

# **Gestes de tri et comportements des consommateurs : quel impact de la crise sanitaire ?**

## **Les enseignements du « Lab des comportements des consommateurs-citoyens » de Citeo en partenariat avec BVA**

Dans la période de confinement et face à la crise sanitaire, les repères du tri au quotidien ont pu être bouleversés. Arrêt partiel des centres de tri et fermeture des déchèteries, ralentissement ou arrêts des collectes sélectives, etc. : autant de perturbations qui ont pu fragiliser un geste adopté au quotidien par 89% des Français. Au-delà du geste de tri lui-même, de nouvelles pratiques de consommation ont émergé tout au long de la période, comme le recentrage sur des circuits courts, et le recul de l'achat en vrac. Dans ce contexte d'incertitudes et d'adoption de nouveaux comportements, Citeo adapte ses Ateliers citoyens, sa démarche collaborative lancée en 2018 avec BVA dans plusieurs villes de France, pour en faire son « Lab des comportements », associant les consommateurs-citoyens à la mobilisation en faveur du geste de tri.

Lancée le 22 juin, le « Lab Citeo » innove avec une consultation à distance réunissant une vingtaine de participants provenant de toutes les régions de métropole pour un blog en « live » et des sessions de formation et d'idéation. **L'objectif du « Lab Citeo » : analyser de façon qualitative l'impact du confinement et de la crise sanitaire en matière de geste de tri mais aussi comprendre la perception de leur rôle et leur engagement dans l'économie circulaire dans cette période « post confinement ».**

### **Une méthode innovante adaptée à la situation de crise sanitaire**

Elle est structurée en trois étapes :

- Deux sessions d'information et de formation par visioconférence ;
- Une analyse ethnologique avec un blog en « live » tenu par les participants pendant 5 jours permettant de recueillir leurs pratiques et leurs attentes ;
- Une session de co-construction et d'intelligence collective à distance permettant la mise en commun et le recueil des propositions des participants.

### **Des enseignements qui valident l'importance du geste de tri pour les consommateurs à l'issue du confinement**

#### **→ Un geste de tri solide, qui résiste à la crise sanitaire**

Globalement, la crise sanitaire et le confinement ont eu un impact limité et plutôt positif sur le geste de tri. Le confinement a pu être l'occasion d'un approfondissement, d'une systématisation voire de la mise en œuvre de nouvelles pratiques. Ainsi, la majorité des citoyens participant au dispositif indiquent n'avoir en rien modifié leurs pratiques vertueuses d'avant la crise. Les citoyens qui ont pu être démobilisés à cause des circonstances, sont revenus, après le déconfinement, à leurs gestes habituels, même si l'accès aux déchetteries est resté plus compliqué qu'avant le confinement. La crainte du virus n'a pas été, d'une manière générale, un facteur de démobilisation directe dans les pratiques de tri.

Au contraire, le confinement a pu être l'occasion d'un renforcement du tri, en raison d'un temps passé chez soi plus important et d'une plus grande visibilité des emballages stockés. Ces nouvelles pratiques positives semblent destinées à s'installer dans la durée, au contraire des relâchements temporaires dus au confinement.

→ **L'emballage peu remis en cause mais des citoyens favorables à une politique de réduction des déchets plastiques à usage unique**

La majorité des citoyens perçoit l'emballage comme étant utile (praticité, hygiène, valorisation du produit / de la marque, information du consommateur etc.). A ces propriétés, et suite à la crise, vient s'ajouter la dimension sanitaire liée à la protection. Pour autant, la diminution du plastique à usage unique, apparaît comme un enjeu d'une lutte pour l'environnement qui se joue sur plusieurs fronts, **la nécessité de le réduire fait l'objet d'un constat partagé.**

La vision du rôle des participants oscille ainsi entre la pratique du tri, très largement partagée, et une nécessité de modifier ses comportements d'achats vers une consommation plus sobre. Minoritaire, la logique « zero déchet » n'est pas absente des réflexions des participants soucieux de limiter leurs déchets. Pour les consommateurs du Lab de Citeo, les modifications des comportements de consommation, à l'issue de la crise, sont plutôt orientées vers l'optimisation du tri, la fréquentation des circuits courts et des commerces de proximité. Le « fait maison » ou l'achat en vrac restent, dans l'échantillon, le fait de profils très engagés.

→ **Demain, une optimisation du tri qui passe par l'information, la simplification et l'uniformisation des pratiques locales**

La participation aux ateliers, et notamment à la phase d'information, formation et partage d'expertise, a permis aux citoyens interrogés de prendre conscience de leurs lacunes sur le tri, alors même que certains se pensaient très bien informés.

Cinq pistes principales ont émergé de ces réflexions :

1. **INFORMER** – Effectuer un travail important d'information leur a semblé devoir perdurer et se développer, tant auprès des enfants, des jeunes adultes et des foyers.
2. **HARMONISER** - Au-delà de l'information, un travail de simplification et d'harmonisation des pratiques sur l'ensemble du territoire leur a semblé être une nécessité : simplification des consignes, harmonisation des couleurs de containers sur l'ensemble du territoire...
3. **CLARIFIER** – Rendre plus visibles, clarifier et mettre en accord les consignes de tri figurant sur les emballages avec les codes couleurs des espaces de collecte a également été formulé comme une piste importante.
4. **EQUIPER L'ESPACE PUBLIC** – Les citoyens ont souligné le déficit d'espaces de collecte pour les emballages dans l'espace public et l'importance de développer des dispositifs de tri dans les rues, espaces verts le long des plages, etc. L'installation d'espaces de compost collectifs en ville a également été évoquée.
5. **INCITER FINANCIEREMENT** – L'évolution de la TEOM (taxe d'enlèvement des ordures ménagères) vers une fiscalité plus incitative liée à la quantité de déchets produits, la collecte rémunérée ou encore le retour de la consigne dans certaines conditions, ont été évoqués comme des pistes intéressantes.

Suite à cette dernière session du Lab de Citeo, l'objectif est de maintenir le lien à long terme avec les participants et ceux des précédents ateliers, pour continuer les échanges et les interactions afin d'étudier les évolutions des ressorts comportementaux autour du geste de tri et de l'économie circulaire du quotidien.



### **A propos de Citeo**

Citeo a été créée par les entreprises pour réduire l'impact environnemental de leurs emballages et papiers en les transformant en ressources. Avec sa filiale Adelphi, Citeo apporte conseils et solutions à ses clients – entreprises de l'industrie, du commerce, de la distribution et des services de grande consommation - afin de les aider à exercer leur responsabilité liée à la fin de vie des emballages et des papiers, et ce dans des conditions économiques optimales.

En 25 ans, les entreprises ont investi plus de 11 milliards d'euros pour financer la collecte sélective et créer des filières de recyclage, avec leurs partenaires collectivités locales, filières et opérateurs.

Aujourd'hui 70% des emballages et 57,4 % des papiers sont recyclés grâce au tri des Français devenu le 1<sup>er</sup> geste citoyen. Agissant pour faire advenir une véritable économie de la ressource en France, Citeo s'est fixé 3 priorités : simplifier le geste de tri pour permettre à tous les Français de trier tous leurs emballages et papiers ; innover pour inventer les nouveaux matériaux, solutions de collecte, technologies de recyclage et débouchés ; réduire l'impact environnemental des emballages et des papiers en accompagnant les entreprises dans la généralisation de l'éco-conception.

### **A propos de BVA**

Le groupe BVA accompagne la transformation des entreprises à partir de la compréhension des individus et de leurs comportements. Implanté dans 16 pays, le Groupe s'est construit de façon originale pour aboutir à un modèle hybridant 4 activités principales : insights, technologies, communications et consulting.

Notre credo : la transformation concrète, avec les gens et par les gens. Nous donnons à nos clients les outils et solutions pour exprimer leur singularité, et passer de la vision à l'action. Pour faire la différence.

### **Contacts presse**

Olivia Retali

[olivia.retali@citeo.com](mailto:olivia.retali@citeo.com)

01 81 69 05 83 / 06 42 82 81 74

Laureen Bonnet

[laureen.bonnet@citeo.com](mailto:laureen.bonnet@citeo.com)

01 81 69 05 97 / 06 75 65 04 61