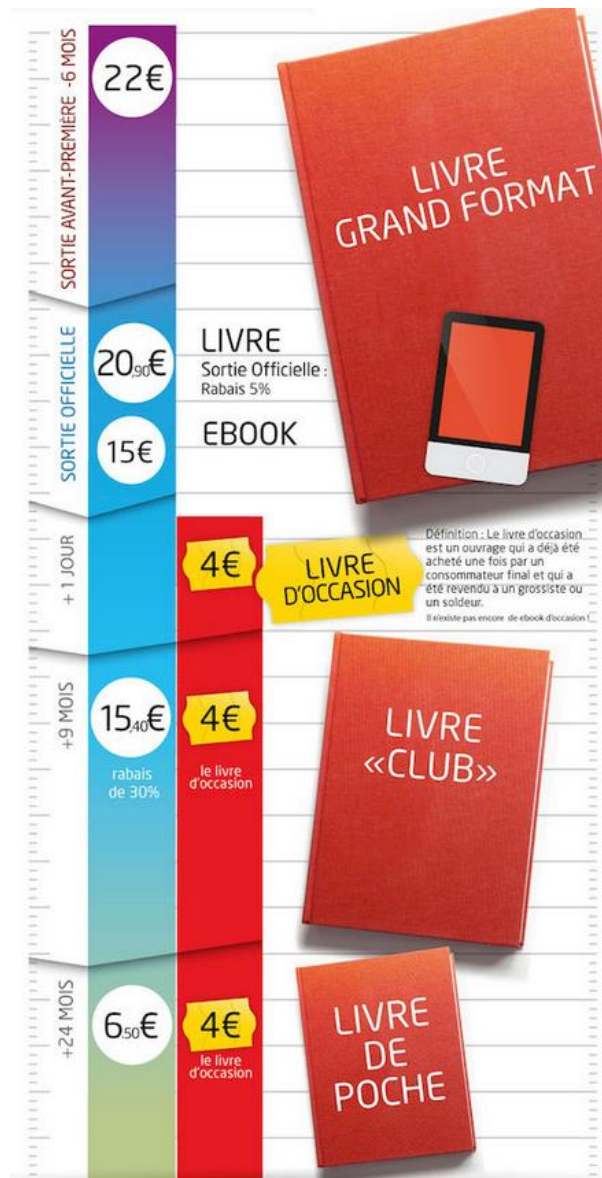
Type du vélo	Prix moyen en 2017	Écart avec le prix moyen d'occasion
Vélo à assistance électrique	1 564 €	- 94 %
Vélo de course	1 404 €	- 94 %
Vélo tout terrain	396 €	- 78 %
Vélo de ville	339 €	- 74 %
Vélo pliant	333 €	- 74 %
Vélo tout chemin	330 €	74 %
Vélo enfant	113 €	- 23 %

Un vélo d'occasion coûterait donc en moyenne, selon le type de vélo, entre 23 % et 94 % moins cher d'occasion qu'un vélo neuf.

Une machine à laver de seconde main coûterait 101 € (moyenne sur 10 déclarations). Selon le [Gifam](#), un lave-linge neuf en France coûte en moyenne 375 €. Ainsi, une machine à laver d'occasion serait 73 % moins chère qu'une neuve.

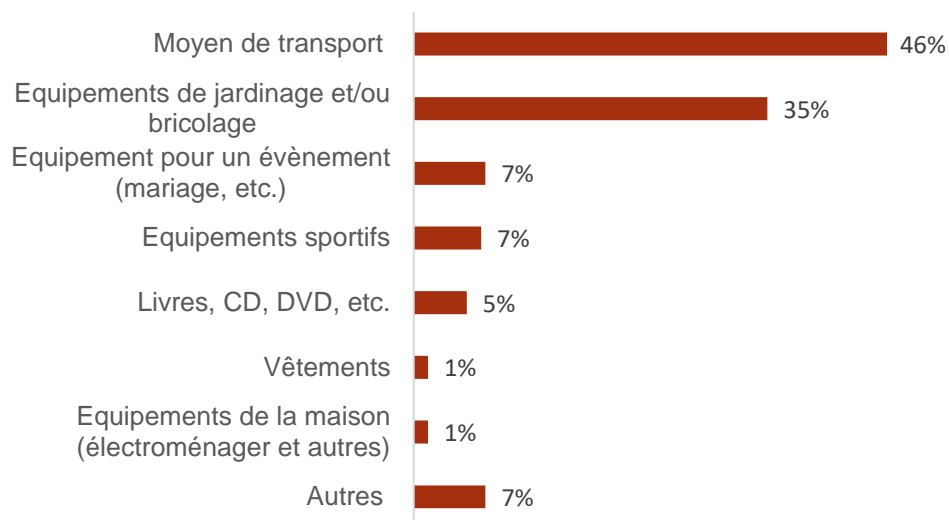
Selon les déclarations des répondants, un livre d'occasion coûterait en moyenne 2,13 € (moyenne sur 11 prix déclarés). Le prix d'un livre neuf va dépendre de son format et depuis combien de temps il est sorti. Selon la [SNE](#), 419 millions de livres ont été vendus en 2018 pour 2 524,7 millions d'euros, ce qui nous donne un prix moyen de 6,03 €.

Ainsi, on peut estimer que les participants au Défi ont payé presque trois fois moins cher pour l'acquisition d'un livre en l'achetant d'occasion plutôt que neuf.



Infographie proposée par chapitre.com

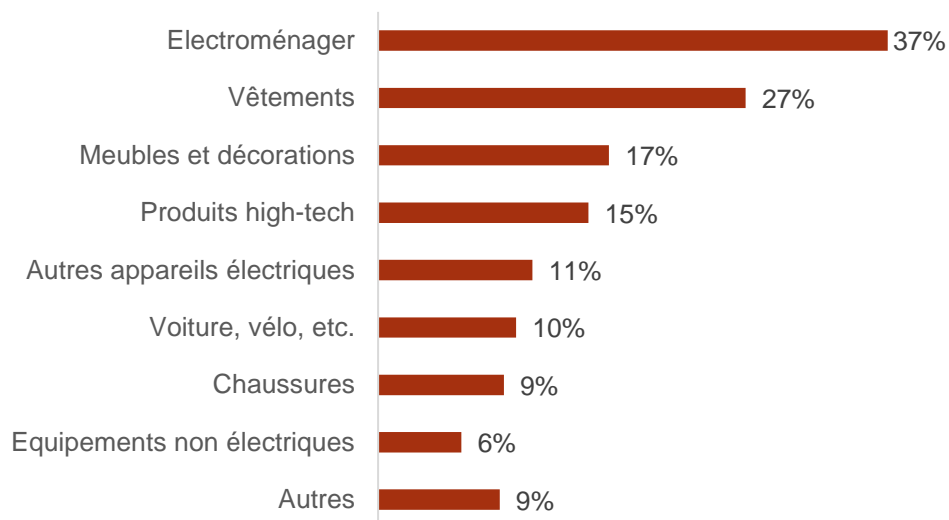
LA LOCATION A ETE PRIVILEGIEE POUR LES MOYENS DE TRANSPORT ET LES EQUIPEMENTS DE JARDINAGE/BRICOLAGE



Dans 46 % des cas, la location a permis d'utiliser temporairement un moyen de transport (notamment les voitures mais également des scooters ou des camping-cars). Le deuxième type de produits concernés sont les équipements pour le jardinage et le bricolage (35 %) qui sont généralement des équipements dont on a besoin ponctuellement tels que les perceuses, les shampooineuses à moquette, les nettoyeurs haute pression, etc.

Nous n'avons pas pu récolter assez de données sur les prix des locations, ces derniers étant liés à la durée de la location dont nous n'avons pas toujours le détail.

LA RÉPARATION PRINCIPALEMENT PRATIQUEE SUR LES PRODUITS ÉLECTROMÉNAGERS ET LES VÊTEMENTS



La réparation concerne principalement les produits électroménagers (37 %), les vêtements (27 %) et dans une moindre mesure, les meubles et décorations (17 %) ainsi que les produits high-tech (15 %).

Pour réparer votre lave-vaisselle, cela vous coûtera en moyenne 62,33 € (moyenne sur 15 déclarations). Selon le [Gifam](#), un lave-vaisselle neuf coûte en moyenne 415 € en France. Le prix de la réparation est ainsi 85 % moins cher que l'achat d'un nouveau lave-vaisselle.

Pour réparer votre vélo, comptez 24,10 € (moyenne sur 10 déclarations). Comme nous l'avons vu tout à l'heure, le prix moyen d'un vélo dépend de son type :

Type du vélo	Prix moyen en 2017
Vélo à assistance électrique	1 564 €
Vélo de course	1 404 €
Vélo tout terrain	396 €
Vélo de ville	339 €
Vélo pliant	333 €
Vélo tout chemin	330 €
Vélo enfant	113 €

Même si on suppose que le prix de réparation est plus élevé pour un vélo à assistance électrique qu'un vélo de ville, on constate facilement qu'il est plus avantageux financièrement de faire réparer son vélo plutôt que d'en acheter un nouveau.

Pour réparer leurs chaussures, les répondants ont dépensé en moyenne 20,85 € (moyenne sur 28 déclarations). Selon la [Fédération Française de la chaussure](#), le chiffre d'affaire de l'industrie française était de 745 millions d'euros en 2018 pour 21 millions de paires vendues. Ce qui nous donne un prix moyen de 35,48 € pour une paire de chaussures. Ainsi, le prix de la réparation est en moyenne 41 % moins chère que l'achat d'une nouvelle paire de chaussures.

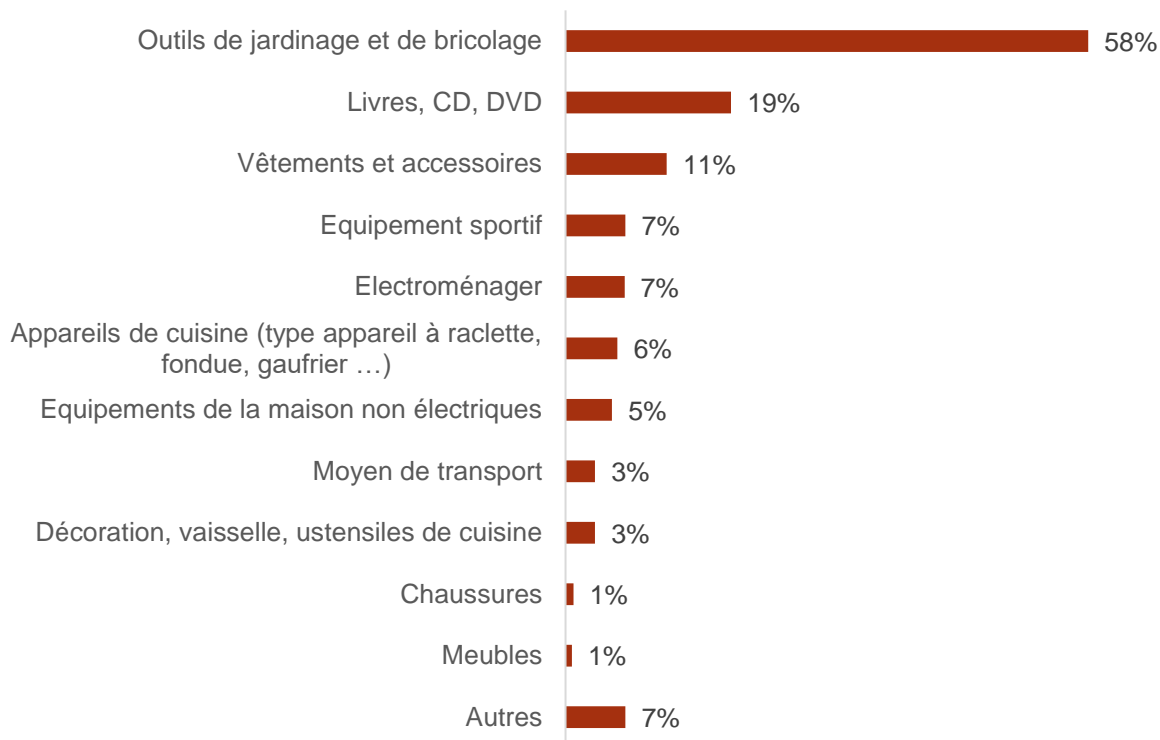
La réparation d'un smartphone coûte environ 39,66 € (moyenne sur 15 déclarations), ce chiffre dépend évidemment de l'état de dégradation de votre téléphone. Comme nous l'avons vu précédemment, un téléphone mobile neuf coûte en moyenne 383,33 €. Le prix de la réparation est donc en moyenne quasiment 10 fois moins chère que l'achat d'un téléphone portable neuf !

La réparation d'un lave-linge coûte 62,26 € (moyenne sur 23 déclarations). Comme vu précédemment, un lave-linge neuf coûte en moyenne 375 € en France selon le [Gifam](#). Le prix de la réparation d'un lave-linge est donc 83 % moins cher que l'acquisition d'un neuf.

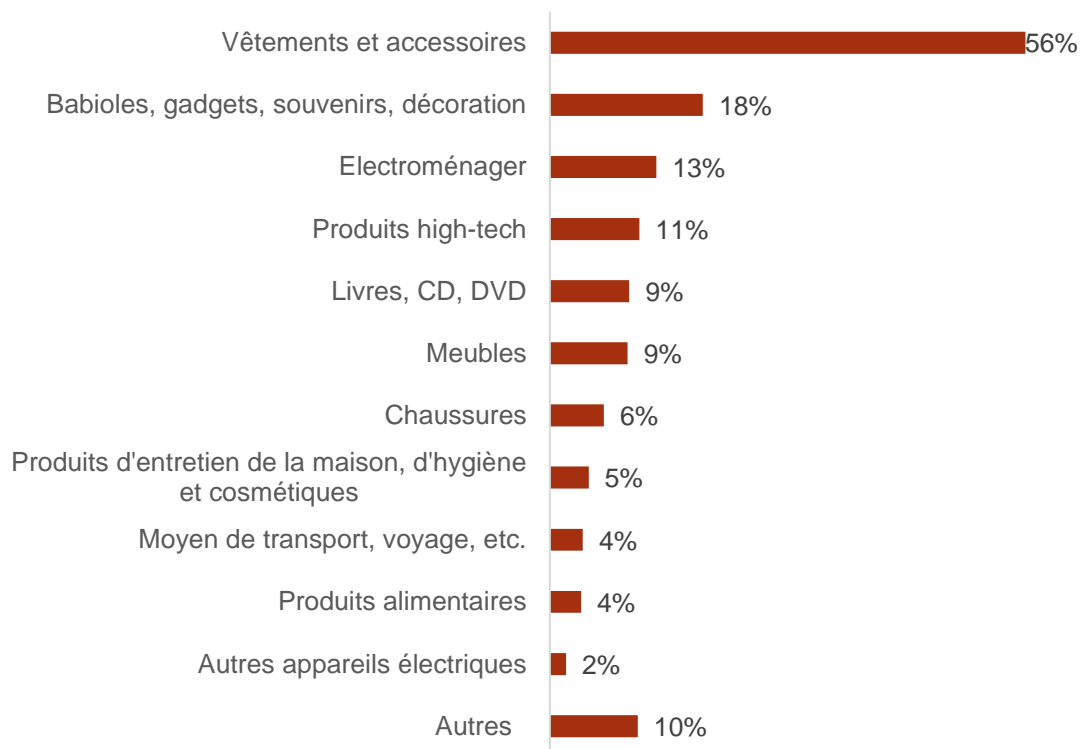
La réparation d'un ordinateur coûte en moyenne 87,84 € selon les répondants (moyenne sur 13 déclarations). Selon les données de [Businesscoot](#), en 2014, 315 millions d'ordinateurs ont été vendus dans le monde, pour un chiffre d'affaire de 189 milliards d'euros. Ce qui nous donne un prix moyen mondial de 600 € pour un ordinateur. Si on se base sur cette donnée, réparer son ordinateur au lieu de le remplacer par un nouveau coûte 7 fois moins cher.

L'EMPRUNT, NOTAMMENT POUR LES OUTILS DE JARDINAGE ET DE BRICOLAGE

Les principaux produits empruntés à son voisinage ou son entourage sont des outils de jardinage et de bricolage (dans 58 % des cas). Suit de loin les objets culturels (livres, CD, DVD, à 19%).

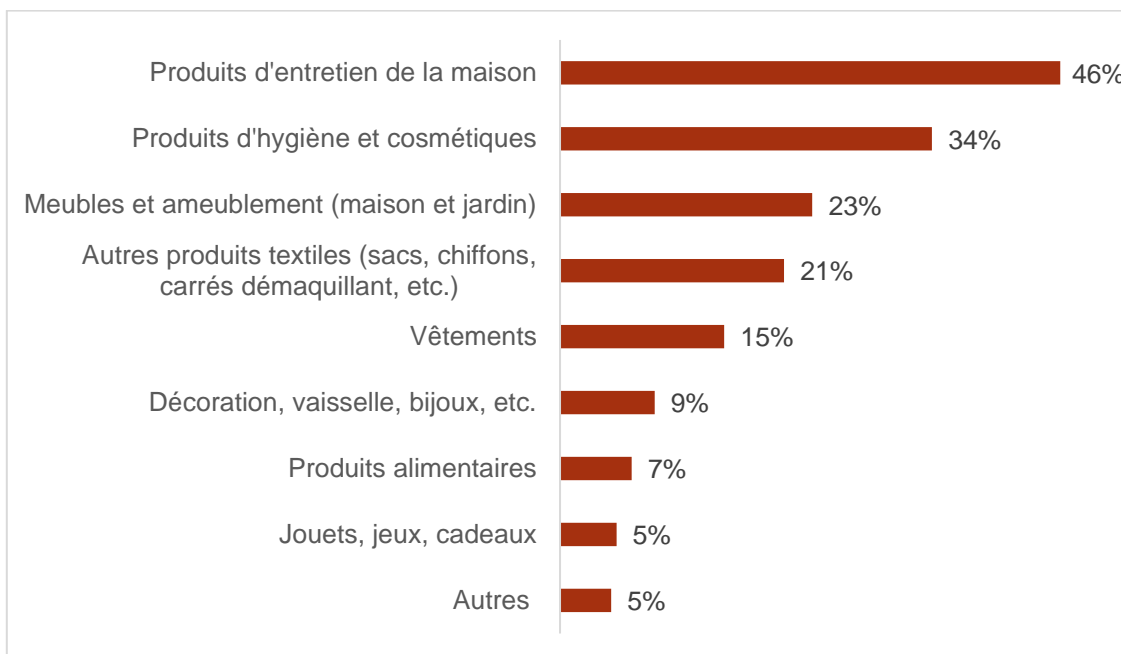


LE RENONCEMENT À L'ACHAT CONCERNE PRINCIPALEMENT LES VÊTEMENTS, LES ACCESSOIRES, LES BABIOLES, LES GADGETS ...



LES PRODUITS D'ENTRETIEN DE LA MAISON ET LES PRODUITS COSMÉTIQUES FABRIQUÉS À LA MAISON

Dans 46 % des cas, ce sont des produits d'entretien pour la maison qui sont « fait maison », et des produits d'hygiène et cosmétiques³ dans 34 % des cas.



Fabriquer votre propre lessive vous coûtera en moyenne 4,66 € (moyenne sur 15 déclarations). Selon un relevé des prix effectué sur les drive Auchan et Carrefour d'Angers le 3 septembre 2019, la lessive achetée en grande surface coûte en moyenne 8,46 €. Vous économisez en moyenne 3,80 € par paquet de lessive quand vous la fabriquez vous-même.

Pour faire votre dentifrice, il vous faudra déboursier en moyenne 3,38 € (8 déclarations), soit 45 centimes de plus que le prix d'achat moyen en grande surface (2,93 €) observé à la suite d'un relevé de prix effectué sur les drives Auchan et Carrefour d'Angers le 3 septembre 2019.

2,50 €, c'est le prix d'un déodorant fabriqué maison (5 déclarations). Toujours grâce au même relevé de prix que pour la lessive et le dentifrice, on constate un prix moyen de 2,70 € pour un déodorant acheté en grande surface, soit 20 centimes de plus que celui fabriqué maison.

CONCLUSION

SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

- 95 % des répondants se sentent impliqués dans des démarches éco-responsables ;
- Les consommateurs sont les premiers acteurs ayant un impact sur l'évolution du développement durable selon les répondants ;

³ Comme vu précédemment, les produits ménagers, d'hygiène et cosmétiques ne sont pas concernés par le Défi. Cependant, ils sont cités en premier par les répondants participant au Défi.

- Les démarches éco-responsables les plus fréquemment pratiquées : le tri des déchets et réduire le gaspillage alimentaire ;
- Les démarches éco-responsables les moins fréquemment pratiquées : création d'objet en tissus, acheter des produits d'occasion (vêtements, meubles ...) et emprunter des objets à leur entourage ;
- Les démarches les plus difficiles à mettre en place : créer des objets en tissus, cultiver ses fruits et légumes et se passer de sa voiture ;
- Trois répondants sur quatre fabriquent au moins un produit eux-mêmes, cela concerne principalement les produits d'entretien de la maison et les produits cosmétiques ;
- Les commerces les plus fréquentés pour les achats alimentaires sont les boulangeries et les grandes surfaces ;
- Un répondant sur deux fréquente des magasins spécialisés « bio » pour ses achats alimentaires ;
- 30 % des répondants utilisent des applications d'aide au choix quand ils font leurs courses ;
- Le prix et la marque ne sont plus des critères de choix dans l'acte d'achat, les répondants privilégient davantage l'origine, la qualité, etc. du produit.

Les participants au Défi « Rien de neuf »

- Les répondants s'engagent dans le Défi principalement pour s'impliquer davantage dans une démarche écologique ;
- Les principales difficultés liées au Défi : la disponibilité des produits et l'entourage ;
- Les principaux avantages à participer au Défi : économies budgétaires et redonner du sens à sa consommation ;
- L'achat d'occasion est la première solution pour éviter l'achat d'un produit neuf ;
- Les types de produits selon la solution pour éviter un achat neuf :

Solution	Type de produits
L'achat d'occasion	Vêtements
La location	Moyen de transport et outils de jardinage/bricolage
La réparation	Electroménager et vêtements
L'emprunt	Outils de jardinage et de bricolage
Le « fait maison »	Produits d'entretien de la maison et produits cosmétiques
Le renoncement à l'achat	Vêtements, décorations, babioles, gadgets, etc.

- Renoncer à un achat de produit neuf en trouvant d'autres solutions est avantageux économiquement.

RECOMMANDATIONS

- Informer et accompagner davantage les citoyens dans les démarches éco-responsables peu pratiquées ou considérées comme difficiles à mettre en place ;

- Intégrer davantage les professionnels (fabricants, producteurs, distributeurs, etc.) dans les discussions pour trouver des solutions durables afin de capter les problèmes en amont ;
- Mieux informer sur l'impact écologique de nos actions au quotidien ;
- Élargir les horaires d'ouverture des recycleries, repair'cafés, etc. ou permettre de prendre des rendez-vous ;
- Favoriser et développer l'économie locale, l'économie circulaire, l'économie de fonctionnalité, l'économie de partage, l'économie sociale et solidaire.