

PLAN D'APPUI A UNE POLITIQUE DE DEVELOPPEMENT DURABLE

LEVIERS POUR POLITIQUE DE DEVELOPPEMENT
DURABLE

Points d'ancrage pour une politique de Développement Durable : Production et Consommation

Contrat n° HL/DD/021

MARIE-PAULE KESTEMONT (1)
FRANÇOISE BARTIAUX (2)
NADINE FRASELLE (3)
VINCENT YZERBYT (4)

Université catholique de Louvain
1, Place des Doyens
1348 Louvain-la-Neuve

- (1) Institut d'Administration et de Gestion
- (2) Institut de Démographie
- (3) Centre du Droit à la Consommation
- (4) Unité de Psychologie Sociale

Août 2001

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	1
<i>Marie-Paule Kestemont, Françoise Bartiaux</i>	

Contexte international et importance de l'étude dans le cadre du programme	1
Objectifs	2
Résultats attendus	2
Plan de la publication	3

METHODOLOGIE GENERALE	4
<i>Marie-Paule Kestemont, Françoise Bartiaux</i>	

RESULTATS	
------------------------	--

CHAPITRE 1^{er} :	
Les actions environnementales des producteurs	5
<i>Isabelle Callens, Jérôme Carlens, Marie-Paule Kestemont</i>	

Section 1. Cadre théorique	5
Section 2. Méthodologie	8
Section 3. L'état de l'industrie belge en terme environnemental	10
1. Les actions environnementales	10
1.1. Activités environnementales dans le domaine de la production	10
1.2. Activités environnementales dans d'autres domaines fonctionnels	11
1.3. Actions intégrées	12
1.4. Systèmes de management environnemental	14
2. Les déterminants de la réponse environnementale	17
2.1. Les déterminants internes de l'entreprise pour une réponse environnementale	17
2.2. Les pressions des stakeholders perçues par les entreprises	19
2.3. Les obstacles à la mise en œuvre d'actions environnementales	22
Section 4. Les profils industriels	25
1. Axe des réponses	25
1.1. Choix des variables	26
1.2. Analyse des différents groupes	29
1.3. Caractérisation des groupes	33
a. Taille	33
b. Secteur	34
c. Régime linguistique	35
2. Axe des déterminants	36
2.1. Variables discriminantes	36
2.2. Fonctions discriminantes	37
Section 5. Synthèse des résultats	41

CHAPITRE 2 :

Les actions environnementales des consommateurs45

Christine Dalla Valle, Joanne Mons, Françoise Bartiaux, Vincent Yzerbyt

Section 1. Cadres théoriques et objectifs.....	45
1 Cadres théoriques.....	45
1.1. La théorie de l'action raisonnée et la théorie du comportement planifié.....	45
1.2. La construction sociale de la réalité et les constructions identitaires.....	48
1.3. La sociologie compréhensive.....	49
2. Objectifs.....	49
Section 2. Méthodologie.....	50
1. La population de référence.....	51
1.1. Partie quantitative.....	51
1.2. Partie qualitative.....	51
2. L'échantillon.....	51
2.1. Données sur les ménages.....	51
a. Partie quantitative.....	51
b. Partie qualitative.....	51
2.2. Données sur les individus.....	52
a. Partie quantitative.....	52
b. Partie qualitative.....	52
3. Le questionnaire.....	53
3.1. Partie quantitative.....	53
3.2. Partie qualitative.....	53
Section 3. Analyse.....	53
1. L'action environnementale.....	54
1.1. La thématique du tri.....	54
a. Liens entre les indicateurs de tri.....	56
b. Interprétation du lien entre les scores extrêmes.....	57
c. Interprétation des scores intermédiaires.....	58
1.2. La thématique de la récupération.....	60
a. Liens avec la thématique du tri.....	62
1.3. La thématique du mode de gestion privé des objets au rebut.....	63
a. Traitement des matières.....	63
b. Liens entre le mode de gestion privé des déchets et de la thématique du tri.....	64
c. Modes de gestion privés des déchets.....	66
1.4. La thématique des critères d'achat.....	66
a. Liens entre la thématique des critères d'achat et la thématique du tri.....	68
2. La question des achats dans les entretiens qualitatifs.....	70
2.1. Les critères de choix.....	70
a. La finalité comme excuse au désintérêt.....	70
b. Les priorités dans les choix.....	71
c. Conclusions.....	76
2.2. La place de la responsabilité.....	76
a. Le consommateur n'a pas le choix.....	76
b. La responsabilité est au dessus du consommateur.....	77
c. Conclusions.....	79
3. Les pressions externes.....	79
3.1. Faible ou forte pression externe.....	80
a. Liens entre la pression externe et les actions environnementales du tri et des critères d'achat.....	81
3.2. Prédiction sur la thématique du tri et des critères d'achat.....	83
a. La pression externe, le tri et l'achat.....	83
b. Prédiction du tri et de l'achat.....	84
c. Régression simple.....	84
d. Régressions multiples.....	85
e. Liens entre la pression externe et le tri sur l'achat.....	86
f. Modèle médiationnel.....	86
3.3. L'obligation de trier.....	87
a. Le tri : entre "obligation" et "obligation".....	87

	b. La peur du gendarme	89
	c. L'obligation : entre sanction et conscientisation	92
	d. La nécessité de la compréhension	96
3.4.	La pression sociale	105
	a. Le code social de l'observation	105
	b. Les poubelles ménagères, ou le regard désintéressé	106
	c. Les objets encombrants, ou le regard digne d'intérêt	113
4.	Motivations supplémentaires et bénéfiques identitaires	116
4.1.	La thématique des connaissances sur l'environnement	117
4.2.	La thématique des activités en faveur de l'environnement	118
4.3.	La thématique sur les valeurs attribuées au recyclage	119
4.4.	La thématique sur les conséquences attribuées au recyclage	120
4.5.	Bénéfices identitaires	121
	a. Socialisation du monde	122
	b. Constitution du chez soi, constitution de soi	123
	c. Identité, altérité	124
5.	Les obstacles	130
5.1.	Les problèmes logistiques	133
	a. La place et les odeurs : la logistique interne	133
	b. Fréquences des collectes et logistique "externe"	137
5.2.	La nécessité d'un effort bilatéral	140
	a. Le déséquilibre dans l'effort	140
	b. Comment soutenir le tri ? (Suggestions)	142
5.3.	Ne pas trier : un facteur de distinction ?	145
	a. La mise en avant de valeurs démocratiques	145
	b. La distinction par la réflexion (et ... l'identité culturelle)	146
6.	Les variables psychosociales	153
6.1.	Elaboration d'un score unique	153
	a. Connaissance	153
	b. Valeurs	153
	c. Activités	153
	d. Conséquences du recyclage	154
	e. Obstacles	154
7.	L'influence conjointe des variables démographiques et psychosociales	154
7.1.	Influence sur le comportement de tri	154
7.2.	Influence sur les critères d'achat	157
7.3.	Prédictions pour les 2 groupes de pression externe	158
	a. Exemple pour le tri	159
	b. Exemple pour l'achat	160
7.4.	Corrélation canonique	161
8.	Variables complémentaires	163
8.1.	Présentation des variables complémentaires	163
	a. Les termes associés à l'environnement	163
	b. Le principal responsable de la pollution	163
	c. Les solutions pour résoudre les problèmes posés par les déchets	164
	d. Pollueur	164
	e. Les conséquences du recyclage des déchets ménagers	164
8.2.	Liens entre les variables complémentaires, le tri et la pression externe	165
	a. Les groupes, l'achat et les mots associés à l'environnement	165
Section 4.	Etudes complémentaires	166
1.	Les étudiants en droit et les normes	166
2.	Enquête chez Delhaize	167
2.1.	Hypothèses de recherche	167
2.2.	Méthodologie	168
2.3.	Résultats et discussion	168
Section 5.	Synthèse des résultats	169

CHAPITRE 3 :

Le cadre normatif régissant les interactions entre la production et la consommation.173

Nadine Fraselle, Jacques Laffineur

Section 1. Les nouvelles dynamiques du marché.....	173
1. L'évolution des motivations d'achat des consommateurs	173
1.1. Les tendances du marché.....	173
1.2. Les comportements responsables	175
2. Le rôle sociétal des entreprises	177
3. Les stratégies et instruments	179
3.1. Les instruments réglementaires.....	180
3.2. Les instruments économiques	181
3.3. Les instruments sociaux.....	182
Section 2. Les interactions production – consommation	184
1. La gestion des déchets	184
2. L'information	186
2.1. Qui doit informer ?.....	186
2.2. Comment informer?.....	186
a. les techniques « on line »	186
b. les techniques « off line »	187
c. les techniques mixtes	188
2.3. Comment les informations doivent-elles être diffusées et consultées ?	189
2.4. Coût de la diffusion des informations.....	190
2.5. Exigences minimales relatives à la nature des informations	190
a. mise à jour des informations.....	190
b. caractère distinctif des informations	190
c. responsabilité.....	191
d. protection de la vie privée.....	191
3. Le label écologique	192
3.1. Le principe de l'uniformité.....	193
3.2. Le principe de la qualité de l'information.....	194
3.3. Le principe de la participation.....	194
3.4. Le principe de la graduation du label.....	194
3.5. Le principe de l'évaluation permanente	194
3.6. Les contrôles	194
3.7. L'enquête publique	195
4. Des normes de produits pour une consommation durable	195
Remarques introductives	195
4.1. Rappel des traits essentiels caractérisant les législations relatives aux normes de produits et à la sécurité des consommateurs.....	197
a. La Loi du 9 février 1994 relative à la sécurité des consommateurs.....	197
b. La loi du 21 décembre 1998 relative aux normes de produits ayant pour but la promotion de modes de consommation durables et la protection de l'environnement et de la santé.....	199
4.2. Analyse critique de l'impact des législations « normes de produits » et « sécurité des consommateurs ».....	203
a. Le principe d'intégration des composantes d'un développement durable	204
b. Le principe de précaution et de reconnaissance des incertitudes scientifiques	205
c. Le principe de participation et exigence de bonne gouvernance	206
d. Le principe de responsabilités communes mais différenciées	207

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS208

Marie-Paule Kestemont, Françoise Bartiaux, Nadine Fraselle, Vincent Yzerby

ANNEXES

1. Liste de référence
2. Liste des publications découlant de la recherche
3. Résultats détaillés

INTRODUCTION

Marie-Paule Kestemont, Françoise Bartiaux

Contexte international et importance de l'étude dans le cadre du programme

Depuis la publication en 1988 du rapport Brundtland¹, rapport centré autour du concept de « développement durable »², une conclusion s'impose : nos modes de production et de consommation doivent être modifiés, plus ou moins profondément, afin de gagner en durabilité. Le plan d'action 21 publié en 1992 lors de la conférence de Rio sur l'environnement et le développement y consacre d'ailleurs son chapitre 4. Auparavant, le rapport du Club de Rome aboutissait en substance à la même conclusion et constitua un premier pas vers la reconnaissance des « limites de la croissance » du bien-être dans les pays développés.

Il faut donc agir, encore faut-il savoir comment. Pour contribuer à aider les décideurs en matière de développement durable, les autorités belges ont mis sur pied un Plan d'Appui scientifique à une politique de Développement Durable (PADD1, 1996-2002). Ce Plan d'Appui comprend notamment³ le programme intitulé « Leviers pour une politique de développement durable », programme dans lequel s'inscrit la présente recherche. Ce programme a pour objectif principal de tracer, comme son appellation l'indique, des voies concrètes de changement de nos modes de vie, ces voies étant identifiées sur la base de recherches en sciences humaines.

Intitulée « Points d'ancrage pour une politique de développement durable : production et consommation », la présente recherche vise à opérationnaliser davantage le concept de développement durable en abordant l'étude de notre système économique par les trois dimensions constitutives du développement durable : environnementale, économique et sociale. Est donc immédiatement soulignée l'importance d'étudier conjointement les modes de production *et* de consommation. L'intégration de ces deux volets dans une même recherche nous semble nécessaire et prometteuse puisque les secteurs de la production et de la consommation sont intégrés dans notre système économique et que, par ailleurs, ils sont constitués en une même problématique dans les accords internationaux (l'Agenda 21, la Convention Climat) auxquels la Belgique a souscrit.

Pour étudier conjointement les secteurs de la production et de la consommation, nous proposons d'identifier des facteurs qui concourent soit à la non-durabilité du système, soit à sa durabilité. Cette étude est nécessairement pluri-disciplinaire, comme l'est la problématique du développement durable.

¹ Commission mondiale sur l'environnement et le développement (dite « Brundtland ») (1988), *Notre avenir à tous*, éd° du Fleuve, Les publications du Québec, Montréal, 454 p.

² « Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. »

³ Les autres programmes sont les suivants : Mobilité durable (1996-2001), Global Change et développement durable : aspects socio-économiques (1996-2000) et Recherche prénormative dans le secteur alimentaire (1997-2001).

Objectifs

Cette recherche a pour objectif de développer une bonne compréhension des secteurs de la production et de la consommation, en identifiant les facteurs influençant la durabilité ou la non-durabilité des comportements. Le but est de rendre opérationnel le concept de développement durable de sorte qu'il puisse être pris en compte au niveau politique. Pour ce faire, nous cherchons à identifier des voies de changement, des « leviers pour une politique de développement durable », suivant le titre du programme dans lequel s'inscrit cette recherche, et nous nous efforçons de traduire nos résultats en recommandations politiques.

Cette recherche est de type pluridisciplinaire et intégrée, par la problématique de société posée par le développement durable et par la nature même des "objets" du fonctionnement du marché, à savoir les produits, résultats des processus de production, biens d'échange entre les secteurs de l'industrie et les ménages ainsi que biens de consommation des ménages.

Notre équipe regroupe les disciplines suivantes : économie et gestion, droit, psychologie sociale, sociologie et démographie. Certaines de ces branches sont par tradition plus ouvertes aux différentes disciplines et utilisent aussi bien des approches quantitatives que qualitatives : c'est le cas par exemple de la gestion et de la démographie. D'autres comme la psychologie sociale ont constitué un cadre théorique éprouvé par de nombreuses recherches empiriques. Dans le cadre de la présente recherche, il aurait été vain et probablement stérilisant de vouloir bâtir un cadre conceptuel unique, suffisamment précis pour pouvoir être testé empiriquement mais assez large pour englober les différents points de vue disciplinaires. Comme on le verra ci-dessous, chaque chapitre de ce rapport se réfère donc aux paradigmes de la ou des disciplines à laquelle ou auxquelles il appartient. La pluridisciplinarité est, nous l'espérons, plus manifeste dans les recommandations que nous formulons à l'issue de cette recherche.

Résultats attendus

Les résultats attendus de cette recherche sont de plusieurs types : descriptif (quelles sont, par exemple, les actions environnementales effectuées par les producteurs ou par les consommateurs), explicatif (quels sont les facteurs qui déterminent ces actions environnementales), compréhensif (le concept de gestion identitaire permet-il de comprendre le sens de ces pratiques ?) et normatif (quels instruments juridiques pourraient permettre une coopération plus effective entre producteurs et consommateurs en vue de promouvoir des produits plus respectueux de l'environnement, quelles recommandations formuler à l'issue de cette recherche à l'adresse des différents acteurs ?).

Plan de la publication

La structure de cette publication est la suivante :

Après un résumé des méthodologies utilisées dans cette recherche, un premier chapitre présente l'analyse du secteur industriel. Nous y décrivons d'abord les actions développées par les entreprises et les facteurs déterminants menant au développement de ces actions. Sont ensuite présentés les résultats d'une analyse taxinomique, permettant d'identifier des groupes d'entreprises basés sur des variétés de comportements plus ou moins favorables ou engagés dans le développement durable. Des éclairages de cas d'entreprises du secteur du papier complètent cette partie sur les comportements industriels.

Le deuxième chapitre concerne les actions environnementales effectuées par les consommateurs. L'accent est mis sur l'analyse des pratiques mises en place par les ménages pour gérer leurs déchets domestiques : leur analyse détaillée apporte des résultats qui pourraient être étendus à d'autres secteurs de l'éco-consommation. Les déchets étant souvent « achetés » par les consommateurs en même temps que les produits proprement dits, et le fait que les consommateurs apparaissent d'après nos enquêtes peu ou pas conscients de ce lien nous ont amenés à étudier plus en détail les critères formulés par les consommateurs au moment de leurs achats. Ce deuxième chapitre passe aussi en revue les pressions subies ou non par les consommateurs pour poser leurs actions environnementales, leurs autres motivations (éventuellement inconscientes) et les obstacles rencontrés.

Enfin, le troisième chapitre présente les résultats de l'analyse juridique transversale aux deux secteurs de la production et de la consommation.

Nous concluons en résumant les principaux résultats obtenus et nous formulons une série de recommandations à l'attention des différents acteurs du marché, de la production à la consommation, et des acteurs politiques.

De nombreux autres résultats* ont déjà fait l'objet de publications, dont la liste est reprise en annexe.

* Nous tenons à remercier les différents chercheurs qui ont contribué à cette recherche : Nathalie Boucquey, Isabelle Callens, Jérôme Carlens, Christine Dalla Valle, Thierry Gieseler, Jacques Laffineur, Pierre Möerinck, Johanne Mons, Lionel Panafit, Laetitia Wolters.

METHODOLOGIE GENERALE

Marie-Paule Kestemont, Françoise Bartiaux

L'objet de la recherche étant pluri-disciplinaire, les approches sont managériale, juridique, sociologique et de psychologie sociale : elles rassemblent les expertises complémentaires de plusieurs sciences sociales.

Chacun des trois chapitres de cette publication se distingue par une filiation disciplinaire particulière. Le premier chapitre porte sur le secteur de la production et s'inscrit dans les sciences de gestion, tout en adoptant un cadre conceptuel inspiré de la psychologie sociale. Dans le deuxième chapitre, qui relève de la sociologie et de la psychologie sociale, les pratiques des consommateurs sont analysées. Enfin, le troisième chapitre relève du droit et analyse différents instruments juridiques pouvant faciliter la coopération entre les producteurs et les consommateurs afin qu'ils produisent ou achètent davantage des produits plus soucieux de l'environnement.

Cependant, ces différentes approches disciplinaires ont été quelque peu adaptées afin de répondre à deux exigences : que chaque étude (matérialisée par un des trois chapitres) s'intègre dans un tout cohérent, et qu'elle aboutisse à des recommandations aux acteurs politiques ou économiques - cette posture scientifique n'étant pas courante en sociologie et en psychologie sociale -.

Dans les deux premiers chapitres, l'analyse des secteurs de la production et de la consommation a été menée suivant une méthodologie comparable, qui allie d'une part, la collecte à grande échelle et l'analyse statistique de nombreuses données quantitatives, et, d'autre part, le recueil de données qualitatives et leur analyse par des méthodes appropriées. Les données quantitatives offrent une bonne représentativité statistique, un grand échantillon et de nombreuses informations, principalement sur les pratiques et les perceptions des personnes interrogées, les données qualitatives se caractérisent par leur niveau de profondeur. Comme on le verra plus loin, les chapitres 1 et 2 alternent la présentation des résultats obtenus sur la base de l'analyse statistique des données quantitatives et en contrepoint, l'analyse et l'interprétation des données qualitatives. Cette composition à deux voix permet d'apporter au lecteur des exemples, des précisions, des nuances ou un regard complémentaire et insoupçonné par l'autre approche. Chacun de ces chapitres 1 et 2 s'ouvre par une présentation détaillée de la méthodologie suivie.

Le troisième chapitre est consacré à l'analyse juridique transversale aux secteurs de la production et de la consommation et il utilise les méthodes suivantes : inventaire et comparaison des dispositions juridiques belges et européennes, analyse documentaire critique.

CHAPITRE 1 :

Les actions environnementales des producteurs⁴

Isabelle Callens, Jérôme Carlens, Marie-Paule Kestemont

Section 1. Cadre théorique

Soumises à des pressions de plus en plus nombreuses, les entreprises sont amenées à fournir des réponses au challenge environnemental. C'est ainsi qu'elles développent de nouvelles formes de pensée en réponse aux critiques qui leur sont adressées. Ces nouvelles pensées engendrent quant à elles le développement de nouvelles techniques, concepts et formes d'organisation pour être plus à même de tenir compte de la dimension environnementale (Roome, 1992). Toutefois, leur façon de réagir et les actions développées varient fortement d'une industrie à l'autre.

Le concept de "réponse" des entreprises au défi environnemental fut largement développé dans la littérature. De nombreux scientifiques ont élaboré des modèles de réponses et des modèles permettant une classification des entreprises du point de vue environnemental. C'est ainsi qu'on retrouve des dénominations très variées pour les catégories d'entreprises allant du plus classique, avec la dénomination de "pro-active" et "réactive" (Welford, 1995) au plus comique, qui parle "d'autruche" et de "robin des bois" (Ford, 1992). Mais ce n'est pas tant la dénomination qui diffère d'un modèle à l'autre ; ce sont surtout :

- le nombre de dimensions retenues et donc la façon de classifier : soit on ne garde qu'une seule dimension et on établit des étapes le long d'un continuum (di Norcia, 1993 ; van Wassenhove & Corbett, 1991 ; Fischer & Schot, 1993), soit on crée des catégories en fonction de différentes dimensions (Steger, 1993),
- les critères retenus pour chacune des dimensions ou étapes,
- le mode d'agrégation des critères,
- la mesurabilité des critères,
- le fait que le modèle est de type théorique ou empirique.

Malgré ce flou conceptuel, certaines typologies sortent du lot. C'est le cas de celle de Roome (1992) qui est une des plus référencées dans la littérature environnementale. Il compare cinq options stratégiques de management environnemental

1. Non Compliance
2. Compliance
3. Compliance Plus
4. Commercial & Environmental Excellence
5. Leading Edge

⁴ Certaines parties de ce chapitre sont adaptées de Callens (2000), thèse de doctorat issue de la présente recherche.

1. Le premier groupe, **Non Compliance**, est caractérisé par le peu d'importance qu'il concède à l'environnement et son manque de vue à long terme. Les déterminants d'un tel comportement sont selon Roome l'existence d'un conflit entre l'objectif environnemental et les autres objectifs de la firme, un manque de support de la direction, une inertie du management ainsi que des contraintes de coûts.
2. Le deuxième groupe, **Compliance**, est constitué d'entreprises qui n'anticipent généralement pas les problèmes environnementaux. Elles se plient à la législation, législation qui elle-même a déjà tendance à être réactive. Pour ces entreprises, la gestion environnementale ne représente pas une source d'opportunités : elles ne l'intègrent pas pour gagner un avantage compétitif ou de nouveaux marchés, ni dans un objectif de réduction de coûts. Leurs actions se confinent dans des *techniques* de management et des *technologies* exigées par les législations (requis techniques ; mesure d'impacts environnementaux ; respect des limites et standards spécifiés).
3. En plus de développer des techniques managériales et des technologies pour mesurer et contrôler les impacts environnementaux, les entreprises appartenant à la classe **Compliance Plus** mettent en place un système de management environnemental (EMS) pour s'assurer que ces techniques fonctionnent bien. La mise en place de cet EMS engendre souvent un changement organisationnel. Les considérations environnementales sont intégrées dans la mission de l'entreprise et retranscrites dans des manuels. Toute la démarche est formalisée au sein de l'entreprise qui assume ses responsabilités en matière d'environnement. L'entreprise responsabilise toute la structure managériale et nomme des responsables environnementaux.
4. Le groupe **Commercial & Environmental Excellence** se distingue du précédent par sa conviction que le management environnemental constitue un choix stratégique positif. Ses valeurs managériales sont centrées sur la qualité et le changement organisationnel. Cela suppose une croyance au sein de toute l'entreprise que l'environnement revêt une valeur importante lors de toute décision et action. Il s'agit d'entreprises proches de leurs stakeholders, à leur écoute et qui leur répondent.
L'ensemble du personnel de l'entreprise est encouragé à développer une éthique environnementale. La responsabilité incombe à chacun des travailleurs. Les critères de performance et d'évaluation du personnel comprennent la participation à la performance environnementale et économique de l'entreprise. Des routines sont progressivement développées en son sein.
5. Le dernier groupe, **Leading Edge**, est constitué de leaders qui servent d'exemples et qui établissent les standards pour les autres. Ce stade suppose l'adoption de technologies propres, un changement dans les structures et systèmes ainsi qu'un changement de l'éthique et des valeurs individuelles.

Bien que les différents critères d'appartenance à chaque groupe soient clairement exposés, leur mesure ne l'est pas et la plupart ne furent jamais testés empiriquement, exception faite de la typologie de Roome appliquée à quelque 400 entreprises canadiennes par Henriques et Sadorsky (1999). Les dimensions développées dans cette typologie se trouvent être les plus répandues et elles se retrouvent dans de nombreuses autres classifications (Fisher & Schot, 1993 ; Hunt & Auster, 1991 et Welford, 1995).

Un autre critère différenciant ces classifications est leur côté prescriptif ou descriptif. Ainsi la classification de Welford se distingue par son côté "prescriptif" en décrivant ce vers quoi les entreprises devraient tendre et non ce qu'elles font. Dans son « Green Spectrum », il parle par exemple de « firme transcendante ». Cette représentation suppose une évolution allant d'un

changement superficiel à un changement plus radical et fondamental. Cette métamorphose s'opère d'abord par addition de technologies au processus existant (end-of-pipe technology) pour en arriver à la firme transcendante et celle qui réalise un changement économique et sociétal. Il va sans dire que certaines de ces catégories relèvent actuellement encore de la fiction.

Cette typologie, tout comme celle de Nigel Roome (1992), basée sur un continuum sous-entend une hypothèse évolutive c'est-à-dire qu'une entreprise pour arriver à la classe supérieure (l'entreprise éthique) doit être passée par les étapes intermédiaires. Ce modèle de continuum suppose donc que les différentes catégories soient incrémentales. Or, rien ne contraint à une telle antécédence.

A l'instar de Steger (1993) qui a réalisé une typologie sous forme de "classes" ou "répertoires", nous proposons de développer une alternative à ces modèles évolutifs : une mesure taxinomique de répertoires stratégiques.

Un des avantages de cette mesure est de dépasser l'hypothèse évolutive sous-jacente à la mesure continue selon laquelle il n'existe qu'un seul chemin menant à l'entreprise pro-active. Cette hypothèse repose sur une vision déterministe et une rationalité substantielle⁵. Une telle mesure, bien que très répandue et adéquate pour mesurer "l'intensité" de la réponse environnementale (degré de pro-activité), n'est plus suffisante une fois que l'on s'intéresse aux spécificités des différentes réponses environnementales. En effet, dans le cadre des théories non-standards (Favereau, 1989), plusieurs types de réponses peuvent co-exister sans que l'une soit forcément "meilleure" que l'autre et que la spécificité de la réponse dépende de ce qui la motive. Dans une perspective institutionnaliste, la réponse environnementale correspond à un besoin de légitimation auprès de son contexte institutionnel. Dès lors, deux entreprises appartenant à des contextes différents, répondront différemment si les attentes du contexte sont différentes. Par exemple, certaines entreprises sont essentiellement guidées par le marché et leurs consommateurs. Dès lors, il est probable qu'elles entreprendront plutôt des actions de type marketing. D'autres, subissant plus les pressions légales investiront sans doute plus dans les technologies "end-of-pipe", etc. Nous ne voulons pas hiérarchiser ces différents types de comportements, mais seulement les identifier et montrer que leurs différences sont imputables à des motivations ou à des contextes institutionnels distincts.

La figure suivante illustre ces différents types de mesures.

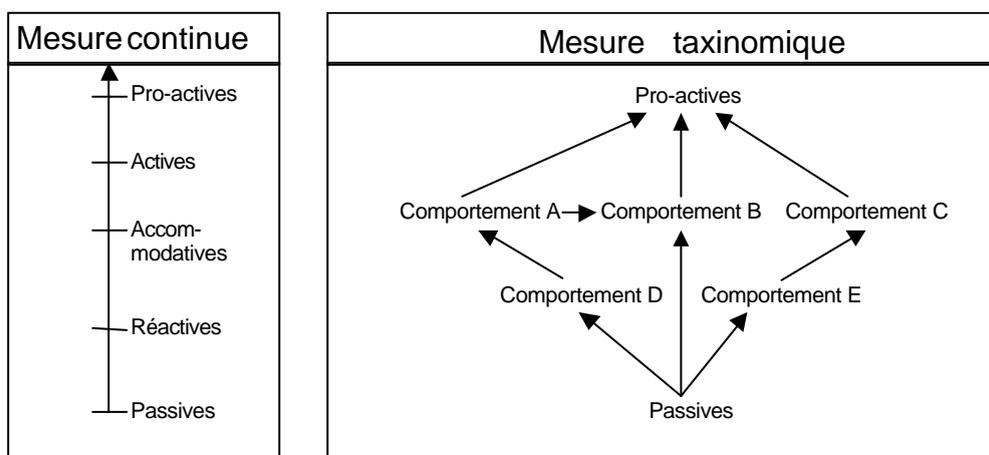


Figure 1.1: Représentation d'une mesure continue et taxinomique de la réponse environnementale

⁵ Il existe une façon de faire plus efficace que les autres. Les entreprises agissent rationnellement et disposent de toute l'information pour choisir ce chemin le plus efficace.

Cette représentation met en évidence un autre inconvénient de la mesure continue : le fractionnement en classes. En effet, à quel score commence et s'arrête une classe donnée ? La mesure taxinomique évite cet arbitrage vu que les regroupements entre entreprises sont réalisés sur base des comportements les plus similaires. Cette mesure permet en outre de hiérarchiser certains comportements : l'entreprise passive qui n'entreprend aucune action environnementale peut être cataloguée moins "verte" qu'une entreprise active.

Section 2. Méthodologie

Afin d'identifier des points d'ancrage pour une politique de développement durable à destination du secteur industriel (que nous relierons avec le secteur de la consommation), nous nous sommes naturellement intéressés à la situation des entreprises belges. Cette évaluation de la situation s'est faite en relation avec le modèle que nous avons élaboré (Callens, 2000) et au travers duquel nous tentons de dégager des « répertoires » de réponses environnementales susceptibles de catégoriser les entreprises et ainsi d'identifier et ajuster au mieux des leviers pour un développement durable dans le secteur de l'industrie. Pour ce faire, nous avons bénéficié de la structure en place du « Baromètre environnemental international des entreprises » ou encore IBEB.⁶ (International Business Environmental Barometer) (Kestemont (1997)). L'objectif de l'IBEB est de fournir de l'information sur les attitudes, actions, résultats et obstacles caractérisant les entreprises dans le domaine de la gestion environnementale. Le modèle de ce baromètre est basé sur les mêmes mots clefs que ceux du schéma de l'OCDE : Pressions-Impacts-Réponses.

L'outil de mesure utilisé est le questionnaire IBEB qui s'articule de la manière suivante, recherchant de l'information dans les dimensions : « attitudes », « systèmes » et « actions », « résultats » et obstacles (voir le questionnaire dans Callens et Wolters, 1998 a).

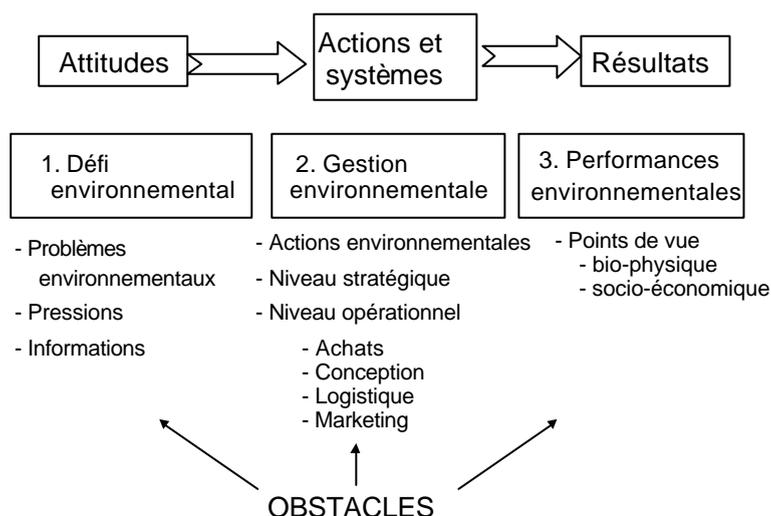


Figure 1.2 : Structure du baromètre

⁶ Le réseau de l'IBEB réunit divers instituts et universités d'Europe et d'Asie. En 1997, les pays dans lesquels l'IBEB a été administré étaient : Allemagne, Autriche, Belgique, Espagne, Finlande, France, Italie, Irlande, Norvège, Pays-Bas, Portugal, Suède, Suisse, Indonésie, Japon, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande.

L'analyse empirique belge s'est faite sur base d'une enquête à grande échelle menée auprès des industriels du secteur manufacturier. L'enquête fut menée durant l'été 1997. Le questionnaire fut envoyé à 3000 entreprises manufacturières belges (sélectionnées par tirage aléatoire), dont 2000 néerlandophones et 1000 francophones. 481 entreprises ont répondu à l'enquête, ce qui représente un taux de réponse de 16%. Divers résultats descriptifs ont fait l'objet de rapports intermédiaires (Callens, Wolters, 1998 a, b, c). Les résultats complets de l'analyse au niveau international se trouvent dans Kestemont, Ytterhus (2000) et des volets plus spécifiques de l'analyse sont développés dans Kestemont, Rivera (2000).

Suite à l'exploitation des informations collectées dans le cadre du baromètre, afin d'étudier les déterminants de la réponse environnementale des entreprises, des études de cas ont été réalisées. Les études de cas, par définition, sont effectuées à titre illustratif. Néanmoins, elles ont permis ici, grâce à l'examen approfondi du comportement d'un petit nombre d'entreprises, d'affiner les résultats obtenus au préalable, de nuancer certains de ceux-ci si nécessaire, et de compléter l'analyse en ce qui concerne certains points particuliers.

C'est la filière industrielle du papier (carton) qui a été choisie pour la réalisation des études de cas. Il s'agit d'un secteur large et diversifié, allant de la fabrication, à partir de bois ou de vieux papiers, jusqu'à la collecte et le recyclage du produit après consommation, en passant par des activités telles que l'édition ou la transformation (façonnage, impression,...). A cette diversité en termes de types d'activités s'ajoute également, comme on peut s'y attendre, une diversité en termes d'impacts environnementaux, de même qu'en termes de nombres d'acteurs concernés.

Sept entreprises ont été rencontrées, généralement très différentes entre elles de par leurs activités et leurs impacts environnementaux, reflétant ainsi la diversité existant au sein de la filière. Ces entreprises ont également été sélectionnées en fonction de l'intensité de leur réponse environnementale, allant de l'entreprise passive à celles plus (pro-)actives.

L'étude a été réalisée sous forme d'interviews enregistrées, grâce à un guide d'interview, dans lequel étaient généralement mentionnées, à priori, pour chaque question, une série de réponses possibles. Les principaux thèmes abordés ont été les suivants :

- les impacts environnementaux des activités de la firme et de ses produits;
- les actions de développement durable entreprises par la firme;
- le rôle des acteurs internes à l'entreprise;
- les acteurs externes qui exercent des pressions sur la firme;
- les motivations de l'entreprise pour entreprendre des actions de développement durable;
- les obstacles qu'elle rencontre;
- les leviers envisageables en faveur d'un développement durable.

Dans un premier temps, l'ensemble des questions ont été posées de façon ouverte. Les éléments de réponse potentiels qui n'auraient pas été mentionnés spontanément ont ensuite été soulevés systématiquement par l'interviewer. La personne rencontrée au sein de l'entreprise était généralement le "responsable environnement", ou la personne ayant l'environnement dans ses attributions.

Les témoignages de ces interviews sont présentés dans les résultats, dans les semi-encadrés qui suivent les analyses de l'enquête quantitative (Baromètre).

Les résultats sont présentés en deux temps. Dans une première partie descriptive du secteur industriel nous présentons une vision globale des actions menées par les industries, des motivations et facteurs d'action, ainsi que des obstacles rencontrés (Section 3). Ensuite, nous

affinons la mesure de la réponse environnementale en tenant compte des particularités de cette dernière et pas seulement de son "intensité" (Section 4) : nous concentrons l'analyse sur la mesure des actions environnementales développées par les entreprises et nous établissons une taxinomie regroupant les firmes qui entreprennent les mêmes actions ; ensuite nous tentons d'expliquer les différences entre groupes d'entreprises par l'activation ou non de certains déterminants.

Section 3. L'état de l'industrie belge en terme environnemental

1. Les actions environnementales

Les différentes actions environnementales que peuvent entreprendre les industries sont analysées ici classées par catégories, en fonction de leur rattachement 1) au domaine de la production, 2) aux autres domaines fonctionnels de l'entreprise, 3) à un ensemble d'actions intégrées ou 4) au système de management environnemental.

1.1. Activités environnementales dans le domaine de la production

Votre entreprise a-t-elle au cours des deux dernières années entrepris des actions concernant?

	Oui	Non	Non pertinent
• le traitement des eaux usées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• la décontamination du sol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• l'aménagement du paysage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• la réduction des risques industriels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• le traitement des rejets atmosphériques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• le traitement de déchets solides	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• la diminution des odeurs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• l'amélioration de l'environnement interne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• la réduction des accidents de travail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

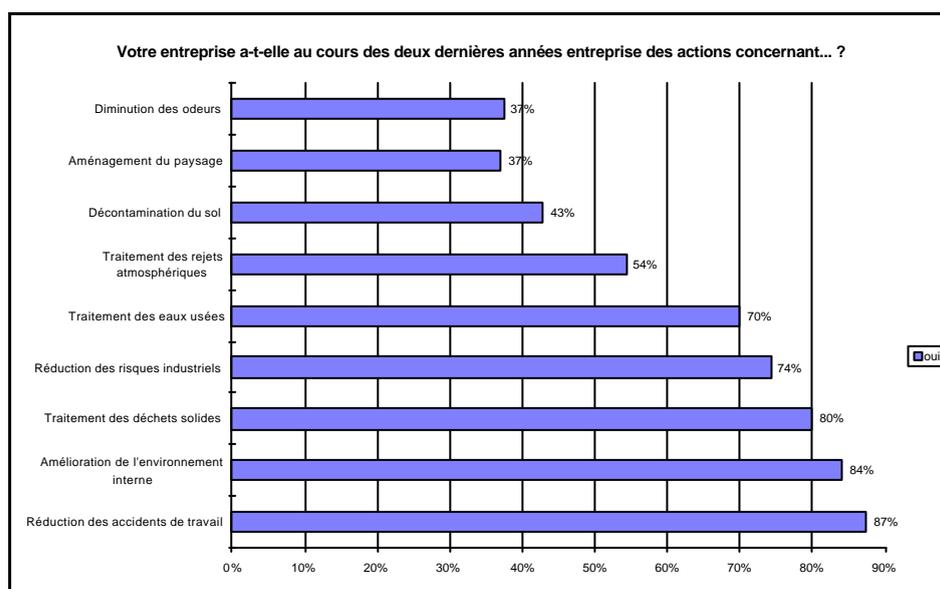


Figure 1.3 : %age d'entreprises ayant développé des actions environnementales en production.

On constate que, après des actions du domaine de la sécurité et hygiène, ce sont des actions de traitement de déchets solides et des eaux usées qui ont le plus souvent été mises en œuvre. Une attention bien moins importante est accordée au traitement des rejets atmosphériques, à la décontamination du sol, à l'aménagement du paysage ou à la diminution des odeurs. Cette constatation est très probablement le résultat de la législation belge. Jusqu'à présent, les autorités publiques se sont surtout concentrées sur les matières "déchets solides" et "eau". Les directives relatives à l'air commencent seulement à être traduites en Belgique. Peu de réglementations relatives aux domaines des sols et du paysage existent à l'heure actuelle. Dans ces domaines, peu d'entreprises se montrent proactives ou anticipatives par rapport à la loi.

1.2. Activités environnementales dans d'autres domaines fonctionnels

Votre entreprise a-t-elle entrepris des actions environnementales dans les domaines suivants ?

	Pas pertinent	Pas du tout	Faiblement	Large-ment
• Achats	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Recherche & Développement (R&D)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Production	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Marketing / Ventes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Logistique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Finance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

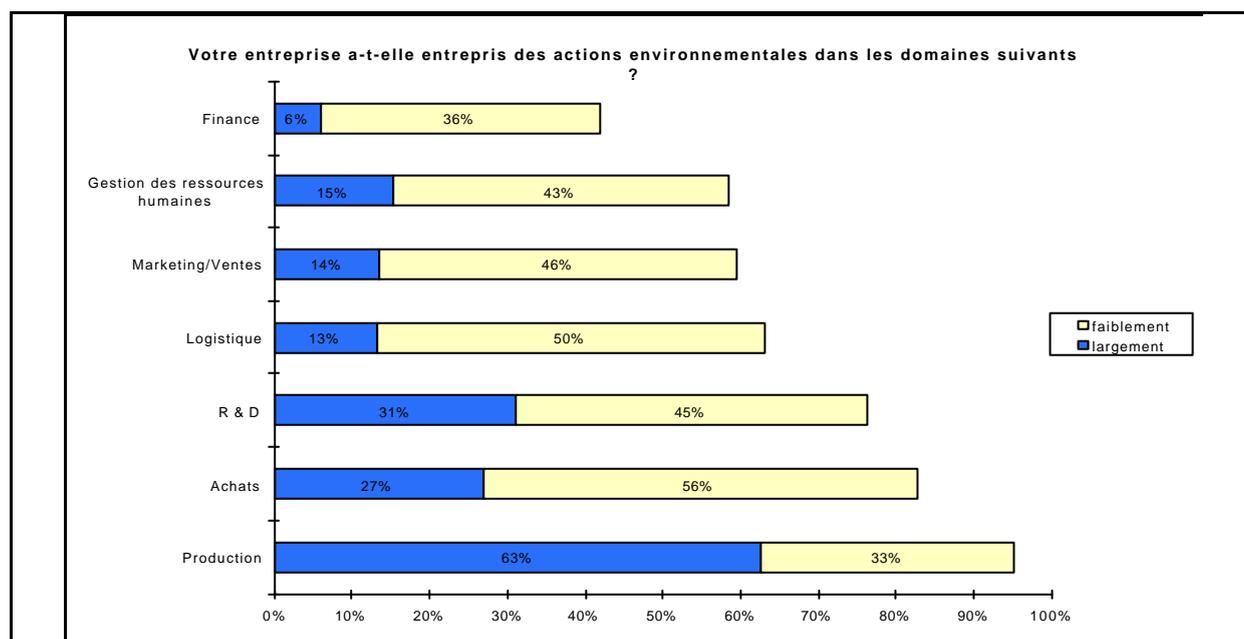


Figure 1.4 : %age d'entreprises ayant développé des actions environnementales dans les différents domaines fonctionnels.

Les entreprises entreprennent le plus d'actions dans le domaine de la production. 63 % des entreprises affirment y avoir largement entrepris des actions environnementales et 33 % dans une plus faible mesure. Néanmoins, les actions environnementales ne sont plus uniquement l'apanage de la production. D'autres domaines sont progressivement concernés en termes de question environnementale tels les Achats, la Recherche et Développement, et ensuite, la Logistique, le Marketing et la Gestion des ressources humaines. Par contre, peu d'actions sont réellement entreprises dans le domaine de la Finance.

Pour cette question, l'observation des réponses de type "non pertinent" est également révélatrice : 38 entreprises seulement déclarent qu'il est "non pertinent" d'entreprendre des actions environnementales dans le domaine de la production ; 74 entreprises affirment la même chose pour le domaine des achats, 88 pour le domaine de la logistique (or, le transport fait partie de la logistique). Le nombre de réponses de type "non pertinent" est nettement plus conséquent dans les domaines restants : 102 pour le domaine de la Recherche et du Développement, 105 pour le domaine des Marketing/ventes, 118 pour le domaine de Gestion des ressources humaines et enfin, 163 pour celui de la Finance : la comptabilité verte ne semble pas encore être inscrite dans les mœurs.

1.3. Actions intégrées

Votre entreprise a-t-elle déjà entrepris une de ces actions environnementales ?

	Oui	Non
• utilisation plus efficace des ressources non renouvelables	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• substitution des inputs peu respectueux de l'environnement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• choix des fournisseurs selon un critère environnemental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• pression sur les fournisseurs pour plus d'actions environnementales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• prise en compte de critères environnementaux en R&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• soucis environnementaux lors de la conception du produit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• optimisation des procédés pour réduire la production de déchets solides	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
la quantité d'eaux usées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
les rejets atmosphériques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le bruit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• utilisation de procédés technologiques propres pour faire des réductions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• recyclage au sein de l'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• utilisation de déchets d'autres entreprises	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• récupération par l'entreprise de ses produits en fin de vie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• mise en place d'un écolabel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• réduction des emballages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• reprise des emballages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• études marketing sur la demande potentielle de produits "verts"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• information des consommateurs sur les produits et/ou procédés "verts"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• réduction des impacts environnementaux liés au transport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• réalisation de "product stewardship" ou de "LCA" (Life Cycle Analysis)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• autres, à spécifier s'il vous plaît : _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

On peut rattacher ces différentes actions aux différents domaines fonctionnels de la façon suivante :

Production :

- optimisation des procédés pour réduire la production de déchets solides
- optimisation des procédés pour réduire la quantité d'eaux usées
- optimisation des procédés pour réduire le bruit
- optimisation des procédés pour réduire les rejets atmosphériques
- utilisation plus efficace de ressources non renouvelables
- recyclage au sein de l'entreprise
- utilisation de procédés technologiques propres

Achat :

- choix du fournisseur selon un critère environnemental
- pression sur les fournisseurs pour plus d'actions environnementales
- utilisation de déchets d'autres entreprises
- substitution des inputs peu respectueux de l'environnement

R & D :

- prise en compte de critères environnementaux en R & D
- soucis environnementaux lors de la conception du produit

Logistique :

- réduction des impacts environnementaux liés au transport

Marketing/ventes :

- réalisation de “product stewardship” ou de “LCA”⁷
- mise en place d’un écolabel
- information des consommateurs sur les produits et/ou procédés verts
- récupération par l’entreprise de ses produits en fin de vie
- reprise des emballages
- réduction des emballages

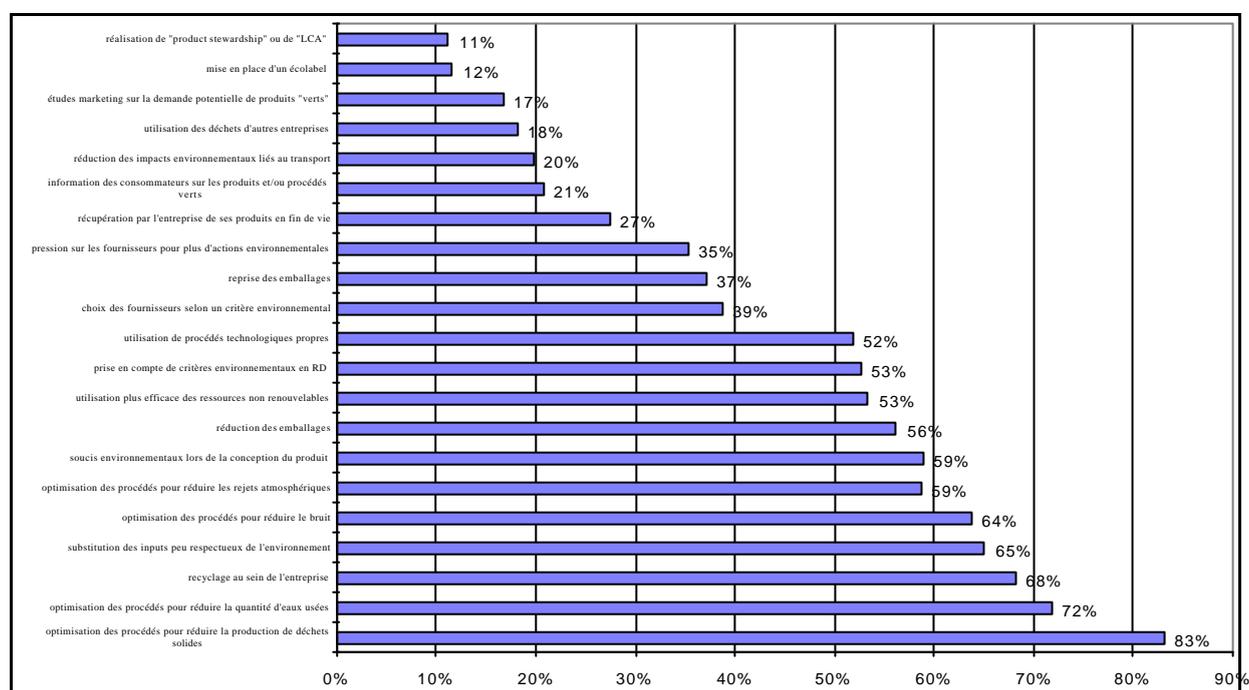


Figure 1.5 : %age d'entreprises ayant développé des actions environnementales intégrées.

A la lumière de ces résultats, on constate que les entreprises agissent principalement au niveau de la production, et ce par optimisation de procédés. C'est l'optimisation des procédés pour réductions des déchets et des eaux usées qui est le plus souvent mise en place par les entreprises (respectivement 83% et 72%) Par contre, l'utilisation de procédés technologiques propres, plus préventifs que “curatifs” n'est déclarée que par 53% des entreprises. Enfin, peu d'actions sur le produit lui-même sont entreprises.

Des actions marketing comme la mise en place d'un écolabel, la réalisation d'un «product stewardship », d'études de marché ou l'information aux consommateurs ne sont développées que par 10 à 20 % des entreprises.

Quant aux impacts environnementaux liés au transport, 20 % des entreprises seulement disent en tenir compte.

⁷ Ces deux outils ont des portées plus larges que le marketing.

Les résultats obtenus lors des études de cas quant aux actions entreprises par les firmes de la filière papier corroborent généralement les résultats précédemment obtenus. La majorité des actions sont en général réalisées dans le domaine de la production. Ici cependant, pratiquement toutes les firmes entreprennent en priorité des efforts afin de diminuer leurs consommations de ressources (énergies non-renouvelables, eau, papier, encres,...) et ensuite, leur production de déchets solides non-valorisés. Dans ce dernier cas, il s'agit cependant plus souvent de recyclage (principalement pour les transformateurs de papier/carton, ces matières étant par nature facilement recyclables au sein même de la filière) que de réduction des quantités produites par optimisation des procédés. Vient ensuite la réduction des émissions aqueuses et atmosphériques (en général par des techniques de type "end-of-pipe"), pour les firmes dont le type d'activités donne lieu à de tels impacts. Il faut noter que deux entreprises pourtant classées dans un même sous-secteur peuvent avoir des impacts très différents, en termes d'émissions, dépendants de la technique utilisée.

Nous remarquons que toutes les firmes concernées, sans exception, entreprennent des actions dans le domaine de la sécurité et de l'hygiène (réduction des accidents de travail, amélioration de l'environnement interne,...). Il s'agit là d'une priorité de longue date, d'ailleurs inscrite très tôt dans la législation appliquée à l'industrie.

Une autre habitude qui semble être passée dans les moeurs de beaucoup d'entreprises du secteur est d'agir au niveau de leurs achats, en exigeant de leurs fournisseurs des produits plus respectueux de l'environnement, ou des produits permettant d'assurer une plus grande sécurité et hygiène.

Par contre, les actions dans d'autres domaines, tels que la R&D, le marketing/ventes, la logistique ou la finance, sont très marginales voire inexistantes parmi les entreprises interrogées. Pour ce qui est des deux premiers domaines, il est vrai que dans ce secteur, chaque entreprise n'est souvent qu'un "maillon" de la chaîne, et ne prend donc en charge que très rarement toutes les étapes, depuis la conception du produit jusqu'à la vente de celui-ci et son éventuelle récupération. On peut cependant citer une initiative de mise en place d'un écolabel par une firme sous la pression d'un marché ou la publication par un éditeur de son produit sous format électronique en plus du format papier, même si cette dernière action n'a pas été entreprise à l'origine pour des raisons environnementales.

En résumé, les grandes tendances mises en évidence auparavant ont été vérifiées lors des études de cas, avec quelques nuances pour certaines, de par les spécificités de la filière industrielle. De même, si les catégories d'actions les mieux représentées dans le domaine de la production sont généralement identiques à celles entreprises de façon générale par l'industrie, la hiérarchisation de ces catégories est sensiblement différente ici, de par les caractéristiques du secteur, comme la possibilité de diminuer les consommations d'inputs coûteux ou de recycler ses déchets au sein de la filière.

1.4. Systèmes de management environnemental

Quelles procédures ont été établies au sein de l'entreprise pour la mise en oeuvre d'un management environnemental?

	Oui	Envi- sagé	Non
• L'entreprise a une politique environnementale écrite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise a formalisé une procédure afin d'identifier les requis légaux pertinents	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise effectue un audit/bilan environnemental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise s'est fixé des objectifs environnementaux mesurables	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise a établi un programme pour atteindre ses objectifs environnementaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

• Les responsabilités pour mettre en oeuvre le programme environnemental ont été clairement définies	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise a un programme de formation sur l'environnement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise sensibilise son personnel aux les problèmes environnementaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise a un système d'audit pour vérifier le fonctionnement du programme environnemental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Les objectifs environnementaux sont revus périodiquement dans un but d'amélioration continue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise analyse les coûts et bénéfices environnementaux de ses décisions stratégiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise analyse les impacts environnementaux de toutes ses activités	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise publie un rapport environnemental séparé	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise inclut des informations environnementales dans son rapport annuel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• La personne responsable de l'environnement fait partie du top-management	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise participe à des tables rondes, discussions avec d'autres acteurs concernés par les questions environnementales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise est certifiée selon des normes qualité (ISO 9000 ou similaires)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• L'entreprise a mis en oeuvre un système de management environnemental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si oui ou envisagé, spécifiez (Iso 14001; EMAS...) : -----			

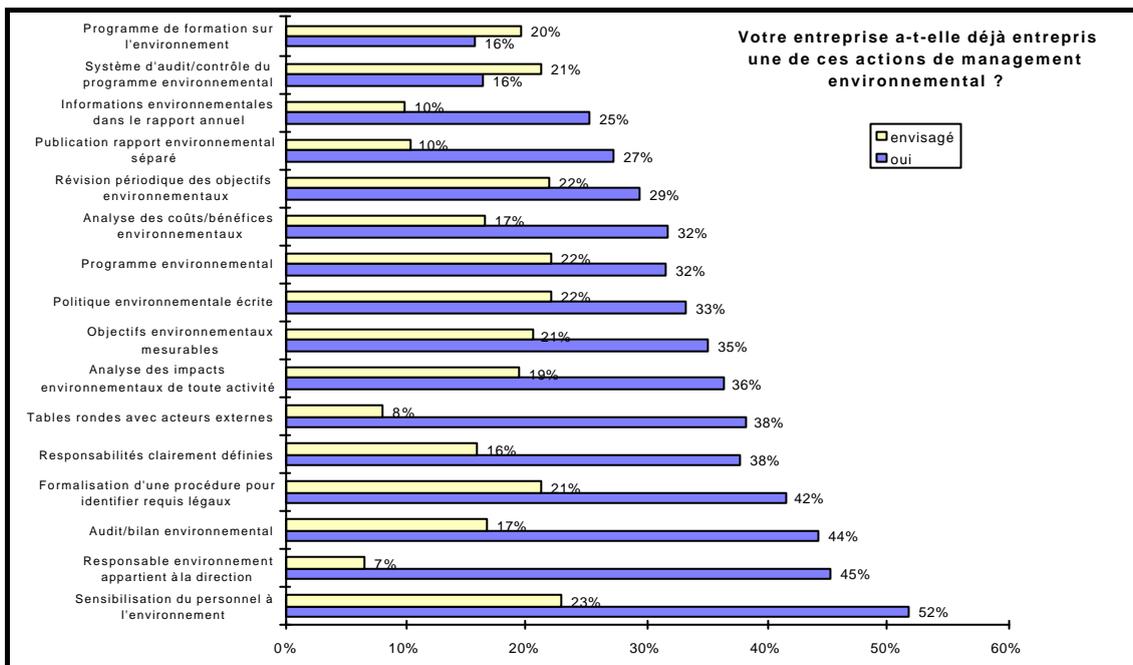


Figure 1.6 : %age d'entreprises ayant développé des actions pour un management environnemental.

Les actions les plus souvent déclarées pour un management environnemental semblent être les plus informelles et vagues.

Ainsi, on constate que l'action la plus souvent menée est la "sensibilisation du personnel à l'environnement". En effet, 52 % des entreprises affirment le faire. Ce qui est plus étonnant et donc interpellant, c'est que seulement 16 % des entreprises interrogées affirment avoir un "programme de formation sur l'environnement". On retrouvera cette situation à plusieurs reprises : les entreprises semblent en général plus favorables à entreprendre des actions précises et ponctuelles plutôt qu'à mettre en place des routines ou systèmes pour un management environnemental ou à informer le public de manière systématique (rapport environnemental, information environnementale dans le rapport annuel), ce qui exige

évidemment une « action continue » ou encore, un « suivi permanent ». La seule formalisation que les entreprises semblent accomplir a un lien direct avec les exigences législatives. En effet, 42 % des entreprises certifient avoir formalisé une procédure pour identifier les pré-requis légaux⁸.

Par ailleurs, 45 % des entreprises affirment que la personne responsable de l'environnement appartient à la direction. Beaucoup d'entre elles (44 %) ont commencé par diagnostiquer leur situation environnementale par un audit/bilan environnemental. 33 % ont une politique environnementale et 32% un programme environnemental, mais 16% seulement vérifient et contrôlent ce programme environnemental.

En ce qui concerne la communication vers l'extérieur, 27% des entreprises publient un rapport environnemental séparé et 25% intègrent de l'information environnementale dans le rapport annuel. Il est intéressant de constater que 38% des entreprises affirment assister à des tables rondes avec des acteurs externes. De plus en plus d'entreprises font en effet partie de forums de discussion ou participent à l'ébauche de projets de lois. Certaines entreprises, par exemple, prennent part au processus de consultation de l'industrie par l'Administration en étant représenté dans différents comités environnementaux et lors d'actions de groupe, non seulement aux niveaux belge et régional, mais aussi au niveau européen.

Enfin, il est intéressant de noter que presque un quart des entreprises ayant répondu n'entreprennent aucune action de management environnemental. Callens et Wolters (1998, f.) ont montré que ce groupe d'entreprises est majoritairement constitué de P.M.E.

Les actions systématiques de management environnemental parmi les firmes rencontrées sont en effet généralement peu répandues. Deux d'entre elles sont cependant certifiées ISO14000, une troisième l'envisage dans un futur proche. Parmi les avantages évoqués d'un système de management environnemental, on retrouve notamment l'implication du personnel ou la possibilité de "consigner par écrit un savoir, une expérience". La nécessité de répondre à une exigence du marché a également été citée.

Si la sensibilisation du personnel aux questions environnementales semble être largement répandue, seules les firmes certifiées de l'échantillon ont mis en place un programme de formation en la matière. A l'heure actuelle, les programmes de formation couramment organisés en entreprises concernent plutôt la sécurité et parfois la qualité.

Quant à la communication vers l'extérieur, aucune des firmes interrogées ne publie de rapport environnemental. Une volonté d'ouverture s'observe parfois cependant, par l'intermédiaire de visites d'entreprises. Enfin, les entreprises les plus concernées par les contraintes législatives discutent généralement avec les autorités responsables, directement ou par l'intermédiaire de fédérations. On constate à ce propos le rôle important joué par celles-ci : elles représentent les entreprises et les conseillent aussi en ce qui concerne les questions environnementales, jusqu'à parfois influencer fortement leur façon de voir et d'agir.

A l'heure actuelle, on peut considérer sans trop se tromper que, dans le cas de la majorité des entreprises, les actions de "développement durable" se résument effectivement aux seules actions environnementales. Le développement durable, concept relativement récent, qui tente d'intégrer les dimensions sociales, économiques et environnementales des activités humaines, est encore mal connu, mal compris ou peu pris en considération. Ses principes sont encore loin d'être mis en pratique par toutes les entreprises au sein de leurs politiques et actions.

⁸ Nous verrons ultérieurement que c'est d'abord par le législateur (régional, national, international) que les entreprises se sentent poussées à entreprendre des actions environnementales.

Interrogées à propos de leur définition du concept de “développement durable”, il s’est avéré que la plupart des personnes rencontrées ont une vision assez réductrice de celui-ci, qui se limite dans la plupart des cas à des questions environnementales. En outre, l’accent était en général mis sur telle ou telle mesure en fonction des activités propres à la firme en question (“diminuer les rejets”, “limiter la consommation de matières premières”). L’idée de “prévention” a également été citée dans certains cas, tandis qu’il est souvent reconnu qu’agir en faveur de l’environnement est lié à une diminution des coûts.

Seules deux personnes ont mentionné spontanément les trois dimensions du développement durable (“être compétent, et donc compétitif dans les trois axes”, “intégrer ces éléments dans la gestion quotidienne de l’entreprise”).

Enfin, le phénomène de “mode” a parfois aussi été évoqué (« inscrire sa société dans l’air du temps »).

2. Les déterminants de la réponse environnementale

Après avoir évoqué les actions environnementales, nous nous intéressons aux moteurs du changement, plus précisément aux déterminants internes des entreprises, aux pressions des stakeholders perçues par elles ainsi qu’aux obstacles déclarés.

2.1. Les déterminants internes de l’entreprise pour une réponse environnementale

Évaluez les raisons majeures poussant votre entreprise à envisager ou à entreprendre des actions environnementales aujourd’hui (ne cochez qu’une seule case pour chaque raison S.V.P.)⁹

	Pas pertinent	Pas important	Peu important	Assez important	très important
• Respect des réglementations	<input type="checkbox"/>				
• Amélioration de l’image de l’entreprise	<input type="checkbox"/>				
• Diminution des coûts	<input type="checkbox"/>				
• Convictions de la direction	<input type="checkbox"/>				
• Préparation à un positionnement	<input type="checkbox"/>				
• Prévention des incidents	<input type="checkbox"/>				
• Opportunité de nouveaux marchés	<input type="checkbox"/>				
• Conséquence d’une expérience environnementale négative	<input type="checkbox"/>				
• Préservation de l’environnement pour les générations futures	<input type="checkbox"/>				
• Autres, à spécifier s.v.p. : -----					

Le tableau suivant reprend la moyenne, l’écart type, le mode ainsi que les pourcentages de réponses “non pertinent” et “pas important”. Les différents incitants sont classés en ordre décroissant de moyenne.

⁹ Echelle : 0 = pas pertinent ou pas important ; 1 = peu important ; 2 = assez important ; 3 = très important.

	<i>Moyenne</i>	<i>Ecart-type</i>	<i>Mode</i>	<i>Non pertinent (en %)</i>	<i>Pas important (en %)</i>
<i>Diminution des coûts</i>	1,759	1,088	2	11,2	7,9
<i>Préservation de l'environnement pour les générations futures</i>	1,683	0,996	2	6,5	10,6
<i>Amélioration de l'image de l'entreprise</i>	1,427	0,939	2	7,2	12,7
<i>Prévention des incidents</i>	1,458	1,098	2	12,1	14,7
<i>Préparation à un positionnement stratégique</i>	1,043	1,005	0	14,2	25,8
<i>Opportunité de nouveaux marchés</i>	0,830	0,980	0	20,9	29,6
<i>Conséquence d'une expérience environnementale négative</i>	0,719	0,973	0	33,5	24,4

Tableau 1.1 : Statistiques de base des déterminants internes

A l'analyse des diverses statistiques, il apparaît que les deux raisons majeures évoquées par les entreprises sont la diminution des coûts et la préservation de l'environnement pour les générations futures. Ce résultat ne signifie cependant pas que la perception d'une réduction de coûts liée à l'action environnementale justifie la pro-activité environnementale. En effet, nous ne savons pas encore quelles sont les entreprises qui ont mis en avant cet argument. Les motivations évoquées semblent donc d'abord économiques et éthiques. Viennent ensuite les volontés d'amélioration de l'image de marque et de prévention d'incidents.

Soulignons que peu d'entreprises considèrent que l'environnement puisse constituer une opportunité de marché. En effet, 25,8 % des entreprises trouvent que cet incitant potentiel n'est pas important et 14,8 % ne l'envisagent même pas (non pertinent).

Enfin, la prise en compte de l'environnement est rarement le résultat d'une expérience environnementale négative.

Les résultats obtenus lors des études de cas quant aux motivations des entreprises pour entreprendre des actions environnementales ne diffèrent pas fondamentalement de ceux issus de l'enquête à grande échelle du baromètre. Quelques exceptions notables doivent cependant être signalées. La principale concerne l'importance accordée à l'argument éthique, autrement dit, la "préservation de l'environnement pour les générations futures". Lors des interviews réalisées, rappelons que la question des motivations a été posée de façon ouverte dans un premier temps, c-à-d en laissant les personnes interrogées citer spontanément les motivations principales de leur entreprise. Il s'est avéré que seules deux personnes ont cité spontanément l'argument éthique et que, dans un cas, celui-ci constituait la motivation citée en troisième place, dans l'autre en quatrième place. Ceci contraste avec les résultats du baromètre, basés sur les réponses à un questionnaire à choix multiples. Aussi, l'importance accordée par les firmes à cet argument devrait sans doute être fortement relativisée.

Quoi qu'il en soit, c'est bien la diminution des coûts qui représente, pour la majorité des entreprises interrogées, la première motivation. Il s'agit donc ici d'un souci de rationalisation, grâce à des mesures de réduction des consommations, de recyclage des "déchets", etc., qui profite à l'environnement.

Vient ensuite l'amélioration de l'image de l'entreprise, incitant suivi de très près par des motivations d'ordre stratégique. Parmi celles-ci, on peut distinguer deux types de raisons également à l'origine de l'action des firmes, et qui correspondent aux principales pressions

exercées sur elles par des acteurs externes, à savoir leurs clients (ou le marché) et les autorités publiques (à travers la législation) : soit il s'agit pour la firme de se préparer aux exigences futures du marché, de les devancer, souvent dans un but souvent de réduction d'incertitude (un exemple-type serait la mise en place d'un système ISO14000, sachant qu'à l'avenir les clients exigeront de plus en plus ce type de mesure de leurs fournisseurs), soit il s'agit d'anticiper la législation à venir, sur base du fait que celle-ci sera toujours de plus en plus contraignante. Ce sont bien là des incitants à caractère stratégique, les entreprises étant en général bien conscientes qu'il y va réellement de leur survie et que, si elles devaient négliger ce fait, elles pourraient bien un jour être laissées sur le côté au profit de la concurrence ou devoir fermer leurs portes tout simplement ("Ou l'entreprise évolue dans le domaine environnemental, cherche à s'améliorer constamment, ou elle finira par disparaître"). Ces raisons stratégiques semblent jouer un rôle plus important ici que pour l'industrie en général, ceci étant sans doute lié au type de pressions exercées sur les firmes de la filière, et dont nous reparlerons plus loin.

A l'opposé de ces cas fréquents où la survie de l'entreprise n'est possible que si elle agit de façon "durable", il faut également citer le cas, très marginal il est vrai dans l'échantillon observé, de firmes dont la survie financière passe avant les actions de développement durable. Ces entreprises, les plus passives parmi le lot, évoluent généralement dans un marché où la concurrence est féroce, et ne connaissent parfois que peu de pressions externes en matière d'environnement.

En résumé, remarquons donc que la première motivation, la diminution des coûts, relève plutôt de la recherche d'une meilleure rentabilité à court terme, les autres motivations importantes, l'image et le positionnement stratégique, relevant elles plus d'une politique de moyen à très long terme (« Les mesures prises pour l'environnement, la sécurité, la qualité, sont des mesures prises pour assurer la rentabilité de l'entreprise »).

D'autres motivations ont bien sûr également été citées, mais de façon plus marginale. Ainsi, la prévention des incidents, motivation également bien présente mais quelque peu reléguée au second plan, car plutôt associée au domaine plus restreint de la sécurité et de l'hygiène. En outre, pour deux firmes, les résultats positifs d'une démarche similaire, dans le domaine de la qualité en l'occurrence, ont constitué un incitant supplémentaire à l'action environnementale (certification ISO). La motivation du personnel ou la mise en place d'une "culture d'entreprise" ont aussi été citées à deux reprises, tout comme la conséquence d'une expérience environnementale négative. Quant à l'opportunité de nouveaux marchés, il n'y a pour ainsi dire jamais été fait référence, confirmant l'observation faite à plus grande échelle.

2.2. Les pressions des stakeholders perçues par les entreprises

Lorsque votre entreprise envisage/décide d'entreprendre une action environnementale, quelle est l'influence des facteurs de pression suivants ? (ne cochez qu'une seule case pour chaque facteur S.V.P.)¹⁰

	Pas d'influence	Peu d'influence	Une certaine influence	Assez bien d'influence	Beaucoup d'influence
• Concurrence	<input type="checkbox"/>				
• Associations de consommateurs	<input type="checkbox"/>				
• Consommateurs	<input type="checkbox"/>				
• Distributeurs	<input type="checkbox"/>				

¹⁰ Echelle : 0 = pas d'influence ; 1 = peu d'influence ; 2 = une certaine influence ; 3 = assez bien d'influence ; 4 = beaucoup d'influence.

• Direction	<input type="checkbox"/>				
• Employés	<input type="checkbox"/>				
• Syndicats	<input type="checkbox"/>				
• Organisations environnementales	<input type="checkbox"/>				
• Banques	<input type="checkbox"/>				
• Compagnies d'assurance	<input type="checkbox"/>				
• Accords volontaires	<input type="checkbox"/>				
• Population locale	<input type="checkbox"/>				
• Réglementations régionales	<input type="checkbox"/>				
• Réglementations nationales	<input type="checkbox"/>				
• Instances internationales	<input type="checkbox"/>				
• Actionnaires/Propriétaires	<input type="checkbox"/>				
• Presse/Média	<input type="checkbox"/>				
• Institutions scientifiques	<input type="checkbox"/>				
• Fournisseurs	<input type="checkbox"/>				

Le tableau suivant reprend les facteurs de pression classés en ordre décroissant de moyenne. On y retrouve les statistiques de base tels l'écart type, le mode et le pourcentage de réponses "pas important" correspondant.

	<i>Moyenne</i>	<i>Ecart-type</i>	<i>Mode</i>	<i>Pas important (en %)</i>
<i>Réglementations nationales</i>	2,737	1,23	4	8,6
<i>Réglementations régionales</i>	2,574	1,256	3	9,8
<i>Direction</i>	2,298	1,248	3	12,4
<i>Actionnaires/Propriétaires</i>	1,970	1,394	2	20,9
<i>Employés</i>	1,912	1,080	2	11,6
<i>Instances internationales</i>	1,808	1,293	2	21,3
<i>Population locale</i>	1,784	1,261	2	21,1
<i>Organisations environnementales</i>	1,708	1,185	1	17,6
<i>Accords volontaires</i>	1,635	1,221	2	24,7
<i>Presse/Média</i>	1,525	1,196	1	23,9
<i>Consommateurs</i>	1,492	1,242	0	27,7
<i>Syndicats</i>	1,422	1,102	2	25,8
<i>Compagnies d'assurances</i>	1,397	1,147	0	28,1
<i>Concurrence</i>	1,341	1,236	0	33
<i>Organisations de consommateurs</i>	1,195	1,122	0	33,7
<i>Institutions scientifiques</i>	1,177	1,010	1	31,2
<i>Distributeurs</i>	1,112	1,099	0	36
<i>Fournisseurs</i>	0,902	0,959	0	43
<i>Banques</i>	0,769	0,911	0	49,4

Tableau 1.2 : Statistiques de base des déterminants externes

Le principal incitant pour une action environnementale est le législateur national. Nous obtenions déjà le même résultat en 1996 (Callens et Obsomer, 1997). Les réglementations nationales ont une influence importante aussi bien sur les grandes entreprises que sur les P.M.E. En fait, le législateur national apparaît être, d'après les résultats, le seul intervenant ayant quelque influence sur les petites entreprises, à savoir celles employant moins de 50 personnes. Seules 8,6 % des PME affirment ne ressentir aucune pression des réglementations nationales. Deux explications sont possibles : soit elles ne sont pas concernées par la

législation (entreprise trop petite, activité peu polluante,...), soit elles sont « en avance » sur la législation et n'en ressentent donc pas la pression.

Les réglementations régionales exercent elles aussi une pression considérable sur les entreprises. 9,8 % seulement des entreprises n'en ressentent aucune pression. Ce résultat paraît tout à fait logique. En effet, depuis 1993 les matières environnementales ont été régionalisées pour la plupart.

En général, on constate que les entreprises de plus grande taille sont influencées de manière plus conséquente aussi bien par un seul intervenant que par plusieurs à la fois. Cette constatation va de pair avec le fait que ces entreprises sont tout simplement plus visibles que les autres (Callens, Wolters 1998 b).

Les acteurs internes à l'entreprise commencent à avoir une certaine influence en ce qui concerne les questions environnementales. En effet, la direction, les actionnaires/propriétaires et les employés se trouvent parmi les acteurs les plus influents en cette matière. Les employés ont un pouvoir relativement similaire dans toutes les entreprises de plus de 50 personnes. Les syndicats exercent, par contre, une influence plus faible en cette matière. Ils ne la ressentent très probablement pas encore comme une priorité et de plus, dans certains cas, la protection de l'environnement peut aller à l'encontre de l'emploi.

La population locale semble également exercer une certaine pression sur les entreprises. Si auparavant, la population locale était économiquement très dépendante de l'industrie, ce n'est plus le cas à l'heure actuelle : elle tolère de moins en moins les nuisances (bruit, odeurs, poussières, ... De plus en plus d'industries prennent les devants et tentent d'établir de bonnes relations avec la population locale. C'est le cas par exemple du Groupe pétrochimique PetroFina qui a développé récemment des conseils de voisinage ou "Community Advisory Panels" dans ses sites de production. Ceux-ci sont un outil de dialogue avec la communauté voisine et permettent aux sites de production de donner de l'information sur leurs activités et/ou changements. Ces conseils sont composés de responsables d'usines et de représentants, officiels ou spontanés, de la population locale.

Les intervenants tels que les organisations environnementales, la presse, les médias, exercent davantage d'influence que les facteurs de marché (fournisseurs, concurrence, distributeurs, consommateurs et institutions financières). Près de 30 % des entreprises ne ressentent aucune pression venant des distributeurs, des consommateurs, des associations de consommateurs, des concurrents ni des compagnies d'assurances. Les institutions financières figurent parmi les facteurs de pression les plus faibles.

Les études de cas réalisées ont permis de mettre en évidence les principales pressions à l'oeuvre dans la filière du papier, illustrant le fait qu'en comparaison avec les résultats globaux obtenus pour toute l'industrie, certaines pressions sont plus ou moins accentuées lorsque l'on examine uniquement un secteur bien précis. A noter que les études de cas ont surtout pris en considération les pressions venant d'acteurs externes à la firme. Le rôle joué par les acteurs internes a également été étudié, mais séparément.

La pression la plus forte qui se fait sentir est, tout comme dans les résultats du baromètre, la législation environnementale, avec une nette prédominance de la législation régionale. L'intensité de cette pression réglementaire est généralement différente en fonction de l'activité de l'entreprise (une firme dont les activités ont plus d'impact sur l'environnement étant, logiquement, soumise à une législation plus contraignante, et inversement).

L'autre grande pression est celle exercée par les clients industriels. Les interviews ont mis en évidence des exemples très clairs d'actions environnementales mises en place à la demande

des clients. Cette pression semble plus spécifique au secteur étudié, la filière étant composée de nombreux maillons, chacun d'eux étant susceptible d'exercer une pression sur son fournisseur plus en amont ("vous ne faites pas l'environnement tout seul, c'est la chaîne complète qui doit agir"). En outre, les fabricants et transformateurs d'emballages en carton, par exemple, sont d'habitude plus exposés aux pressions de ce type : le client a souvent des exigences quant aux caractéristiques du produit destiné à être le contenant de son propre produit.

Viennent ensuite les pressions exercées par les riverains ("nous essayons de tenir en compte les remarques des riverains ... dans la mesure du possible"), même si leur force varie en fonction de l'activité de l'entreprise (des nuisances qui y sont liées) et de sa localisation (zone urbaine densément peuplée vs zoning industriel). Les compagnies d'assurance peuvent également jouer un rôle, bien que ce soient alors plutôt la sécurité et l'hygiène qui sont les domaines visés en priorité.

Ont également été citées, mais de façon plus marginale, les "pressions" exercées par les fournisseurs, lorsque ceux-ci incitent par exemple leurs clients à utiliser tel produit ou telle technique plus respectueux de l'environnement. D'autre part, dans le cas d'une entreprise au moins, le facteur externe qui l'a poussée à diminuer notablement sa consommation de matières premières a été l'augmentation soudaine et importante du prix d'achat de ces matières.

La pression venant des concurrents est réelle pour la moitié des firmes interrogées, mais elle doit plutôt être vue comme une pression indirecte : il s'agit du cas où la firme agit dans un but stratégique (certification, écolabel, p.ex.), afin de conserver ses parts de marché.

Les organisations environnementales et les médias, par contre, n'ont pour ainsi dire jamais été cités par les firmes rencontrées.

Le cas d'une pression "en chaîne" a été clairement observé, à savoir une pression qui trouvait son origine chez le consommateur final. En réponse, l'entreprise visée a alors à son tour exercé des pressions sur ses fournisseurs.

Signalons enfin le cas rencontré d'une entreprise du secteur sur laquelle quasiment aucune pression extérieure ne s'exerçait.

Pour ce qui est du rôle joué par les acteurs internes à l'entreprise, les entreprises ont été interrogées à propos de la volonté et de l'influence de chaque type d'acteurs internes. Il en est ressorti que les actions environnementales, du moins les plus importantes, sont généralement mises en place suite à une volonté de la direction de la firme (ou parfois du groupe lorsqu'il s'agit de multinationale), bien que pour certaines actions l'initiative soit prise d'abord par le service environnement, voire les employés. La décision d'agir ou non relève quant à elle presque systématiquement de la direction, du moins lorsque l'action implique des investissements non-négligeables. Dans ce cas, le rôle du service environnement se limite en général à un travail de propositions et de conseils.

2.3. Les obstacles à la mise en œuvre d'actions environnementales

Identifier les obstacles à la mise en œuvre d'un management environnemental constitue également une source d'information importante et nous permet d'appréhender le concept de "contrôle perçu" ou plus précisément "non-contrôle perçu". L'identification de ces obstacles nous permet également de repérer les différents groupes ou types d'entreprises faisant face aux mêmes difficultés et de développer des outils permettant de les lever.

Évaluez le rôle des obstacles suivants dans la mise en oeuvre d'un management environnemental dans l'entreprise.¹¹

	Pas de rôle	Rôle faible	Rôle moyen	Rôle important	Rôle très important
• manque d'information sur les solutions disponibles	<input type="checkbox"/>				
• manque de solutions techniques envisageables	<input type="checkbox"/>				
• impossibilité de mesurer les résultats	<input type="checkbox"/>				
• trop d'incertitude	<input type="checkbox"/>				
• manque de soutien de la direction	<input type="checkbox"/>				
• manque de ressources humaines qualifiées	<input type="checkbox"/>				
• manque de financement	<input type="checkbox"/>				
• demande faible pour les produits "verts"	<input type="checkbox"/>				
• trop cher	<input type="checkbox"/>				
• pas d'avantages concurrentiels	<input type="checkbox"/>				
• réglementations trop floues	<input type="checkbox"/>				
• manque de motivation du personnel	<input type="checkbox"/>				
• incompatibilité avec d'autres objectifs prioritaires	<input type="checkbox"/>				
• manque de coopération entre entreprises	<input type="checkbox"/>				
• pas assez de pouvoir au "responsable" environnement	<input type="checkbox"/>				
• conflit entre les départements de l'entreprise	<input type="checkbox"/>				
• manque de transparence et de visibilité	<input type="checkbox"/>				
• amendes insignifiantes	<input type="checkbox"/>				
• lourdeur de la structure de l'entreprise face au changement	<input type="checkbox"/>				
• produit "vert" coûte plus cher	<input type="checkbox"/>				
• produit "vert" est de moins bonne qualité	<input type="checkbox"/>				
• délais d'adaptation à la réglementation trop courts	<input type="checkbox"/>				
• autres obstacles, à spécifier :	<hr/>				

Le tableau suivant reprend les obstacles classés en ordre décroissant de moyenne. On y retrouve les statistiques de base tels l'écart type, le mode et le pourcentage de réponses "pas important" correspondant.

	<i>Moyenne</i>	<i>Ecart-type</i>	<i>Mode</i>	<i>Pas important (en %)</i>
<i>Trop cher</i>	2,346	1,216	3	10,5
<i>Manque de solutions techniques envisageables</i>	2,089	1,134	3	11,6
<i>Réglementations trop floues</i>	2,018	1,218	2	13,8
<i>Pas d'avantages concurrentiels</i>	2,002	1,259	3	17,6
<i>Manque de financement</i>	1,982	1,336	3	18,5
<i>Manque d'information sur les outils disponibles</i>	1,936	1,065	2	12
<i>Incompatibilité avec d'autres objectifs prioritaires</i>	1,837	1,239	3	19,8
<i>Demande faible pour les produits "verts"</i>	1,727	1,303	0	25,2
<i>Produit "vert" coûte plus cher</i>	1,725	1,346	0	26,6
<i>Trop d'incertitude</i>	1,706	1,135	2	17
<i>Délais d'adaptation à la réglementation trop courts</i>	1,686	1,277	0	25,4
<i>Impossibilité de mesurer les résultats</i>	1,670	1,087	2	17
<i>Manque de motivation du personnel</i>	1,614	1,109	2	18,4
<i>Manque de ressources humaines</i>	1,562	1,226	2	25,7

¹¹ Echelle : 0 = pas de rôle ; 1 = rôle faible ; 2 = rôle moyen ; 3 = rôle important ; 4 = rôle très important.

<i>qualifiées</i>				
<i>Pas assez de pouvoir au "responsable" environnement</i>	1,454	1,183	0	28,2
<i>Manque de soutien de la direction</i>	1,453	1,395	0	34,2
<i>Manque de transparence et de visibilité</i>	1,387	1,204	1	28,9
<i>Lourdeur de la structure de l'entreprise face au changement</i>	1,350	1,183	0	31,8
<i>Manque de coopération entre entreprises</i>	1,322	1,134	0	30,3
<i>Produit "vert" est de moins bonne qualité</i>	1,203	1,303	0	41,8
<i>Amendes insignifiantes</i>	1,124	1,138	0	39,2
<i>Conflit entre les départements des entreprises</i>	0,922	1,076	0	46,8

Tableau 1.3 : Statistiques de base des obstacles perçus

On peut répartir les obstacles en deux catégories principales :

- les obstacles externes à l'entreprise (fond blanc dans le tableau)
- les obstacles internes à l'entreprise (fond gris dans le tableau).

En observant les valeurs moyennes, on constate que l'obstacle majeur est d'ordre financier. La majorité des entreprises estiment que le coût de mise en œuvre d'un management environnemental joue un rôle important.

Nous constatons que les six obstacles les plus importants sont tous externes à l'entreprise. Ils sont d'ordre financier ("trop cher" et "manque de financement"), d'ordre technique ("manque de solutions techniques envisageables"), le résultat d'une information insuffisante ou peu claire ("réglementations trop floues", "manque d'information sur les outils disponibles"), ainsi que dûs à un manque d'avantage concurrentiel possible ("pas d'avantages concurrentiels"). Si on prend les quatre obstacles suivants ("incompatibilité avec d'autres objectifs prioritaires", "demande faible pour les produits verts", "produit vert coûte plus cher" et "trop d'incertitude"), on constate qu'ils relèvent encore des mêmes raisons. En effet, on peut aisément imaginer que les objectifs financiers restent prioritaires et soient parfois perçus comme étant incompatibles avec les investissements environnementaux.

Il est également intéressant de noter que la majorité des entreprises ne ressentent pas fortement d'obstacles et que ceux-ci ne jouent qu'un rôle moyen dans la mise en place ou non d'un management environnemental. En effet, la moyenne générale du rôle joué par les obstacles est de 1,642, c'est-à-dire comprise entre "rôle faible" et "rôle moyen". Cette moyenne générale constitue étonnamment une quasi frontière entre les obstacles internes et externes à l'entreprise. Les obstacles externes à l'entreprise semblent donc constituer un frein nettement plus important que les obstacles internes à l'entreprise.

Interrogées sur les obstacles à l'action environnementale, les entreprises, de façon presque unanime, ont montré du doigt la législation, en raison de sa lourdeur, sa rigidité, ses incohérences, ou simplement de l'absence de législation claire, assortie d'objectifs à long terme ("jusqu'à quel point faut-il anticiper les normes ?").

Pour le reste, les résultats corroborent assez bien ceux obtenus pour l'industrie en général, à savoir l'importance des obstacles d'ordre financier et d'ordre technique, et le manque d'information (ciblée, gratuite) sur les outils disponibles. En outre, une des entreprises ne voit pas d'avantage concurrentiel à agir en la matière. Elle n'a aussi que très peu d'impacts

environnementaux, ce qui peut être un frein dans le sens où elle peut penser qu'elle n'a tout simplement pas la possibilité d'agir.

Pour ce qui est des obstacles internes à l'entreprise, la grande majorité des personnes interrogées ont déclaré manquer de temps ; il est vrai qu'à côté de leur travail dans le domaine de l'environnement, elles cumulent souvent d'autres responsabilités (sécurité, qualité,...). D'autre part, l'inertie, le manque d'intérêt du personnel sont perçus comme jouant aussi un rôle non-négligeable de frein interne à l'action de la firme.

Section 4. Les profils industriels

Cette section a pour objectif d'affiner la mesure de la réponse environnementale en tenant compte des particularités de cette dernière et pas seulement de son "intensité". Dans un premier temps, nous concentrons l'analyse sur la mesure des actions environnementales développées par les entreprises et nous établissons une taxinomie regroupant les firmes qui entreprennent les mêmes actions. Dans un deuxième temps, nous tentons d'expliquer les différences entre groupes (ou clusters) d'entreprises par l'activation ou non de certains déterminants.

1. Axe des réponses

Précédemment, nous avons mis en avant les limites d'une mesure continue de la réponse environnementale. Nous voulons à présent développer une mesure alternative de cette réponse : une "taxinomie". Cette méthode, basée sur l'observation des comportements environnementaux, permet in fine d'identifier les différents "répertoires" de réponses environnementales développés par les entreprises de notre échantillon.

Relativement à cette échelle que nous testons, dont les statuts extrêmes sont la « passivité » et la « pro-activité » des entreprises, quelques précisions doivent néanmoins être apportées :

- Les entreprises ne partent pas forcément toutes de l'état passif,
- Il existe plusieurs chemins menant à l'entreprise pro-active,
- La définition d'entreprise "pro-active" est relativement large et différents comportements peuvent entrer dans cette classe.

Afin d'identifier ces différents types de comportements d'entreprises face à la problématique environnementale et d'en distinguer les répertoires stratégiques, nous utilisons l'analyse statistique de classification (cluster analysis) qui nous permet de constituer des groupes (ou clusters) d'entreprises sur base des différentes actions environnementales développées ou non par les elles.

1.1. Choix des variables

La revue de la littérature sur les actions possibles en matière de management environnemental ne manque pas et c'est sur cette base que nous avons sélectionné les variables pertinentes pour l'analyse. Ces actions concernent un des aspects suivants :

- Actions visant à remédier aux impacts environnementaux actuels du processus de production (**Clproc**),
- Actions visant à minimiser la consommation générale d'inputs (**MinInp**),
- Actions en amont du processus de production (**Am**),
- Actions en aval du processus de production (**Av**),
- Actions de R&D (**R&D**),
- Actions de support :
 - Dans les différentes fonctions de l'entreprise (**Fcts**),
 - Dans un système de management environnemental (**EMS**),
 - Dans un système de communication (**Info**).
- **ClProc** (Clean Process) : Regroupe les actions visant à rendre le processus de production actuel de l'entreprise moins polluant pour l'environnement. Ce sont des actions dites de remédiation dont l'objectif est de réduire les impacts négatifs du processus de production existant sans pour autant le remettre en cause. C'est la pratique du "pansement" pour soigner, sans pour autant s'attaquer à la cause du mal. Les filtres à air, les stations d'épuration, et autres technologies "end-of-pipe" appartiennent à cette catégorie d'actions. Elles sont donc loin d'être suffisantes pour tendre vers une économie plus soutenable et ne modifient en rien le mode de production actuel.
- **MinInp** (Minimisation des inputs) : Il s'agit des actions visant à minimiser les inputs dans le système productif. Deux grandes catégories d'actions font partie de cette classe. La première englobe les actions de type "eco-efficiency" et tend à optimiser les processus existants (efficacité des inputs, optimisation, minimisation des gaspillages, etc.). On parle dans ce cas de situations "win-win" où l'entreprise et l'environnement sont gagnants et donc compatibles avec le système de pensée classique des entreprises¹². L'autre catégorie suppose de repenser le système de production afin de minimiser les nuisances ou les inputs à la source (recyclage interne, utilisation des déchets des autres entreprises, technologies propres, etc.). L'objectif poursuivi par ce type d'actions est de fermer le cycle de production ou encore de produire plus d'outputs avec moins d'inputs.
- **AM** (Amont) : Cette catégorie regroupe les actions opérant en amont du processus de production : pressions sur les fournisseurs, substitution entre inputs, etc. L'entreprise ouvre ses frontières et se sent également responsable de ce qu'elle intègre dans sa production. Elle prête attention à la composition et à la qualité de ses inputs. Elle se responsabilise non seulement de sa propre production, mais également de celle de ses fournisseurs. Par exemple, il est fort probable que suite aux affaires de dioxine en Belgique, de nombreuses industries alimentaires intègrent maintenant ce type d'actions.
- **AV** (Aval) : C'est l'ensemble des actions en aval du processus de production : emballage, informations, ... De nouveau, l'entreprise s'ouvre sur son environnement, et à l'opposé de la catégorie précédente, elle se responsabilise de ses produits jusqu'à la fin de leur cycle de vie.

¹² Cela ne signifie pas pour autant que les autres catégories d'actions environnementales ne peuvent pas rapporter financièrement.

- **R&D** : Ce concept renvoie aux actions orientées vers le long terme qui repensent le mode de production ou les produits en y intégrant des critères environnementaux. Pour de nombreux chercheurs ces actions à la source sont essentielles pour un changement durable (Reynaud, 1998, McDonough et Braungart, 1998).
- Actions indirectes de support à l'intégration environnementale
 - **Fcts** (Fonctions) : Cette catégorie mesure la diffusion et l'intégration des considérations environnementales au sein de l'ensemble des sphères fonctionnelles de l'entreprise.
 - **EMS** (Système de management environnemental) : Il s'agit d'un système de support aux actions environnementales pour se donner les moyens et la structure adéquate à la mise en œuvre d'un programme environnemental.
 - **Info** (Informations) : Rassemble les actions visant à rendre les activités, la stratégie et les actions de l'entreprise plus transparentes. La transparence est un des corollaires du développement durable. C'est ainsi qu'on voit actuellement de plus en plus d'entreprises informer leurs stakeholders quant à leurs émissions, consommations d'énergies, de ressources non renouvelables ainsi que sur leur politique et efforts en matière d'environnement. Cette diffusion d'information passe généralement par des rapports environnementaux.

Le tableau suivant reprend les différentes variables du questionnaire de l'IBEB utilisées dans cette analyse de classification ainsi que leur catégorie d'appartenance.

<i>Catégories d'actions</i>	<i>Actions environnementales</i>
CIProc	Le traitement des eaux usées La décontamination du sol L'aménagement du paysage La réduction des risques industriels Le traitement des rejets atmosphériques Le traitement de déchets solides La diminution des odeurs
MinInp	L'utilisation plus efficace des ressources non renouvelables Le recyclage au sein de l'entreprise L'utilisation de déchets d'autres entreprises L'utilisation de procédés technologiques propres L'optimisation des procédés pour réduire : la production de déchets solides L'optimisation des procédés pour réduire : la quantité d'eaux usées L'optimisation des procédés pour réduire : les rejets atmosphériques L'optimisation des procédés pour réduire : le bruit
Am	Le choix des fournisseurs selon un critère environnemental La pression sur les fournisseurs pour plus d'actions environnementales La substitution des inputs peu respectueux de l'environnement
Av	La réduction des emballages La reprise des emballages Les études marketing sur la demande potentielle de produits "verts" L'information des consommateurs sur les produits et/ou procédés "verts" La récupération par l'entreprise de ses produits en fin de vie La mise en place d'un écolabel
R&D	La prise en compte de critères environnementaux en R&D Les soucis environnementaux lors de la conception du produit
Fcts	Les achats La recherche & développement (R&D) Le marketing / Ventes La logistique La finance La gestion des ressources humaines

EMS	La politique environnementale écrite
	La formalisation d'une procédure afin d'identifier les requis légaux pertinents
	L'audit/bilan environnemental
	La fixation d'objectifs environnementaux mesurables
	L'élaboration d'un programme pour atteindre ses objectifs environnementaux
	La définition de responsabilités pour mettre en œuvre le programme environnemental
	Le programme de formation sur l'environnement
	La sensibilisation du personnel aux problèmes environnementaux
	Le système d'audit pour vérifier le fonctionnement du programme environnemental
	La révision des objectifs environnementaux périodiquement dans un but d'amélioration continue
	L'analyse des coûts et bénéfices environnementaux des décisions stratégiques
	L'analyse des impacts environnementaux de toutes les activités
	La personne responsable de l'environnement fait partie du top-management
	La réalisation de "product stewardship" ou de "LCA" (Life Cycle Analysis)
La mise en œuvre d'un système de management environnemental-	
Info	La publication d'un rapport environnemental séparé
	L'inclusion des informations environnementales dans le rapport annuel
	La participation à des tables rondes, discussions avec d'autres acteurs concernés par les questions environnementales

Tableau 1.4 : Catégories d'actions environnementales

La figure 1.7 donne pour chacune des catégories d'actions le pourcentage moyen d'actions développées par les entreprises.

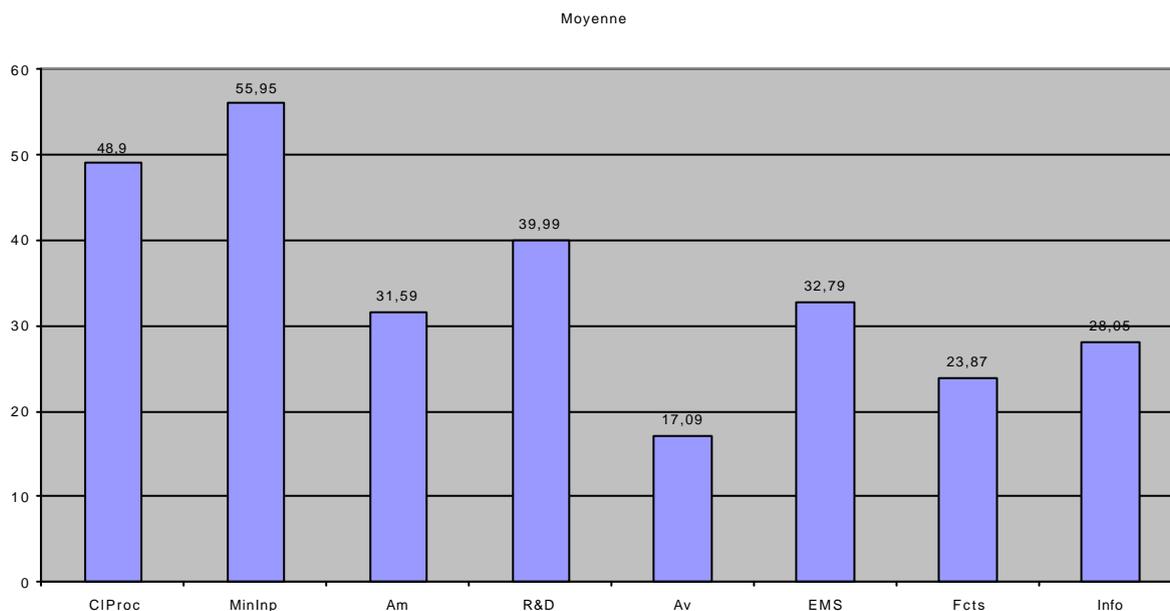


Figure 1.7 : Moyenne en pourcentage des différentes catégories d'actions mises en oeuvre

Nous constatons que certaines catégories d'actions sont plus souvent développées que d'autres. C'est le cas pour les actions de remédiation (CIProc) et de minimisation d'inputs (MinInp). D'autres actions par contre, comme les actions en aval (Av) qui visent le consommateur et le produit en fin de cycle de vie, sont encore très peu prisées.

1.2. Analyse des différents groupes

L'analyse de classification réalisée sur les variables retenues (les actions présentées dans le tableau 1.4) nous amène à identifier 7 groupes, constituant ainsi une partition de notre échantillon dans laquelle chaque entreprise appartient à un et un seul groupe.

Le tableau 1.5 nous donne pour chacun des groupes (cluster) le pourcentage moyen d'actions entreprises dans chaque catégorie d'actions. La lecture de ces pourcentages nous permet de nommer ces différents groupes (dernière ligne du tableau). L'analyse des figures 1.8 et 1.9 a également contribué à l'attribution de noms aux groupes.

		Cluster3	Cluster6	Cluster1	Cluster2	Cluster5	Cluster4	Cluster7
Production	CIProc	23%	57%	55%	64%	68%	68%	81%
	MinInp	33%	61%	68%	68%	74%	77%	82%
	R&D	15%	35%	57%	49%	84%	59%	86%
Extérieur	Am	16%	27%	53%	40%	36%	67%	52%
	Av	9%	11%	23%	18%	45%	25%	40%
Fcts de support	Fcts	12%	21%	32%	27%	35%	58%	48%
	EMS	8%	31%	24%	68%	59%	63%	81%
	Info	6%	35%	13%	43%	39%	63%	83%
	Nombre d'entreprises	114	87	44	34	19	10	27
	Nom du cluster	Passifs	Réactifs	Vers l'amont	Vers l'interne	Vers l'aval	Actifs	Pro-actifs
				Médians				

Tableau 1.5 : Résumé des résultats par cluster

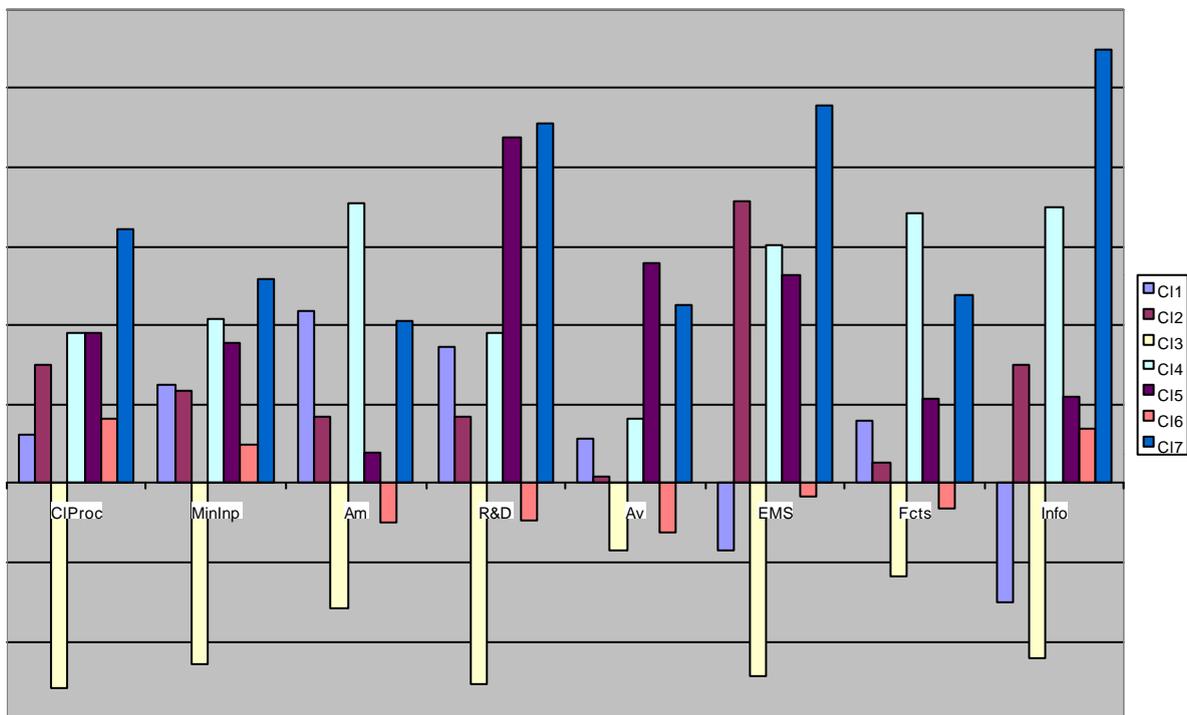


Figure 1.8 : Position relative des groupes dans chaque catégorie d'actions, par rapport à l'engagement moyen d'actions entreprises

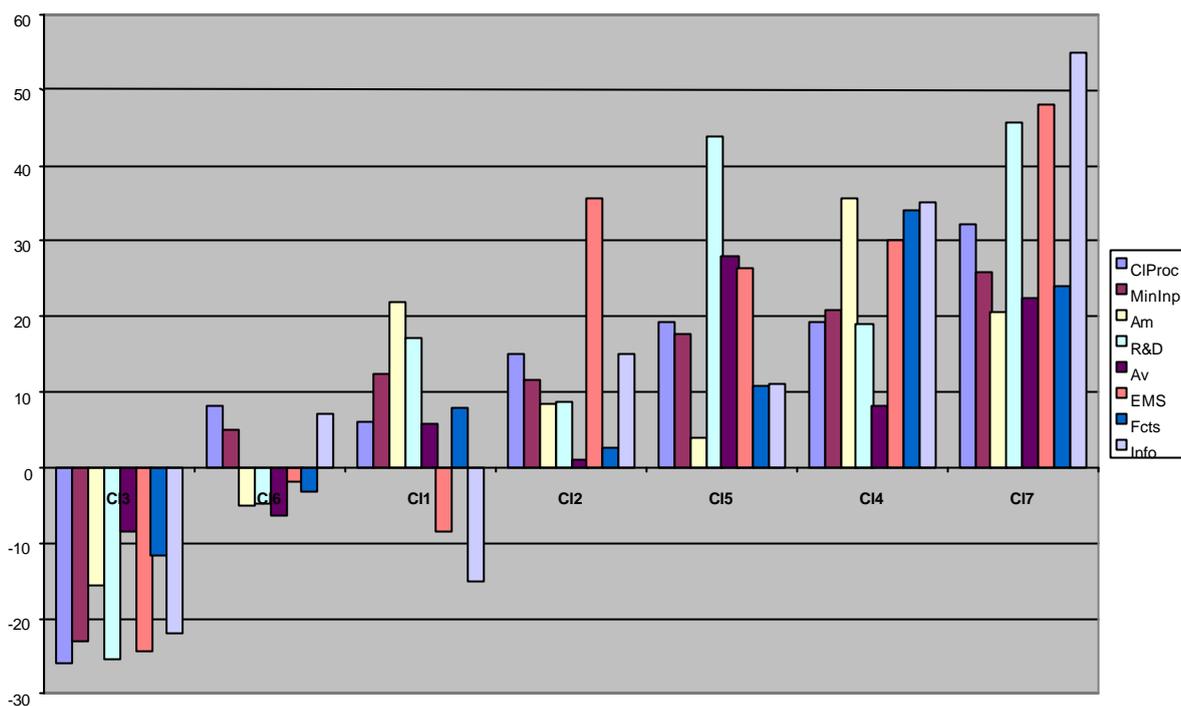


Figure 1.9 : Engagement relatif de chaque groupe vis-à-vis des différentes catégorie d'actions, par rapport à l'engagement moyen d'actions entreprises

Nous pouvons dès lors caractériser chacun des groupes de façon plus détaillée :

N°	Noms	%	Description
3	Les passifs	34%	Ces entreprises ne mènent presque pas d'actions environnementales, et elles se limitent au processus de production et à des actions de remédiation (end-of-pipe).
6	Les réactifs	26%	Ces entreprises entreprennent non seulement des actions de remédiation (souvent obligatoires), mais également des actions dites "eco-efficentes", c'est-à-dire des actions environnementales générant directement des minimisations de coûts. Il s'agit de l'ensemble des actions visant à réduire les gaspillages, à réduire la consommation l'énergie, à optimiser les processus de production actuel, etc. C'est souvent la première étape dans l'incorporation des considérations environnementales car elles s'intègrent dans la logique économique existante. A priori, on peut penser que ces entreprises sont animées par des motivations d'efficience (réduction des coûts) et des obligations réglementaires.
1	Les Médiants orientés vers l'amont	13%	Il s'agit des entreprises qui non seulement intègrent ces considérations au sein du processus de production mais également au-delà, en amont de l'entreprise, en exerçant par exemple une pression sur des fournisseurs. Elles font également de la recherche et développement. Par contre, elles ne diffusent pas d'informations sur ce qu'elles font et ne s'appuient sur aucune fonction de support que ce soit un EMS ou les fonctions classiques de l'entreprise. Elles n'agissent pas non plus en aval. Ces entreprise ont une perception plus importante des stakeholders (comparativement aux entreprises « réactives ». Elles intègrent probablement les fournisseurs parmi ces derniers, par contre, elles ne voient pas spécialement d'opportunité commerciale dans les actions environnementales vu qu'elles ne cherchent pas spécialement à diffuser l'information à ce propos et ne cherchent pas à toucher le consommateur.

2	Les Médiants orientés vers l'interne	11%	Ces entreprises se concentrent sur le processus interne et n'étendent pas leurs responsabilités en amont et aval de l'industrie. Elles se différencient des entreprises réactives (cluster 6) par un réel investissement dans un système de management environnemental (EMS) et par un système de communication. Deux raisonnements distincts permettent d'expliquer les raisons pour lesquelles elles se lancent dans un système EMS. Dans une optique institutionnaliste, ce serait par souci de légitimisation auprès des stakeholders; et dans une optique plus traditionnelle c'est plutôt une recherche d'efficience qui expliquerait ce comportement (voir théorie de la contingence).
5	Les Médiants orientés vers l'aval	6%	Contrairement aux entreprises du cluster 1, elles agissent au niveau de leur marketing et surtout au niveau de la R&D. De plus, elles agissent sur le processus de production. Dès lors, il est raisonnable de penser que, par rapport aux deux autres clusters médians, celui-ci soit tiré par le marché et les opportunités qui y sont liées. Ce cluster composé de 19 entreprises représente 5,67% de l'échantillon. Il serait intéressant de le comparer au cluster 1, et au cluster 7.
4	Les actives	3%	Ces entreprises ont également fortement intégré la notion d'environnement dans l'ensemble de l'entreprise et même au-delà des frontières de l'entreprise. Bien que l'environnement soit intégré dans toutes les fonctions traditionnelles de l'entreprise, il l'est moins dans un système de management environnemental spécifique. Il n'y a pas de programme de formation de personnel spécifique à l'environnement, ni d'audit environnemental. Sur l'ensemble des variables, ce cluster obtient un score plus faible sauf pour les actions en amont. Mais, c'est surtout en R&D et dans les actions en aval qu'elles réalisent de moins bonnes performances que les entreprises pro-actives. Or, un véritable changement environnemental doit passer par la recherche et développement et le design du produit (McDonough et Braungart, 1998).
7	Les pro-actives	8%	Ce sont les entreprises qui entreprennent le plus d'actions et ce dans l'ensemble des catégories d'actions possibles. Même si le pourcentage d'actions qu'elles entreprennent en amont et aval de l'entreprise ou dans la diffusion des considérations environnementales dans différentes fonctions est plus faible, il reste élevé comparativement à la moyenne des entreprises. C'est pourquoi nous les surnommons entreprises pro-actives. Il n'est pas surprenant de voir que ces entreprises ne sont pas aussi nombreuses que les passives.

Tableau 1.6 :Description des différents Clusters

La répartition des entreprises dans les différents groupes n'est pas uniforme, comme nous le montre la figure 1.10.

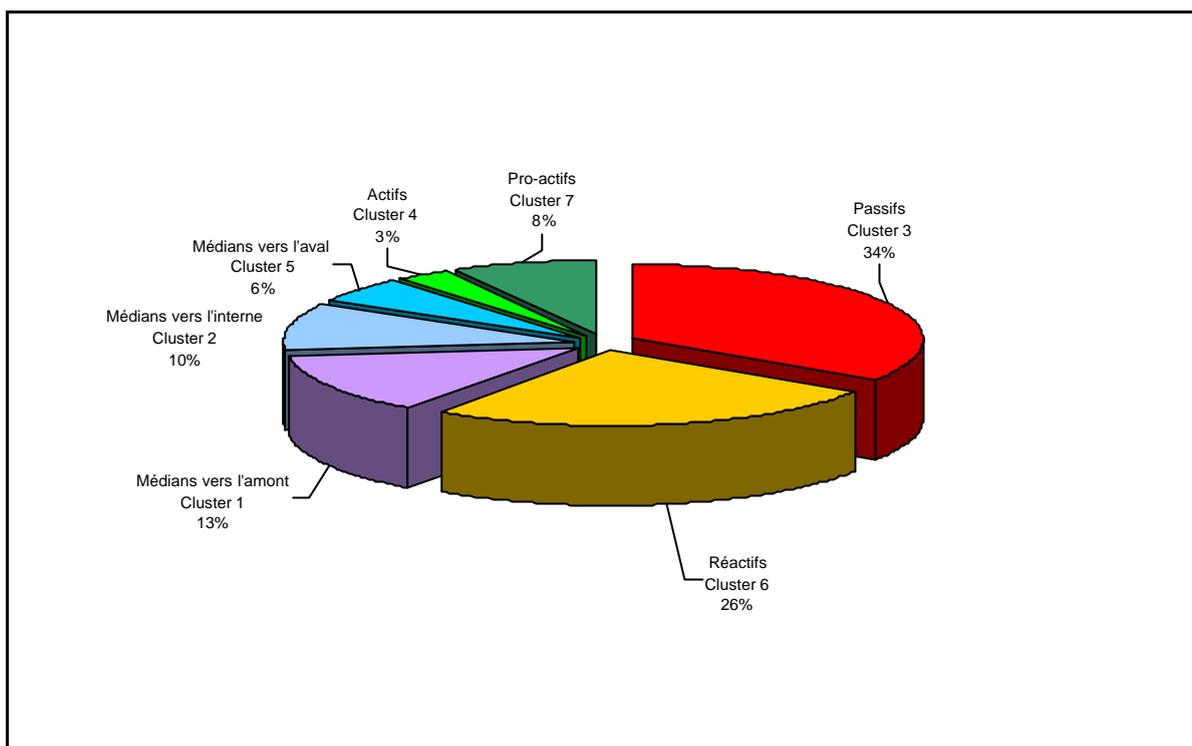


Figure 1.10 : Répartition des entreprises dans les différents groupes

Les entreprises des groupes 3 (les entreprises passives) et 6 (les entreprises réactives) sont nettement plus nombreuses, représentant respectivement 34% et 26% de l'échantillon. 30% des entreprises se retrouvent dans le groupe des Médians, représentant une grande diversité en termes de comportements (types d'actions engagées). Dans les 11% restant nous retrouvons les quelques entreprises pro-actives et actives.

En conclusion, nous constatons que cette échelle de mesure se présente bien comme une alternative à la mesure continue, nous permettant d'identifier des répertoires sans pour autant imposer des contraintes strictes d'antécédence sur les chemins stratégiques intermédiaires.

De la mesure évolutive, nous gardons la catégorie d'entreprises qui agissent de façon minimaliste (les passives) et la catégorie d'entreprises qui développent un très grand nombre d'actions environnementales (les pro-actives).

Nous constatons un certain « ordre » dans les types d'actions entreprises : une fois passé le stade de "Passifs", les entreprises agissent au moins au niveau du processus de production. Les évolutionnistes avaient donc en partie raison, il existe un chemin dans le processus environnemental des entreprises, chemin qui passe par le processus de production. Par contre, les catégories supérieures peuvent prendre diverses formes que nous ne voulons pas hiérarchiser. En réalité, au stade suivant, les entreprises peuvent décider soit d'investir dans un système de management environnemental (Médian orienté vers l'interne), soit rayonner en amont (Médian orienté vers l'amont) ou en aval (Médians orientés vers l'aval). Nous réintégrons ensuite l'échelle évolutive avec les entreprises actives (Cluster 4) et finalement les pro-actives (Cluster 7).

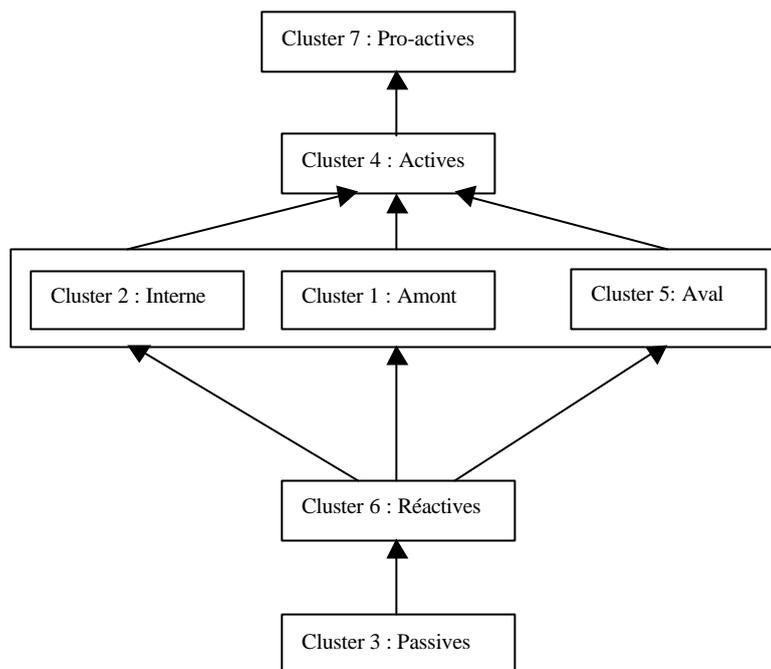


Figure 1.11 : Représentation de la nouvelle mesure de réponse environnementale

Rappelons également que cette mesure de la réponse environnementale renvoie au nombre d'actions environnementales entreprises par la firme et non à un critère de performance environnemental. En effet, ce n'est pas parce qu'une entreprise n'entreprend pas d'actions dites environnementales que sa performance environnementale est forcément moindre qu'une entreprise qui en entreprend beaucoup.

1.3. Caractérisation des groupes

Au delà des sept groupes de comportements, nous tentons de caractériser les entreprises et leur appartenance à un groupe, et cela à partir de caractéristiques objectives et mesurables : la taille de l'entreprise, son secteur d'activité et sa région linguistique.

a. Taille

Le tableau 1.7 présente, pour chaque groupe, la répartition des entreprises selon leur taille (nombre d'employés).

Cluster (en %)	<50	50-100	100-250	>250	Total
3 Les Passifs	41,1	32,7	17,8	8,4	100
6 Les Réactifs	12,0	25,3	28,9	33,7	100
6 Les Réactifs	12,0	25,3	28,9	33,7	100
1 Les Médians vers l'Amont	12,8	35,9	30,8	20,5	100
2 Les Médians vers l'interne		21,9	37,5	40,6	100
5 Les Médians vers l'Aval	10,5	15,8	15,8	57,9	100
4 Les Actifs			40,0	60,0	100
4 Les Actifs			40,0	60,0	100
7 Les Pro-actifs	3,7	3,7	22,2	70,4	100

Tableau 1.7 : Répartition des tailles d'entreprise par cluster

Les entreprises les plus actives (cluster 4 et 7) sont généralement des grandes entreprises (plus de 100 personnes). Non seulement ces dernières disposent de plus de moyens humains et financiers pour entreprendre ces actions, mais surtout leur taille et leur visibilité engendrent des pressions plus fortes de la part des stakeholders.

Le groupe des entreprises passives est davantage composé de petites entreprises de moins de 50 personnes et relativement peu de grandes entreprises se retrouvent dans ce cluster (cluster 3). Peut-on en conclure que la question environnementale s'impose aux grandes entreprises, alors que les petites, peuvent encore y échapper ? Les grandes entreprises les moins actives se regroupent plutôt dans le cluster 6, c'est-à-dire qu'elles accomplissent au minimum des actions environnementales au niveau du processus de production, probablement pour des raisons légales ou d'efficience.

Une autre lecture de ce même tableau mérite également toute notre attention. Dans le tableau ci-dessous, nous tentons de voir dans quel cluster se positionnent majoritairement les entreprises de différentes tailles. Sachant que les entreprises passives sont les plus nombreuses, une majorité d'entreprises appartiennent donc à ce cluster, mais il est intéressant d'observer, par taille d'entreprise, la répartition des groupes comportementaux.

Cluster (en %)		<50	50-100	100-250	>250
3	Les Passifs	71,0	43,2	23,8	9,6
6	Les Réactifs	16,1	25,9	30,0	29,8
6	Les Réactifs	16,1	25,9	30,0	29,8
1	Les Médiants vers l'Amont	8,1	17,3	15,0	8,5
2	Les Médiants vers l'interne		8,6	15,0	13,8
5	Les Médiants vers l'Aval	3,2	3,7	3,8	11,7
4	Les Actifs			5,0	6,4
7	Les Pro-actifs	1,6	1,2	7,5	20,2
7	Les Pro-actifs	1,6	1,2	7,5	20,2
Total		100	100	100	100

Tableau 1.8 : Répartition des clusters par taille d'entreprise

Nous constatons que les entreprises de taille plus petite (jusqu'à 250 personnes) se situent majoritairement dans les groupes Passifs et Réactifs. Mais très peu de grandes entreprises sont passives, le pourcentage le plus élevé d'entre elles se situant dans le groupe Réactifs, et soulignons qu'un cinquième des grandes entreprises sont pro-actives.

b. Secteur

Pour cette analyse sectorielle, nous avons écarté les secteurs dans lesquels le nombre d'entreprises de notre échantillon était trop faible. :

- Cuir et chaussures : 1 entreprise
- Papier : 7 entreprises
- Cokéfaction, raffinage, industrie nucléaire : 3 entreprises
- Machine et équipements : 11 entreprises
- Matériel de transport : 5 entreprises

Le tableau 1.9 nous donne la répartition des entreprises des différents secteurs dans les différents clusters.

en %	Passifs	Réactifs	Médians vers l'amont	Médians vers l'interne	Médians vers l'aval	Actifs	Pro-actifs	Total
Alimentaire	38,46	1,3	17,59	15,38	10,26		2,56	100
Textile	35,29	38,24	14,71	5,88			5,88	100
Bois	41,18	23,53	17,65	11,76			5,88	100
Chimie		20,00	6,67	23,33	23,33	3,33	23,33	100
Caoutchouc/Plastiques	36,00	24,00	4,00	16,00	4,00		16,00	100
Minéraux, non métall.	22,73	31,82		18,18		9,09	18,18	100
Métallurgie	31,67	33,33	21,67	6,67	3,33	1,67	1,67	100
Electr./électro./optique	52,63	15,79	5,26		10,53	10,53	5,26	100
Impression	47,83	26,09	17,39	8,70				100

Tableau 1.9 : Répartition des groupes par secteurs

Un tel tableau n'est pas aisément lisible et encore moins interprétable car la représentativité des différents clusters n'est pas assurée. Néanmoins, il est intéressant de constater qu'aucune des entreprises du secteur chimique n'appartient au cluster 3. Nous n'avons donc pas dans notre échantillon d'entreprises chimiques passives, alors que ce cluster est majoritaire au sein de notre échantillon. 80% des industries chimiques ont une réponse environnementale qui va au-delà de la réactivité pure. Alors que pour les autres secteurs comme les imprimeries, le secteur électrique, la métallurgie, le bois, ce pourcentage est inférieur à 40%. Ce résultat, nous l'attribuons au fait que l'industrie chimique a été une des premières visées en matière d'environnement par les stakeholders. Elle ne pouvait plus les ignorer, et ces derniers lui ont fait prendre conscience de son impact sur l'environnement. En réaction, les entreprises du secteur se sont organisées (Responsible Care), pour répondre de manière systématique à la problématique environnementale.

c. Régime linguistique

La question soulevée ici est de savoir si les comportements diffèrent significativement au Sud et au Nord de la Belgique.

(en %)	Passifs	Réactifs	Médians vers l'amont	Médians vers l'interne	Médians vers l'aval	Actifs	Pro-actifs	Total
Francophone	40,9	19,4	6,5	15,1	6,5	2,2	9,7	100
Néerlandophones	31,3	28,8	15,4	8,3	5,4	3,3	7,5	100
Néerlandophones	31,3	28,8	15,4	8,3	5,4	3,3	7,5	100

Tableau 1.10 : Répartition des clusters par langue

Il semble qu'il y ait substantiellement plus d'entreprises passives parmi les entreprises francophones que néerlandophones. Par contre, comme il y a moins d'entreprises réactives parmi les francophones, il y a globalement le même pourcentage d'entreprises réactives dans les deux échantillons. Parmi celles qui ont intégré l'environnement, les différences entre communautés s'estompent et sont moins significatives.

2. Axe des déterminants

2.1. Variables discriminantes

L'objectif de cette partie de l'analyse est maintenant de tester l'hypothèse selon laquelle les différents types de comportements observés (clusters) sont partiellement imputables aux différentes attitudes des managers vis-à-vis de la problématique environnementale et aux différentes perceptions qu'ils ont des pressions et obstacles.

La mesure de ces trois catégories de déterminants (attitudes, pressions, obstacles) a été identifiée au moyen d'une analyse en composantes principales conduisant aux variables agrégées suivantes :

Indicateurs et mesure des composantes de l'attitude :

Description (mesure agrégée)	Abbréviation	Indicateurs
Stratégie	FStrat	Amélioration de l'image de l'entreprise Préparation à un positionnement stratégique
Financier	FCout	Diminution des coûts
Réduction de l'incertitude	FIncert	Prévention des incidents
Opportunité de nouveaux marchés	FNMarch	Opportunité de nouveaux marchés
Passé-échec	FEchec	Conséquence d'une expérience environnementale négative
Ethique	FEthic	Préservation de l'environnement pour les générations futures

La composante « stratégie » symbolise l'avantage stratégique en terme d'image ou de nouveau positionnement que le gestionnaire associe à un comportement vert. Les autres composantes apparaissent ensuite, chacune caractérisée par un seul indicateur leur donnant individuellement une interprétation aisée.

Indicateurs et mesure des composantes de pressions perçues :

Description (mesure agrégée)	Abbréviation	Indicateurs
Stakeholders de marché aval	FMarchav	Concurrence Associations de consommateurs Consommateurs Distributeurs
Stakeholders réglementaires	FRegl	Réglementation régionale Réglementation nationale Réglementation internationale
Stakeholders de marché amont	FMarcham	Banques Compagnies d'assurance Fournisseurs
Stakeholders internes	FOrg	Direction Employés Actionnaires-Propriétaires
Stakeholders défenseurs de l'environnement	FDefens	Organisations environnementales Populations locales Presse

La composante « stakeholders de marché aval » regroupe l'ensemble des acteurs économiques situés soit en aval de l'entreprise ou alors ses concurrents. Ce sont les stakeholders relativement traditionnels et l'entreprise est généralement consciente de leur influence : on imagine mal de nos jours des entreprises qui n'essaient pas de satisfaire le client ou qui prennent des décisions sans évaluer la position des concurrents. Ces stakeholders sont généralement pris en considération dans la prise de décision. Ces acteurs constituent un levier

efficace sur le comportement des entreprises, mais encore faut-il qu'ils exercent cette pression.

Le deuxième facteur regroupe les stakeholders réglementaires. Ces derniers imposent des lois aux entreprises en matière d'environnement. Ils sont souvent perçus comme des contraintes pour l'entreprise.

La troisième composante rassemble les fournisseurs, les compagnies d'assurance et les banques. Ce sont également des acteurs de marché, mais ils se trouvent en amont de l'entreprise en ce sens qu'ils lui « fournissent » des ressources diverses. Leurs pouvoirs respectifs leur permettent d'imposer certaines contraintes aux entreprises.

La quatrième catégorie est constituée des stakeholders internes ou encore organisationnels. Il s'agit d'acteurs qui ont leur mot à dire dans la gestion de l'entreprise. : la direction, les employés et les actionnaires/propriétaires.

Enfin, la cinquième catégorie rassemble les acteurs suivants : population locale, organisations environnementales, presse. Ces stakeholders sont les garants des intérêts de l'environnement. En effet, ce sont souvent eux qui dénoncent les problèmes environnementaux et leurs responsables. De même, ils influencent les perceptions des autres stakeholders à propos de l'entreprise.

Indicateurs et mesure des composantes d'obstacles perçus :

Description (mesure agrégée)	Abbréviation	Indicateurs
Obstacles internes	FObstInt	Manque de soutien de la direction Manque de ressources humaines qualifiées Manque de motivation du personnel Pas assez de pouvoir au responsable environnement Conflits entre départements Lourdeur de la structure face au changement Manque de transparence et de visibilité Manque de financement
Obstacles techniques	FObstCmt	Manque d'information sur les outils disponibles Manque de solutions techniques envisageables Impossibilité de mesurer les résultats Trop d'incertitude Réglementation floue Délais d'adaptation à la réglementation trop courts
Obstacles de motivation	FObstPq	Coût trop élevé Pas d'avantages concurrentiels Incompatibilité avec d'autres objectifs prioritaires Produits verts coûtent trop cher

Le premier facteur regroupe les obstacles internes à l'entreprise, comme le manque de soutien de la direction, les conflits entre départements, le manque de ressources humaines qualifiées, des difficultés liées à l'organisation de l'entreprise, ...

Le deuxième facteur rassemble des obstacles davantage techniques et opérationnels. Ces obstacles concernent la mise en œuvre de la stratégie environnementale : quelles techniques, où trouver l'information, comment faire ?

Enfin, le troisième facteur regroupe les obstacles à la source qui remettent en cause les motivations mêmes d'un comportement vert. Les entreprises ne voient pas pourquoi elles adopteraient un tel comportement s'il ne se traduit pas en opportunité pour l'entreprise (pas d'avantages concurrentiels, incompatibilité avec d'autres objectifs, ...).

Pour tester l'hypothèse pré-citée, à savoir que différents types de comportements sont imputables à différents déterminants, nous utilisons l'analyse discriminante¹³ grâce à laquelle nous espérons être en mesure de « prédire » l'appartenance d'une entreprise à un groupe comportemental, à partir de l'appréciation ou la connaissance des facteurs déterminants qui lui sont propres (attitudes, pressions, obstacles). Cette méthode va donc nous permettre d'identifier une combinaison de déterminants qui caractérisent au mieux les différents comportements face à l'environnement¹⁴.

2.2. Fonctions discriminantes

Onze des quatorze déterminants ont un pouvoir de discrimination entre les groupes. Nous éliminons pour la suite les déterminants non discriminants : Ethique, Obstacles internes, Obstacles de motivation.

Deux fonctions discriminantes ont été construites, dont la validité a été vérifiée par la technique de reclassement qui a procuré un taux de reclassement correct de 49,8%¹⁵.

Ces fonctions discriminantes sont les suivantes¹⁶ :

$$D1 = -0,053 + 0,595FRegl + 0,558FNMarch + 0,349FOrg + 0,315FIncert + 0,304FDefens + 0,166FMarcham - 0,158FCout + 0,157FEchec + 0,150FMarchav + 0,123FStrat + 0,03FObstCmt$$

$$D2 = -0,09 + 0,732FDefens + 0,539FMarcham - 0,455FNmarch - 0,454FStrat + 0,338FOrg + 0,312FMarchav + 0,255FCout + 0,211FObstCmt - 0,202FEchec - 0,16FRegl - 0,10FIncert$$

Notre hypothèse selon laquelle la perception des déterminants explique les différences observées dans le type de comportement environnemental est donc corroborée par cette analyse.

La première fonction discriminante (**D1**) reprend l'ensemble des déterminants excepté les obstacles internes et de motivation. Les entreprises qui obtiennent un résultat élevé sur cette fonction sont celles qui perçoivent davantage l'ensemble des déterminants, et plus particulièrement la pression des stakeholders réglementaires et internes, l'intégration de l'environnement comme source d'opportunités de marché, et l'importance de la prévention des incidents.

Quant à la deuxième fonction discriminante (**D2**), elle oppose d'un côté des groupes de stakeholders (sociétaux -Fdefens- et de marché en amont -FMarcham-) aux déterminants de marché et stratégiques (FNMarch et FStrat). Cet axe mesure la perception de la pression

¹³ Les données sont constituées de 283 observations (les entreprises) réparties en 7 clusters et décrites par 14 variables explicatives (les déterminants).

¹⁴ Voir Callens (2000) pour les détails de résultats.

¹⁵ Néanmoins, cette technique discrimine mieux certains clusters que d'autres. C'est le cas pour les clusters 7, 1 et 4 pour lesquels le pourcentage de bons reclassements est 3 à 4 fois supérieur à celui obtenu a priori par un reclassement aléatoire.

¹⁶ L'approche traditionnelle de l'interprétation des fonctions discriminantes se base sur le signe et l'importance des coefficients des variables explicatives des fonctions. Chaque coefficient (en valeur absolue) représente la contribution de la variable associée à la fonction discriminante et le signe traduit le sens de sa contribution : positive ou négative. Les critiques liées à l'interprétation de ces coefficients sont les mêmes que pour les coefficients des régressions linéaires multiples : un faible coefficient veut soit dire que la participation de la variable associée à la fonction discriminante est faible ou alors que sa contribution a déjà été captée par d'autres variables (cas de multicolinéarité). Dans notre cas, les multicolinéarités ont déjà été réduites vu que les attitudes, les stakeholders et les obstacles ont été obtenus par analyse factorielle et que les facteurs à l'intérieur de chacune de ces catégories sont orthogonaux entre eux.

d'une nouvelle catégorie de stakeholders qui s'imposent comme une nouvelle forme de contrainte aux entreprises et qui ne sont ni des clients, ni les lois.

Le déterminant éthique ne discrimine pas les différents groupes. L'enquête à grande échelle avait montré que cet argument était considéré comme important par beaucoup de firmes. Les études de cas, par contre, révèlent qu'il faut relativiser fortement ce résultat, cette motivation n'étant que rarement citée. Le fait que ce déterminant ne soit pas discriminant reflète sans doute bien que la grande majorité des entreprises aient présenté l'argument comme important lorsqu'on le leur soumettait, tandis que la réalité est sans doute autre, malheureusement.

Lors des études de cas, l'argument des opportunités de nouveaux marchés n'a jamais été abordé. Aucune des entreprises rencontrées ne percevait ce déterminant, ce qui est sans doute relié en partie au fait que, dans l'échantillon, aucune des firmes ne peut être considérée comme pro-active, voire même active. La législation, par contre, jouait un rôle important. La firme la plus passive du lot était aussi celle qui ne connaissait pour ainsi dire aucune pression réglementaire. En outre, la diminution des coûts était bien une motivation partagée par la presque totalité des entreprises interrogées, ce qui explique que ce déterminant ne joue qu'un faible rôle discriminant. Il semblait par contre que la pression du marché ait un rôle important dans le cas de certaines entreprises du lot, poussées de ce fait à agir plus que d'autres. Il est possible que ceci ne se vérifie pas pour l'ensemble de l'industrie, il est possible aussi que ce rôle se voit amplifié avec le temps (on peut par exemple penser à un succès croissant, dans le futur, des systèmes de certification environnementale, sous l'impulsion du marché, à l'image de ce qui s'est fait pour les systèmes qualité).

Le tableau suivant nous permet de créer le lien entre les fonctions discriminantes et les sept groupes d'entreprises et de créer la figure 1.12 dans laquelle sont représentés les différents clusters d'entreprises dans le système d'axes des fonctions discriminantes. La grandeur de chaque cercle représentant un cluster est représentative de la taille de ce cluster.

	Clusters	D1	D2
3	Les Passifs	-0,82	-0,14
6	Les Réactifs	-0,04	0,11
6	Les Réactifs	-0,04	0,11
1	Les Médiants vers l'Amont	0,42	0,90
2	Les Médiants vers l'interne	0,86	-0,42
5	Les Médiants vers l'Aval	0,50	-0,67
4	Les Actifs	0,65	0,21
7	Les Pro-actifs	1,05	-0,44
7	Les Pro-actifs	1,05	-0,44

Tableau 1.11 : Valeurs centrales des clusters pour les deux fonctions discriminantes

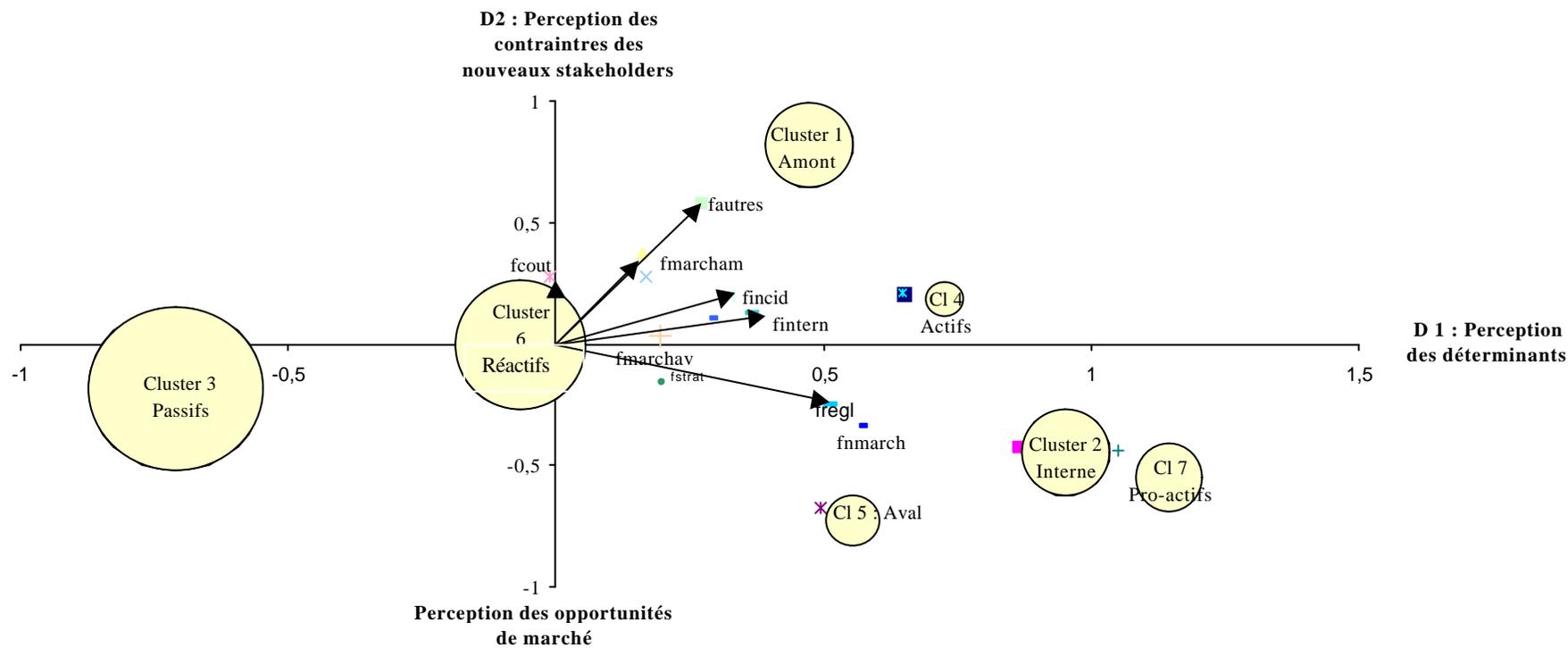


Figure 1.12 : Variables discriminantes et groupes d'entreprises

A la lecture du tableau 1.11 et de la figure 1.12, nous pouvons interpréter la première fonction (**D1**) comme la perception de l'ensemble des déterminants et la seconde (**D2**) comme la perception des contraintes de nouveaux stakeholders

On constate que la position des clusters sur le premier axe permet de discriminer au mieux le cluster 7 du cluster 3, c'est-à-dire les entreprises pro-actives des entreprises passives. Nous nous attendions à ce résultat étant donné que l'axe **D1** reflète la perception de l'ensemble des déterminants. Nous voyons que cette situation sur l'axe rejoint les résultats de la mesure évolutive. Seul le cluster 2 n'est pas classé comme nous l'avions prévu¹⁷. Quant à la fonction **D2**, elle permet de discriminer le cluster 1 (Médian Amont) du cluster 5 (Médian Aval). Ce qui signifierait que le cluster 1 (Médian Amont) est principalement poussé par les pressions de ces nouveaux stakeholders que sont les ONG, médias, populations locales, banques et assurances alors que le cluster 5 (Médian Aval) ne l'est pas du tout et est plutôt tiré par les opportunités du marché.

L'analyse du tableau 1.12 des valeurs moyennes des déterminants pour chaque type de comportement est riche en enseignements, et elle nous permet de compléter nos résultats et valider nos hypothèses.

	Passifs	Réactifs	Médians vers l'amont	Médians vers l'interne	Médians vers l'aval	Actifs	Pro-actifs	Moyenne
FStrat	-0,06	-0,02	0,08	0,11	0,32	-0,20	0,61	0,06
FNmarch	-0,39	-0,08	-0,06	0,58	0,47	0,32	0,63	-0,01
FCout	-0,11	0,24	0,19	-0,23	0,12	-0,14	-0,27	0,01
FEchec	-0,19	0,02	0,20	0,19	-0,10	0,62	0,39	0,04
FEthic	-0,06	-0,13	0,00	0,24	-0,19	0,37	0,36	0,00
FIncert	-0,30	0,06	0,29	0,25	0,05	0,23	0,18	0,01
FMarchav	-0,16	-0,07	0,15	-0,25	0,34	0,18	0,45	-0,01
FRegl	-0,38	0,15	-0,03	0,55	0,55	0,24	0,46	0,04
FMarcham	-0,17	0,05	0,36	0,00	-0,27	0,53	0,00	0,01
FOrg	-0,23	-0,12	0,34	0,38	0,006	0,27	0,31	0,02
FDfens	-0,23	0,08	0,72	0,02	-0,29	-0,03	0,23	0,05
FObstInt	-0,12	0,04	0,006	0,00	-0,16	0,70	-0,06	-0,01
FObstCmt	-0,20	0,13	0,24	0,20	-0,10	0,40	-0,20	0,02
FObstPq	-0,13	0,00	0,15	0,28	0,20	0,19	-0,02	0,02

Tableau 1.12 : Valeurs moyennes des déterminants par groupe

En général, les entreprises appartenant au cluster 7 (pro-actives) ressentent davantage l'ensemble des déterminants (sauf le déterminant financier) que la moyenne des entreprises et elles perçoivent généralement moins d'obstacles que les autres. Sur la première fonction discriminante (**D1**), celle de la pro-activité, ce sont les entreprises qui perçoivent le plus l'ensemble des déterminants.

Le résultat est inverse pour les entreprises appartenant au cluster 3 (passives). La position de ce cluster sur la première fonction discriminante est opposée à celle du cluster 7. Le même tableau 1.12 nous montre que les entreprises passives ont des moyennes négatives pour l'ensemble des déterminants. Cela signifie qu'elles perçoivent moins les pressions des stakeholders et les intérêts d'entreprendre des actions environnementales que la moyenne des entreprises. Comme elles n'agissent pas dans le domaine de l'environnement, il est normal qu'elles ne rencontrent pas non plus d'obstacles.

¹⁷ Mais rappelons que les entreprises de ce cluster ne représentent que 11% de l'échantillon.

Le cluster 6, cluster des entreprises réactives, présente un profil intéressant. Ce sont en effet des entreprises de taille plus grande et entreprenant des actions environnementales limitées au processus de fabrication et des actions dites d'eco-efficiency. Nous constatons effectivement que ces entreprises perçoivent essentiellement la pression des stakeholders réglementaires ainsi que l'incitant financier, ce qui conforte notre hypothèse qu'il s'agit d'entreprises contraintes à agir au niveau environnemental ou qui perçoivent un intérêt financier à agir de la sorte (situation win-win) : il s'agit bien d'un groupe d'entreprises se limitant aux actions environnementales obligatoires (réglementaires) ou aux actions environnementales participant à la minimisation de la fonction de coût (du style optimisation et eco-efficiency).

Le cluster 2 a un comportement environnemental similaire au cluster 6, mais en plus de la production, il met en place un système de management environnemental (EMS). Ceci peut s'expliquer par un besoin de légitimation plus fort que celui existant au sein du cluster 6 (où les entreprises ne semblent guidées que par la loi). En réalité, les entreprises perçoivent non seulement plus de pressions, mais elles sont également animées d'une plus grande volonté interne et perçoivent davantage les opportunités de marché liées aux actions environnementales.

Tout comme le cluster 7, le cluster 4 qui regroupe les entreprises actives perçoit de façon plus importante que la moyenne des entreprises l'ensemble de déterminants. Ce qui différencie les entreprises pro-actives (cluster 7) des entreprises actives (cluster 4), c'est une perception moins forte des pressions des stakeholders et des déterminants que pour le cluster 7. Par contre, les entreprises du cluster 4 perçoivent en moyenne beaucoup plus les obstacles liés aux actions environnementales.

Section 5. Synthèse des résultats

Les éléments saillants que nous pouvons épinglez de ces résultats et qui sont susceptibles de nous aider à développer des leviers pour un changement vers des comportements durables de la part des industriels sont les suivants :

La **motivation** des entreprises la plus susceptible de les faire agir est de type financier : l'entreprise investira dans des actions environnementales à condition que celles-ci lui permettent de réduire ses coûts. Par contre, les industriels ne s'attendent pas à bénéficier de nouvelles opportunités de marché suite à la mise en place d'actions environnementales.

Le **stakeholder** le plus influent est le législateur national ou régional. Certains acteurs de l'entreprise ont également une influence non négligeable susceptible d'entraîner le changement : il s'agit de la direction, des actionnaires/propriétaires et des employés. Population locale, organisations environnementales, presse/médias détiennent également un rôle non négligeable. Mais ce n'est pas la dimension du marché qui semble être un facteur potentiel de changement.

Ce sont des **obstacles** de types financier et technique qui constituent un frein à la mise en place d'actions environnementales. Des problèmes d'information se posent également, mais surtout, le manque d'atout concurrentiel constitue un obstacle au changement.

En termes de relations entre facteurs et actions, les points suivants résument l'ensemble des résultats obtenus (Callens, 2000) :

- Au plus l'attitude de la firme est favorable à la réponse environnementale, au plus elle est active en matière environnementale.
- Au plus la firme perçoit fortement les pressions environnementales exercées par les différents stakeholders, au plus elle est active en matière d'environnement.
- Au plus la firme est grande, au plus elle est active.
- Au moins une entreprise perçoit les obstacles liés à la mise en œuvre de la réponse environnementale, au plus elle est active en matière d'environnement.
- La taille de la firme exerce une influence sur l'intensité et/ou le signe de la relation entre l'attitude de la firme et l'intensité de sa réponse environnementale.
- Les obstacles perçus exercent une influence sur l'intensité et/ou le signe de la relation entre l'attitude de la firme et l'intensité de sa réponse environnementale.
- Le degré de perception des pressions des stakeholders influence l'intensité de l'activité environnementale de la firme par le biais de son attitude.

Enfin, la figure 1.13 résume les principaux résultats mettant en relation les réponses environnementales et les facteurs déterminants. Sur la figure de gauche, nous avons classé les différents groupes d'entreprises identifiés dans l'analyse, en fonction de l'intensité de leur réponse environnementale (axe vertical). Nous avons classé les entreprises du groupe « médians » en fonction du type de réponse environnementale : au centre se trouvent les entreprises agissant en interne et mettant en place un EMS ; à droite se trouvent les entreprises agissant en amont en exerçant par exemple des pressions sur leurs fournisseurs ; à gauche se trouvent les entreprises agissant en aval en récupérant leur produit en fin de vie, réduisant les emballages, etc.

Sur la figure de droite, nous avons reproduit les résultats de l'analyse discriminante (transposition de la figure 1.12). L'axe vertical **D1**, représente donc le degré de perception de l'ensemble des déterminants et plus spécialement la perception des opportunités de marché et les pressions réglementaires. L'axe horizontal **D2** oppose les opportunités de nouveaux marchés à la contrainte exercée par de nouveaux stakeholders (ONG, médias, assurance, banques, etc.).

Une lecture simultanée des deux graphes montre que les différents clusters se positionnent de façon identique sur ces deux graphes (exception faite du cluster 2).

Ces résultats montrent que des entreprises guidées par les mêmes déterminants internes et externes et percevant les mêmes obstacles donnent des types de réponses très similaires à ce nouveau défi que représente la gestion de l'environnement. Ceci est intéressant au sens où la recherche de leviers pour une politique de développement durable peut dès lors s'envisager suivant une politique de segmentation du paysage industriel, permettant ainsi la définition de leviers pertinents et spécifiques aux groupes cibles de la politique.

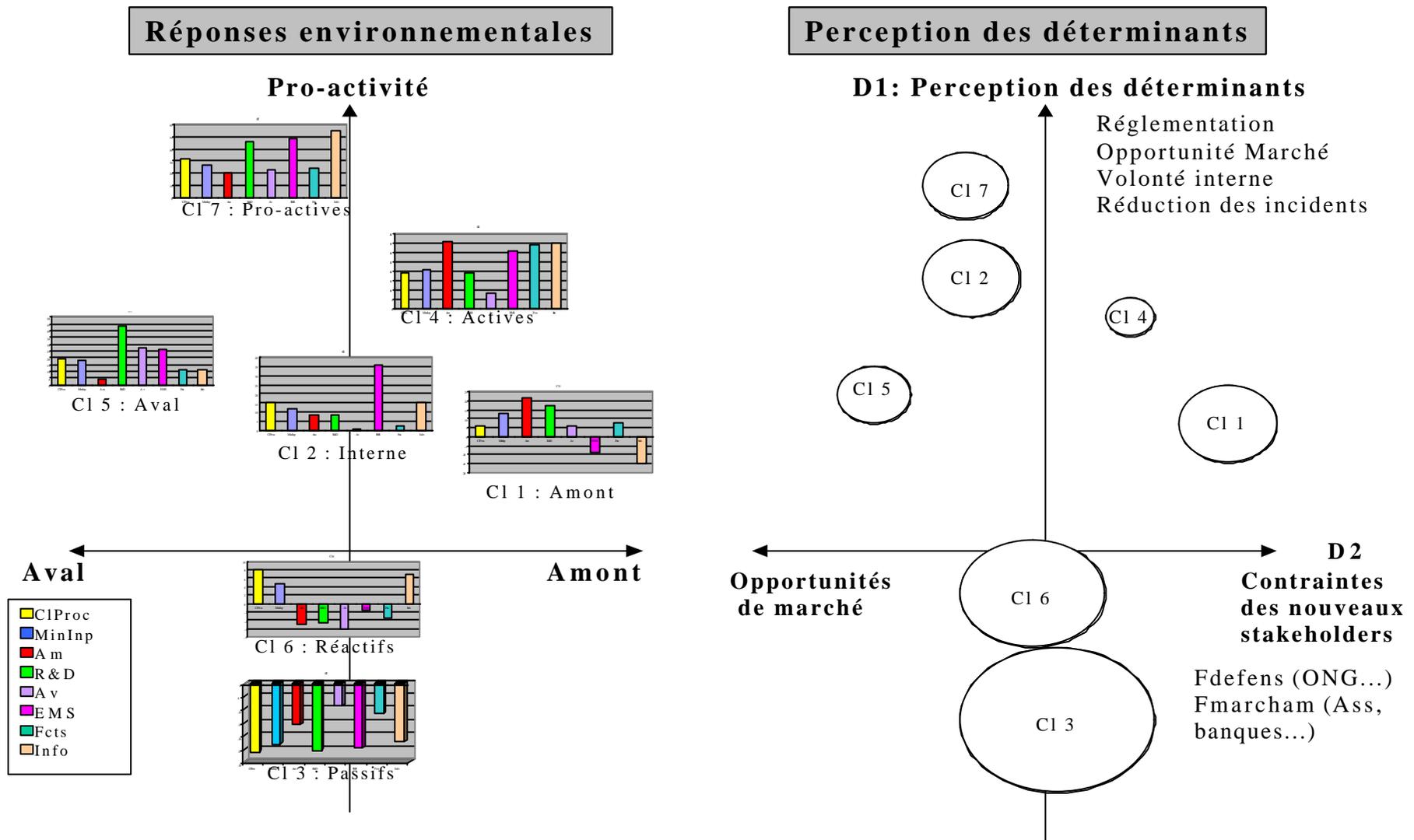


Figure 1.13 : Schéma des résultats de la mesure taxinomique

CHAPITRE 2 :

Les actions environnementales des consommateurs

Christine Della Valle, Johanne Mons, Françoise Bartiaux, Vincent Yzerbyt

Section 1. Cadres théoriques et objectifs

Dans ce chapitre, nous tenterons d'examiner le poids que les pressions externes, les obstacles,...exercent sur les comportements de tri des déchets ménagers et d'achat. Dans cette perspective, nous avons construit un questionnaire destiné à mesurer les diverses pratiques et attitudes des consommateurs concernant le tri et le recyclage des déchets ménagers en Belgique. Le questionnaire a été élaboré à partir des cadres théoriques psychosociaux portant sur la prédiction des comportements. Dans un premier point, nous allons présenter une des théories qui a inspiré plus particulièrement l'élaboration du questionnaire. Nous développerons ensuite, les objectifs spécifiques que nous nous sommes fixés dans cette étude.

1. Cadres théoriques

1.1. La théorie de l'action raisonnée et la théorie du comportement planifié

Dans le contexte de leur Théorie de l'Action Raisonnée, ou TAR, établie par Fishbein & Ajzen¹⁸, l'objectif prioritaire concerne la prédiction efficace du comportement des individus¹⁹. A cet égard, Fishbein et Ajzen innove de manière importante en introduisant une composante conative en position intermédiaire entre l'attitude et le comportement: c'est l'intention (désir, souhait, détermination, volonté à émettre le comportement). En outre, cette intention est censée s'ancrer non seulement dans l'attitude des individus mais également dans les pressions normatives perçues par ces derniers. Si l'intention est suffisamment forte, le comportement sera plus que probablement émis.

Outre l'innovation théorique de la TAR portant sur le rôle de la variable intentionnelle, le modèle se prononce de manière explicite sur les facteurs proximaux qui influencent les composantes attitudinale et normative. Ainsi, l'attitude serait déterminée par les croyances des individus quant aux conséquences du comportement cible et par l'évaluation par ces derniers de ces conséquences. Par exemple, un individu peut à la fois croire qu'en recyclant le verre, il diminue très probablement la quantité de déchets mis en décharge et penser que, de manière générale, diminuer la quantité des déchets mis en décharge est une très bonne chose. L'ensemble des conséquences qui paraissent pertinentes aux yeux des répondants entrent ainsi en ligne de compte pour déterminer, avec leur évaluations respectives, les opinions attitudinales des individus. Les opinions normatives combinent les croyances normatives et la motivation à se soumettre. Les croyances normatives, c'est-à-dire les pressions sociales perçues par les individus, sont définies comme la mesure dans laquelle les personnes qui

¹⁸ Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

¹⁹ Pour une présentation plus complète des propositions théoriques de Martin Fishbein et Icek Ajzen, voir Leyens, J.-Ph, & Yzerbyt, V. (1996). *Psychologie sociale*. Bruxelles : Mardaga.

comptent ou non pour les individus sont perçues comme souhaitant qu'ils émettent le comportement cible. La motivation à se soumettre est la mesure dans laquelle les individus, en général, font ce que les différentes personnes qui comptent pour eux souhaitent qu'ils fassent.

Les différents éléments du modèle permettent non seulement de prédire le comportement sur un plan statistique mais les différents concepts sont également supposés entretenir des relations causales entre eux. Ainsi, l'attitude est censée influencer de manière effective la formulation d'une intention particulière. Autrement dit, l'identification des éléments qui constituent les opinions attitudinales et normatives devrait permettre d'expliquer l'intention et, par voie de conséquence, le comportement. De plus, toute modification de l'un de ces éléments devrait aussi en principe affecter l'intention. On voit donc poindre la thèse optimiste selon laquelle l'identification puis la modification des croyances qui pèsent négativement sur une intention permet de changer celle-ci dans le sens souhaité.

La Théorie du Comportement Planifié, proposée par Ajzen^{20/21}, reprend l'ensemble des éléments de la TAR et lui adjoint le concept de contrôle perçu sur le comportement. En effet, selon Ajzen, la TAR montre ses limites dès lors que la réalisation des comportements échappe partiellement ou complètement à la volonté des individus. Cela signifie que la TAR se montre efficace pour une gamme somme toute assez limitée de comportements. La TCP vise à remédier à cet état de fait.

Le contrôle perçu renvoie en fait à la perception de la facilité ou de la difficulté avec laquelle les individus pensent pouvoir réaliser le comportement. Le contrôle perçu s'ancre dans les opinions de contrôle, c'est-à-dire la probabilité que l'on dispose des ressources qui conditionnent la réalisation du comportement. Ce concept évoque directement la notion plus ancienne d'efficacité personnelle ('self-efficacy') définie quant à elle comme le sentiment de pouvoir réaliser avec succès le comportement cible²². Aux termes de la TCP, la perception que les individus ont du contrôle qu'ils exercent sur le comportement influence tant l'intention comportementale que le comportement proprement dit (voir figure 2.1).

²⁰ Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Milton Keynes, UK: Open University Press

²¹ Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

²² Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.

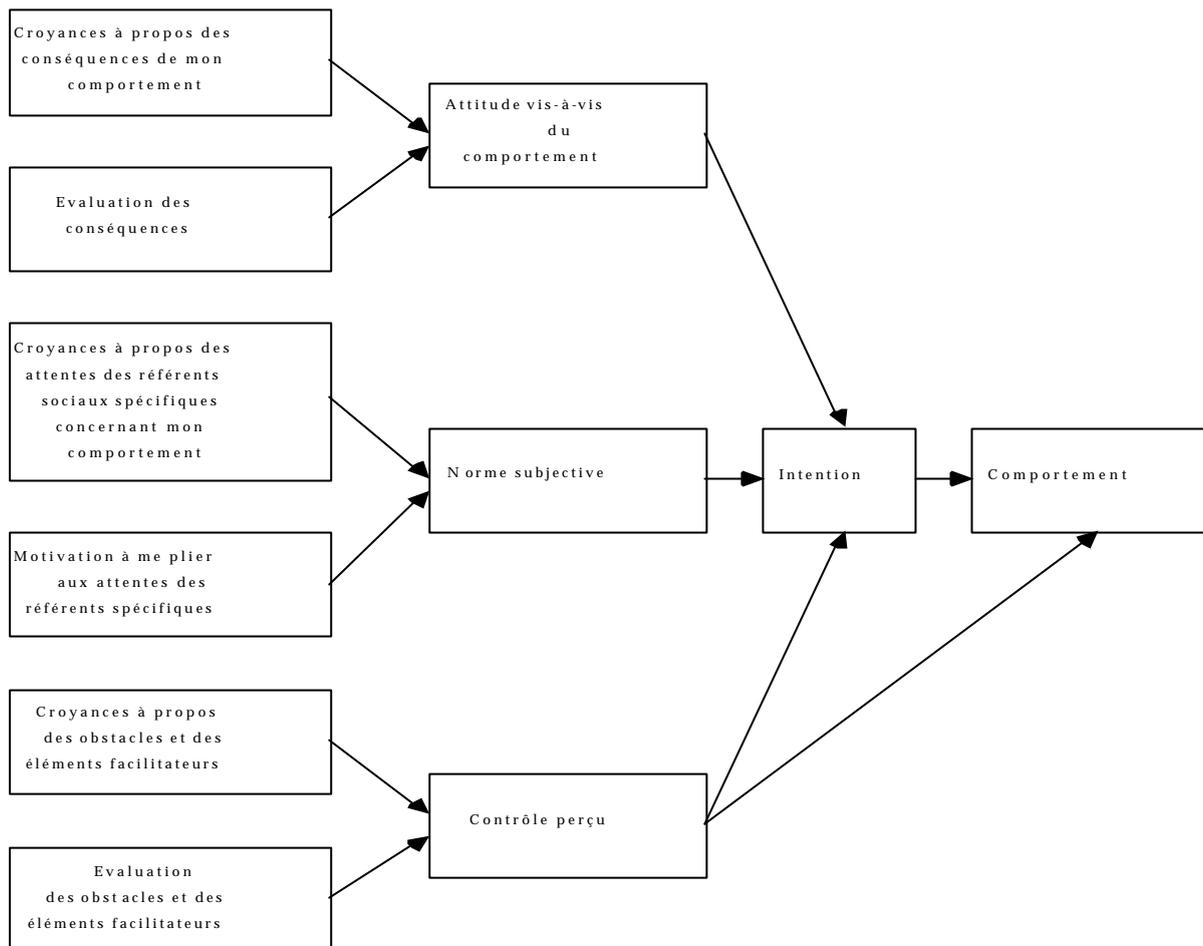


Figure 2.1 : Représentation schématique de la Théorie du Comportement Planifié

On le voit, un aspect tout particulièrement intéressant de l’approche de Ajzen concerne la prise en compte simultanée des composantes individuelles (attitudes) et sociale (normes subjectives) dans la prédiction du comportement. Un malentendu souvent rencontré dans l’interprétation du modèle consiste à considérer que les individus sont censés mettre en branle un processus d’analyse des tenants et aboutissants du comportement qui se révèle très fouillé et sans doute exorbitant sur le plan des possibilités intellectuelles des individus. Un tel point de vue passe sous silence le fait que les auteurs du modèle soulignent que le « calcul » des différentes composantes du modèle peut se faire à un moment différent de celui qui concerne la réalisation du comportement. En somme, les individus auraient à leur disposition les éléments du modèle à tout moment sans que ne soit nécessaire la mise en branle d’une computation par trop onéreuse pour déterminer la ligne de conduite.

Dans la plupart des applications du modèle de la TAR ou de la TCP, les auteurs ont travaillé sur base d’un comportement relativement ciblé. Un exemple souvent cité dans la littérature est, pour des jeunes femmes, l’intention d’avoir un enfant dans les deux années qui vont suivre. Une recherche de Fishbein montre en effet que les croyances des jeunes femmes tant au niveau des conséquences de ce comportement qu’au niveau de l’évaluation de ces conséquences donne lieu à une différenciation très nette entre les jeunes femmes qui disent avoir l’intention d’avoir un enfant dans les deux ans qui suivent et celles qui ne manifestent pas cette intention.

Notre questionnaire a été largement inspiré du modèle de la Théorie du Comportement Planifié et visait initialement à en exploiter les possibilités dans le domaine du recyclage des

déchets ménagers. En effet, nous souhaitons creuser les possibilités offertes par le modèle afin de différencier les motivations personnelles et sociales des individus qui disent recycler ou non les déchets ménagers.

1.2. La construction sociale de la réalité et les constructions identitaires

La théorie de la construction sociale de la réalité proposée par Berger et Kellner²³ ayant largement été développée dans le précédent rapport (rapport intermédiaire décembre 1999²⁴) et les constructions identitaires ayant fait l'objet même de cette contribution, nous ne reprendrons ici que les éléments principaux de ce que nous en avons déjà dit.

La réalité n'est pas perceptible en tant que telle. Nous n'accédons qu'à une *certaine vision* de la réalité. Cette vision est cependant considérée comme "normale", comme "la réalité" tout court, par l'ensemble des membres qui constituent la société puisqu'ils observent en commun le même système de représentations. Cette validation requiert une interaction constante avec nos semblables, ceux qui partagent notre réalité sociale. Nos rapports aux autres sont ainsi non seulement nécessaires à la construction de notre identité sociale, mais aussi à la construction de notre identité individuelle. Le couple, et par extension la famille, deviennent donc des lieux de construction identitaire individuelle, conjugale et familiale, mais aussi sociale.

Berger et Kellner ont développé l'idée que le mariage fonctionnait comme un instrument de la construction sociale de la réalité. La famille et son quotidien ménager peuvent donc être considérés comme des lieux de construction identitaire. Notre précédent rapport a permis de montrer que la gestion des déchets ménagers peut servir à analyser le travail jamais terminé de recomposition identitaire par lequel tout individu construit et reconstruit son identité dans ses interactions avec autrui. Recomposition identitaire tout à la fois

- individuelle: "Le geste quotidiennement refondateur de la civilisation consiste à se laver et à ranger. Être propre, c'est être en propre, être soi, clairement séparé de la souillure et du non-soi: se défaire de la saleté dessine la première frontière existentielle"²⁵.
- conjugale: le travail domestique doit être considéré comme "une activité essentielle concourant puissamment à définir la relation conjugale et les identités des individus socialisés dans le couple"²⁶.
- familiale: "Faire le ménage, ce n'est pas seulement enlever la poussière et remettre les objets à leur place: par ces gestes routiniers se fabrique journallement rien d'autre que la base de l'existence du groupe domestique. (...) "Faire le ménage", c'est faire le ménage, constituer la famille"²⁷.

²³ Peter Berger et Hansfried Kellner, «Le mariage et la construction sociale de la réalité», *op. cit.*

²⁴ Bartiaux, F., Mons, J. et V. Yzerbyt : "Jeter, trier, conserver, donner : objets au rebut et constructions identitaires"

²⁵ Jean-Claude Kaufmann, *La trame conjugale, analyse du couple par son linge*, *op. cit.*, p. 15.

²⁶ Jean-Claude Kaufmann, *Sociologie du couple*, Que sais-je n°2787, P.U.F., 1993, p.92.

²⁷ Jean-Claude Kaufmann, *Le coeur à l'ouvrage, théorie de l'action ménagère*, Nathan (Essais et Recherches), Paris, 1997, p. 49.

1.3. La sociologie compréhensive

La sociologie compréhensive inverse les phases de construction de l'objet de la sociologie classique: elle ne se sert plus de son terrain d'investigation pour vérifier une problématique préétablie, mais bien comme **point de départ** de cette problématisation (voir rapport de décembre 1999). L'objet se construit donc peu à peu, par une élaboration théorique qui progresse jour après jour, à partir d'hypothèses fondées sur le terrain. La théorie qui en résulte est particulière et directement frottée au concret, elle n'émerge que lentement des données. Ce faisant, l'entretien compréhensif change radicalement la définition de la plupart des techniques d'enquêtes utilisées dans l'entretien de type classique. Dans sa démarche, le chercheur considère la personne comme un informateur, quelqu'un qui va lui apprendre des choses sur le social et les processus sociaux de son époque. La compréhension intime de la manière dont la personne pense et agit n'est donc qu'un instrument utilisé pour mettre en évidence des processus sociaux et développer une explication compréhensive du social.

2. Objectifs

A travers l'analyse des données récoltées dans le questionnaire, nous voulions analyser l'impact des facteurs qui déterminent les intentions des individus et des ménages quant au recyclage de leurs déchets ménagers. Notre étude avait plusieurs visées. D'une part, elle cherchait à mesurer le poids respectif des facteurs identitaires, des normes sociales et du contrôle perçu. D'autre part, elle tentait de mettre en évidence l'articulation entre ces différents facteurs et les comportements passés. Elle était conçue de manière à révéler les relations éventuelles de l'ensemble de ces facteurs avec les attitudes et les opinions quant aux conséquences liées au recyclage des déchets. Malheureusement, suite aux modifications que les responsables du panel ont fait subir au questionnaire, il ne nous a plus été possible de tester le modèle de la TCP. Nous avons donc du revoir nos objectifs.

Les données récoltées grâce au panel devraient nous néanmoins permettre de décoder la manière dont les gens conçoivent le tri et le recyclage de leurs déchets. Notre visée reste bien évidemment d'aller tant que faire se peut au-delà du simple sondage d'opinion et d'essayer de comprendre pourquoi les gens font ce qu'ils font. Par exemple, pourquoi ils ne trient pas leurs déchets alors qu'ils disent qu'ils sont obligés de trier dans leur commune ou encore pourquoi les répondants trient alors qu'ils ne sont pas obligés de trier dans leur commune. A cet effet, nous allons nous intéresser aux actions environnementales et étudier une série de facteurs qui sont susceptibles d'influencer ces actions. Nous tenterons notamment de cerner qui sont ces individus à partir des variables démographiques comme le sexe, l'âge, etc. (Il s'agit aussi et surtout des pressions externes, des motivations telles que la connaissance que les gens ont de l'environnement ou les valeurs qu'ils attribuent au tri de leurs déchets ménagers).

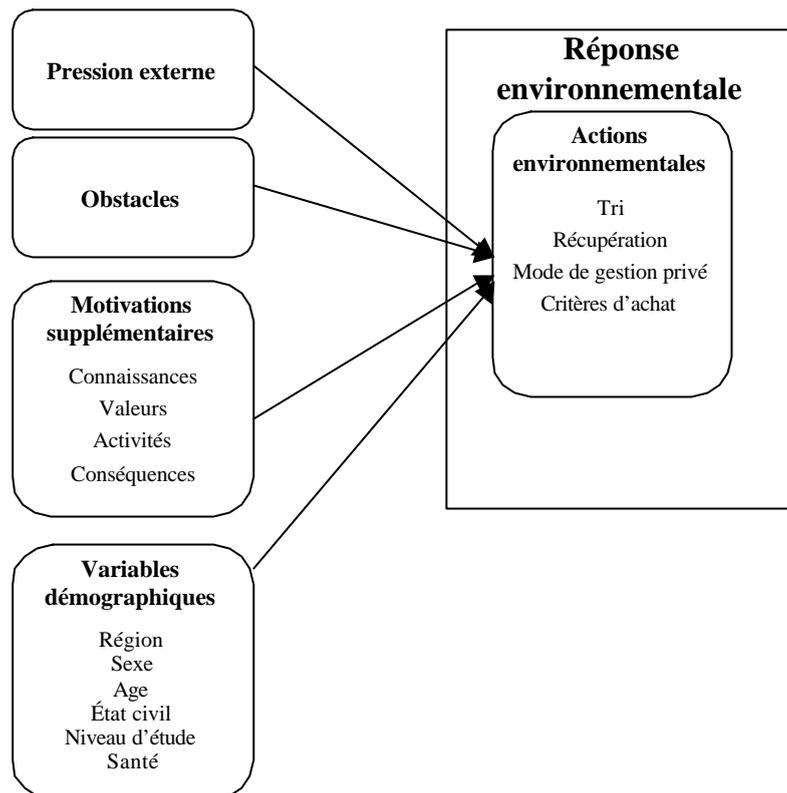


Figure 2.2 : objectifs de recherche

Comme on peut le voir dans la figure 2.2, nous allons mesurer l'impact des variables telles que la pression externe, les motivations et les obstacles sur les comportements de tri et les critères d'achat. Nous étudierons aussi les différents comportements en tenant compte des variables démographiques. Nous désirons décrire les caractéristiques d'un comportement respectueux de l'environnement en montrant notamment que les variables démographiques sont utilement complétées par des considérations de type psychologique. Parallèlement à la réalisation du panel, nous avons mené une enquête qualitative sur base d'entretien.

Section 2. Méthodologie

Le PSBH – Panel Study of Belgian Households – est depuis 1990 un projet du "Programme d'Impulsion de Recherche en Sciences Sociales" du Ministère de la Politique Scientifique (Services Fédéraux des Affaires Scientifiques, Techniques et Culturelles). L'objectif du PSBH est de construire une banque de données longitudinales, basée sur un échantillon représentatif des ménages et des individus, à l'intérieur de laquelle on trouve un large éventail de thèmes socio-économiques, choisis notamment en fonction de recherches de planification et d'évaluation de politique. Le Panel est réalisé par les Universités d'Anvers et de Liège dont les services de sociologie de la famille sont à l'initiative de cette enquête de grande envergure, puisqu'il s'agit d'un panel de démographie familiale. Cela signifie que chaque année, les mêmes familles sont visitées par les enquêteurs et répondent aux mêmes questions. En 1998,

nous avons pu introduire, dans le PSBH, les questions relatives aux comportements de tri et de recyclage des déchets ménagers. Ce sont ces données que nous allons analyser dans notre rapport.

1. La population de référence

1.1. Partie quantitative

La population de référence se compose des ménages habitant en région bruxelloise, flamande et wallonne.

1.2. Partie qualitative

La population de référence de la partie qualitative se compose d'informateurs francophones habitant la Wallonie ou la région bruxelloise.

2. L'échantillon

L'échantillon se compose de 3780 ménages vivant en Belgique, soit 7028 adultes (de 16 ans et plus). Certaines informations socio-démographiques, telles que la région d'habitation et le revenu net du ménage ont été récoltées sur l'ensemble des ménages. D'autres, comme l'état civil, le niveau d'étude, ont été récoltées au niveau individuel. Les données sont détaillées dans l'annexe 1 pour les données des ménages et dans l'annexe 2 pour les adultes.

2.1. Données sur les ménages

a. Partie quantitative

L'échantillon a été construit de manière à représenter l'ensemble de la population belge. Parmi les 3780 ménages, 56% des ménages sont flamands, 35% de ménages sont wallons et 9% de ménages sont bruxellois.

Au niveau des revenus nets des ménages, nous observons que parmi les 2676 ménages qui ont répondu à la question, 0.7% des ménages possèdent un revenu de moins de ou égal à 20000 BEF, 20.4% ont un revenu entre 20000 et 39999 BEF, 24.4% ont un revenu entre 40000 et 59999 BEF, 18.2% ont un revenu entre 60000BEF et 80000 BEF, 13.5% ont un revenu entre 80000 BEF et 100000 BEF, 11.2% ont un revenu entre 100000 BEF et 120000 BEF, 10.2% ont un revenu 120000 BEF et 200000 BEF et 1.4% des ménages possèdent un revenu égal ou supérieur à 200000 BEF.

b. Partie qualitative

L'analyse qualitative porte sur 51 entretiens compréhensifs de personnes francophones vivant seules, en couple ou en famille, réalisés entre mars 1998 et août 2000. Les grilles de questions proposées aux différents informateurs diffèrent quelque peu en regard de leur situation familiale (étudiants, célibataires, couples ou familles). A l'exception des populations largement défavorisées, tous les milieux socio-économiques sont représentés dans notre échantillon.

L'entretien le plus court dura 40 minutes, le plus long 1h35. Tous les entretiens furent enregistrés et intégralement retranscrits.

2.2. Données sur les individus

a. Partie quantitative

Parmi les 7028 individus qui ont pris part au panel, on compte 47% d'hommes et 53% femmes. Nous avons classé les personnes selon les 4 catégories d'âge utilisées couramment en démographie. Nous observons ainsi 14% d'individus qui ont de 16 à 24 ans, 31% qui ont de 25 à 39 ans, 32% qui ont de 40 à 59ans et 23% des individus qui ont 60 ans et plus. Nous avons noté que 61% des personnes sont mariées, 8% sont séparées de leur conjoint, 7% sont veufs et 24% sont célibataires.

Nous avons également relevé l'activité professionnelle principale de l'échantillon durant l'année 1997. Ainsi, 43.6% des personnes ont un travail rémunéré, 21.6% sont retraitées, 9.7% des personnes travaillent dans leur foyer, 9.3% des personnes sont aux études, 7.1% sont indépendants, 5.2% sont des chômeurs, 0.6% ont un travail familial non rémunéré, 0.5% sont en contrat d'apprentissage et 2.2% ont une autre activité que celles précédemment citées.

Nous avons regroupé les différents niveaux d'étude en 4 catégories et nous observons que 15.3% ont leur diplôme du primaire ou pas de diplôme du tout, 25% possèdent un diplôme du secondaire inférieur, 30.5% possèdent un diplôme du secondaire supérieur et 29.2% ont un diplôme du supérieur ou universitaire.

Nous nous sommes aussi penchés sur l'état de santé de l'échantillon. Nous constatons que 23.7% des individus s'estiment en très bonne santé, 51.5% en bonne santé, 20% estiment que leur santé est normale (ni bonne, ni mauvaise), 3.8% se trouvent en mauvaise santé et 1% en très mauvaise santé.

b. Partie qualitative

Au sein de notre échantillon (51 ménages), 2 entretiens ont été réalisés auprès d'individus vivant seuls (dont une veuve), 24 entretiens auprès de couples et 25 entretiens auprès de familles (dont 5 auprès de familles monoparentales). Parmi ces 51 ménages informateurs, 15 habitaient à la campagne et 36 en ville.

La majorité de nos informateurs étaient soumis à des directives communales de tri sélectif telles qu'elles ont été décrites dans notre rapport ²⁸, mais tous ne l'étaient pas.

²⁸ Bartiaux, F., Mons, J. et V. Yzerbyt : "Jeter, trier, conserver, donner : objets au rebut et constructions identitaires", rapport intermédiaire SSTC, décembre 1999.

3. Le questionnaire

3.1. Partie quantitative

On trouvera dans le rapport intermédiaire d'avril 1998²⁹, le détail des différentes phases qui ont mené à l'élaboration du questionnaire du panel. De manière succincte, on peut décrire les étapes successives de la manière suivante :

La rédaction des questions a été inspirée du modèle d'Ajzen et Fishbein (1980). Deux questionnaires exploratoires et un questionnaire pré-test ont été administrés afin d'élaborer les questions finales du panel. Il s'agissait de mesurer l'attitude et les intentions en matière de tri et de recyclage des déchets ménagers. Le questionnaire final a été réduit en fonction de la place disponible dans le panel. Il a aussi subi un remaniement substantiel et ceci sans notre consentement. En effet, des questions ont été modifiées ou supprimées par les responsables du panel. En conséquence, le questionnaire final se compose de 17 questions qui ne permettent pas de tester le modèle qui a servi à sa construction. Nous tenterons malgré tout de tirer un maximum d'information des données récoltées et de rester au plus près de nos modèles théoriques.

Le questionnaire final est repris dans l'annexe 3. Les questions se répartissent dans une partie 'adultes' et une partie 'ménage'. Cela signifie que tout les adultes d'un même ménage ont répondu aux questions adultes et que seul le chef du ménage a répondu aux questions de la partie ménage.

3.2. Partie qualitative

Conformément au but de la sociologie compréhensive (construire l'élaboration théorique au jour le jour à partir d'hypothèses fondées sur le terrain), la grille de questions d'un entretien compréhensif se veut très ouverte, de manière à laisser l'informateur s'exprimer le plus librement possible autour d'un thème donné. Les questions ne sont donc pas posées comme telles par l'enquêteur lors de l'entretien mais offrent plutôt une ligne de conduite générale à adopter durant celui-ci. Les différentes grilles de questions utilisées lors de nos entretiens sont reprises dans l'annexe.

Section 3. Analyse

Dans cette section, nous allons présenter les variables qui sont utilisées dans les analyses et qui caractérisent l'action environnementale, ainsi que les variables qui sont associées à cette action environnementale. L'action environnementale peut être définie comme un ensemble de comportements respectueux de l'environnement que l'individu émet dans la vie quotidienne. C'est par exemple le fait de trier les déchets ménagers plutôt que de tout mettre dans la même poubelle, acheter des bouteilles consignées plutôt que des bouteilles jetables ou encore donner ses vieux vêtements à des associations plutôt que de les jeter.

²⁹ Gieseler Th. et V. Yzerbyt : « Le poids des normes sociales et du contrôle perçu dans les modèles attitudinaux : vers le recyclage de concepts négligés », Working papers n° 17, mars 1998, 34 p.

Plusieurs variables sont susceptibles d'influencer l'action environnementale. Ce sont les pressions externes qui émanent des autorités locales, les motivations qui vont conduire les individus à réaliser des actions environnementales et les obstacles que les individus vont rencontrer pour mener à bien ces actions. Chaque variable, ainsi que les thématiques qu'elles regroupent, seront expliquées dans les points qui suivent.

L'action environnementale et les pressions externes sont mesurées au niveau du ménage tandis que les motivations et les obstacles sont mesurés au niveau des individus. Toutefois, pour réaliser nos analyses, nous allons devoir travailler simultanément sur les informations des questionnaires « ménage » et « adulte ». Afin de faciliter tant le traitement que la présentation des données, nous avons décidé de travailler avec les scores individuels en attribuant la réponse du chef du ménage à chaque individu de ce ménage. Pour vérifier si nous pouvions utiliser les scores individuels à la place des scores du ménage, nous nous sommes appuyés sur un test statistique. Ce test doit pouvoir nous conforter dans l'idée que les fréquences brutes des ménages et les fréquences brutes des individus ne sont pas différentes auquel cas nous présenterons les scores individuels. Les scores par ménage ainsi que les résultats des tests statistiques sont présentés dans les annexes 4 à 9.

1. Les actions environnementales

Nous avons rassemblé sous ce construit 4 thématiques qui ont toutes trait aux diverses actions environnementales que les individus peuvent entreprendre concernant les déchets ménagers. Il s'agit de la thématique du tri effectif des déchets ménagers, la récupération ou réutilisation de certains objets et du mode de gestion privé des objets qui ne sont plus utilisés mais qui sont toujours en bon état. Nous allons associer aux actions environnementales la thématique des critères d'achat c'est-à-dire les décisions ou les choix qui interviennent avant l'acte d'achat et qui influencent l'achat d'un produit plutôt qu'un autre.

Pour chaque thématique, nous allons présenter les données brutes. Ensuite, lorsque cela s'avérera intéressant, nous étudierons les liens entre les indicateurs, au sein d'une même thématique et les liens entre différentes thématiques.

1.1. La thématique du tri

La thématique du tri est abordée dans le questionnaire ménage par le biais de la question 'selon quelle fréquence triezy-vous les produits suivants : les journaux, le papier, les tétrabriques, les cartons d'emballages, les bouteilles en verre, les bouteilles en plastiques et les déchets alimentaires et le compost'. Pour chaque produit, les réponses vont de 'jamais' à 'toujours', en passant par 'parfois' et 'souvent'

Selon quelle fréquence triezy-vous les produits suivants :				
	Jamais	Parfois	Souvent	Toujours
1. journaux	1	2	3	4
2. papiers	1	2	3	4
3. tétrabriques	1	2	3	4
4. carton d'emballage	1	2	3	4
5. bouteilles en verre	1	2	3	4
6. bouteilles en plastique	1	2	3	4
7. déchets alimentaires et compost	1	2	3	4

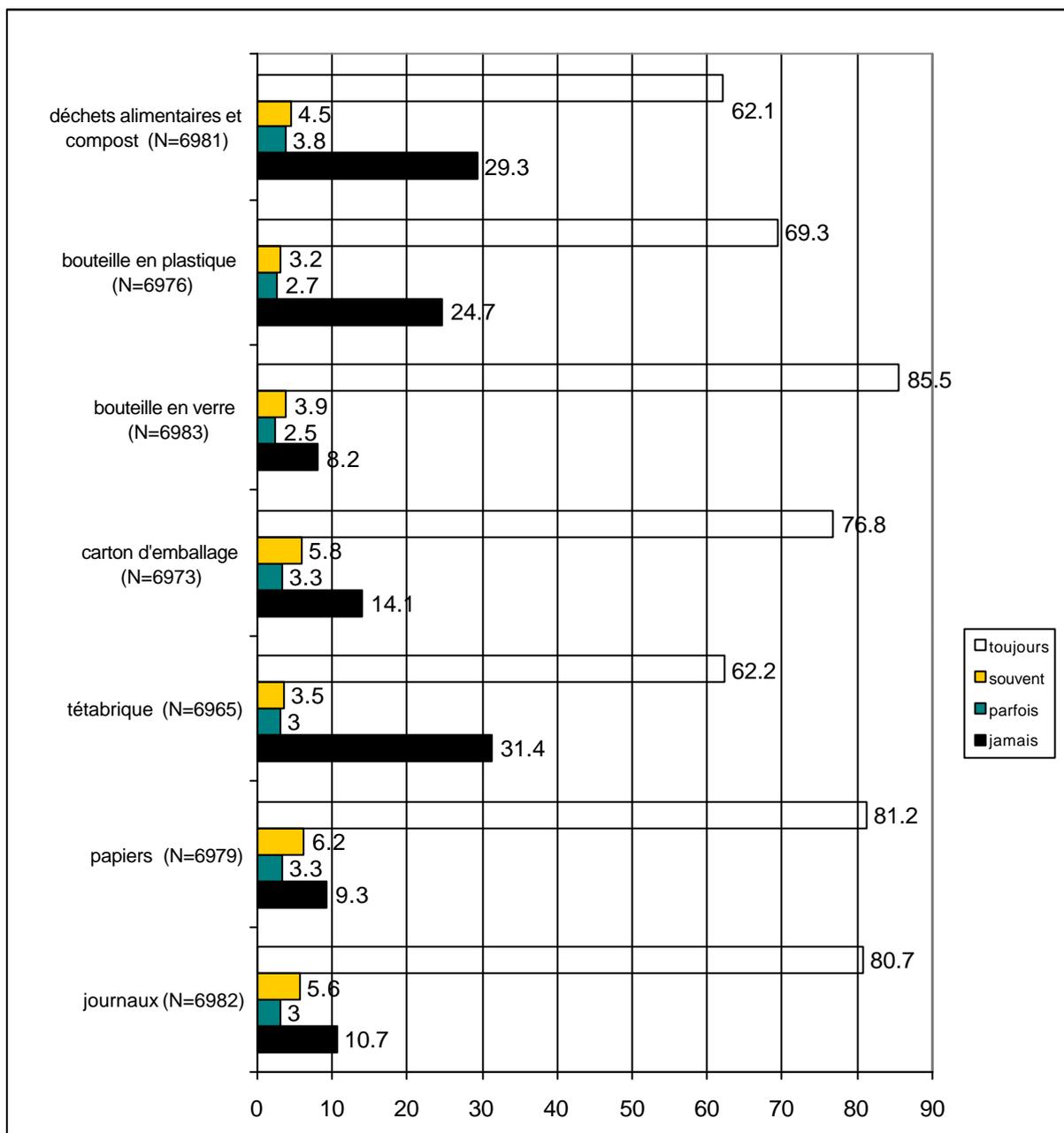


Figure 2.3 : Selon quelle fréquence triez-vous les produits suivants ?
(PSBH 1998, pourcentage des individus pour la thématique du tri)

Cette question se compose donc de 7 indicateurs qui représentent les diverses matières que les individus peuvent trier. Les réponses sont rapportées sur une échelle à 4 points où l'option 1 signifie que le produit n'est jamais trié, l'option 2 signifie que le produit est parfois trié, l'option 3 signifie que le produit est souvent trié et l'option 4 signifie que le produit est toujours trié. Le résultat du test d'indépendance et les données des ménages se trouvent dans l'annexe 4.

Les réponses des individus révèlent que plus de trois répondants sur quatre disent toujours trier les journaux, le papier, les cartons d'emballages ou les bouteilles en verre. On note aussi que 69.3% des répondants disent toujours trier les bouteilles plastiques, 62.1% disent toujours trier les déchets alimentaires et le compost et 62.2% disent toujours trier les tétabriques.

Nous constatons que les matières comme les journaux, le papier, les cartons d'emballages et les bouteilles en verre semblent plus facilement triées que les bouteilles en plastiques, les tétabrikues et les déchets alimentaires et le compost. Une explication de ce résultat peut résider dans la mise en place plus récente du tri et du ramassage de ces 3 dernières matières. De plus, il n'existe pas de bulles pour les tétabrikues et les déchets alimentaires.

a. Liens entre les indicateurs de tri

Il est intéressant d'étudier les relations qui existent entre les divers indicateurs au sein de la thématique du tri. En effet, nous pouvons par exemple voir si les individus qui trient toujours une matière trient ou non les autres matières. A cette fin, nous avons réalisé une analyse de correspondances multiples. La représentation graphique nous permet de voir les indicateurs les plus similaires et les plus différents. En effet, des indicateurs proches dans le graphique, indiquent une haute association et des indicateurs éloignés indiquent une faible association. Sur la base d'une analyse des correspondances multiples, nous avons retenu 2 dimensions qui rendent compte de 37.7% de la variance totale.

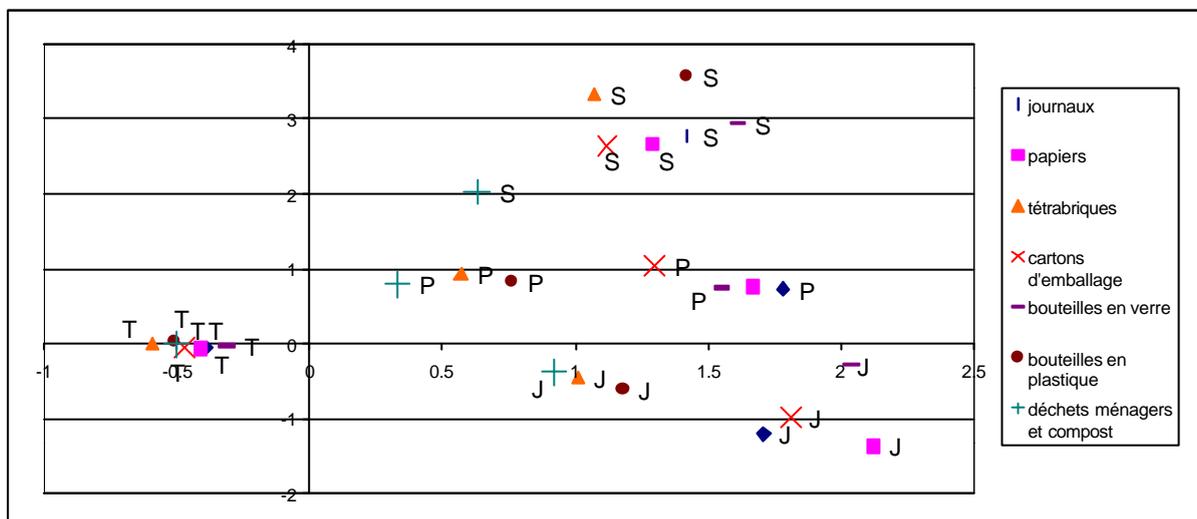


Figure 2.4: Représentation graphique de l'analyse en correspondances multiples (PSBH 1998, tous les répondants)

Nous observons que la première dimension oppose l'option 'jamais' trier à l'option 'toujours' alors que la seconde dimension oppose l'option 'jamais' à l'option 'souvent'. De façon intéressante, nous pouvons observer que l'option 'parfois' ne contribue pas de manière significative à l'interprétation des résultats. Ce qui revient à dire qu'elle occupe une position particulière. Le fait de savoir que l'on trie 'parfois' telle matière, par exemple le papier, ne permet pas de prédire si on trie ou pas les autres matières.

Nous pouvons placer les comportements sur un continuum de 'tri' où l'on trouve à une extrémité le comportement le plus simple à réaliser et que les individus ne font jamais ('jamais trier les papiers') et à l'autre extrémité, un comportement plus difficile à poser et que les individus réalisent toujours ('toujours trier les tétabrikues'). Nous avons choisi comme comportement intermédiaire proche de l'option toujours l'item 'parfois trier les tétabrikues' plutôt que 'parfois trier les déchets alimentaires'. En effet, certaines personnes, par exemple celles qui vivent en appartement, peuvent ne pas avoir d'endroit pour composter. Comme second comportement intermédiaire nous avons opté pour l'item 'parfois trier les papiers' plutôt que 'parfois trier les journaux'. En effet, tout le monde n'achète pas de journaux ou

refuse les journaux gratuits alors que tout le monde possède des papiers (courriers,...) dont il doit se débarrasser .



Figure 2.5: Continuum du tri (PSBH 1998)

La thématique du tri étant au centre de nos intérêts, nous allons en tenir compte lorsque nous analyserons les thématiques de la récupération, des modes de gestion privés des déchets et des critères d'achat. Nous étudierons les liens qui existent entre chaque thématique et les deux comportements de tri extrêmes (ne jamais trier les papiers et toujours trier les tétabrikues) que nous avons identifiés suite à l'analyse de correspondances multiples. Dans certains cas, nous inclurons dans nos analyses les deux comportements intermédiaires (trier parfois les papiers et trier parfois les tétabrikues). Nous verrons ainsi quelles actions environnementales sont posées en fonction de ce que les gens trient.

Avant de développer les autres thématiques, nous allons nous appuyer sur des tableaux croisés pour analyser le comportement de tri des individus en fonction de leur position sur le continuum du tri.

b. Interprétation du lien entre les scores extrêmes

On peut penser que si on prend le score extrême dans l'option 'toujours', toujours trier les tétabrikues, ces personnes devraient aussi toujours trier les journaux, papiers,... Dans la figure 2.6, nous avons représenté, pour chaque matière, les comportements de tri des répondants qui trient toujours les tétabrikues. Nous constatons que notre hypothèse se vérifie et que les répondants qui déclarent toujours trier les tétabrikues disent trier toutes les matières, même les bouteilles plastiques et les déchets alimentaires.

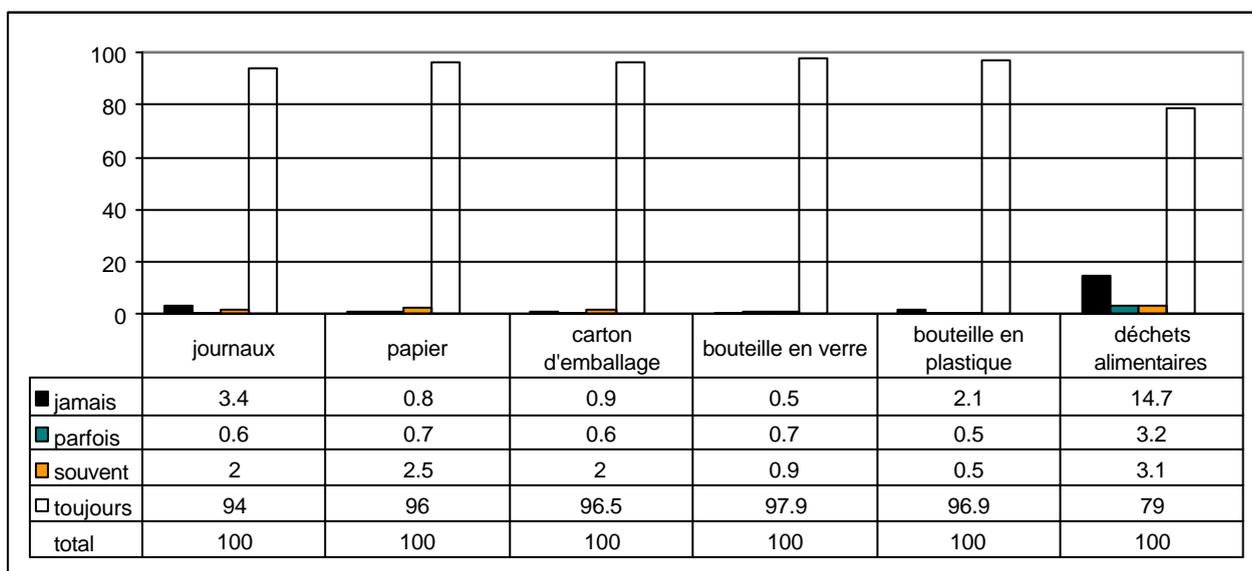


Figure 2.6 : Lien entre le tri des tétabrikues et les autres matières (PSBH 1998, les répondants qui trient toujours les tétabrikues, N = 4331)

Si on prend l'autre extrême du continuum, on peut supposer que les répondants qui disent ne jamais trier les papiers ne trieront généralement jamais les autres matières. La figure 2.7 illustre le comportement des individus qui ne trient jamais les papiers. On remarque que,

conformément à notre hypothèse, ce groupe de répondants ne trie jamais les autres déchets. Notons toutefois que le tri des bouteilles en verre est relativement élevé si on le compare au tri des autres matières. Ceci peut être dû au grand nombre de bulles pour le verre mis à disposition du public.

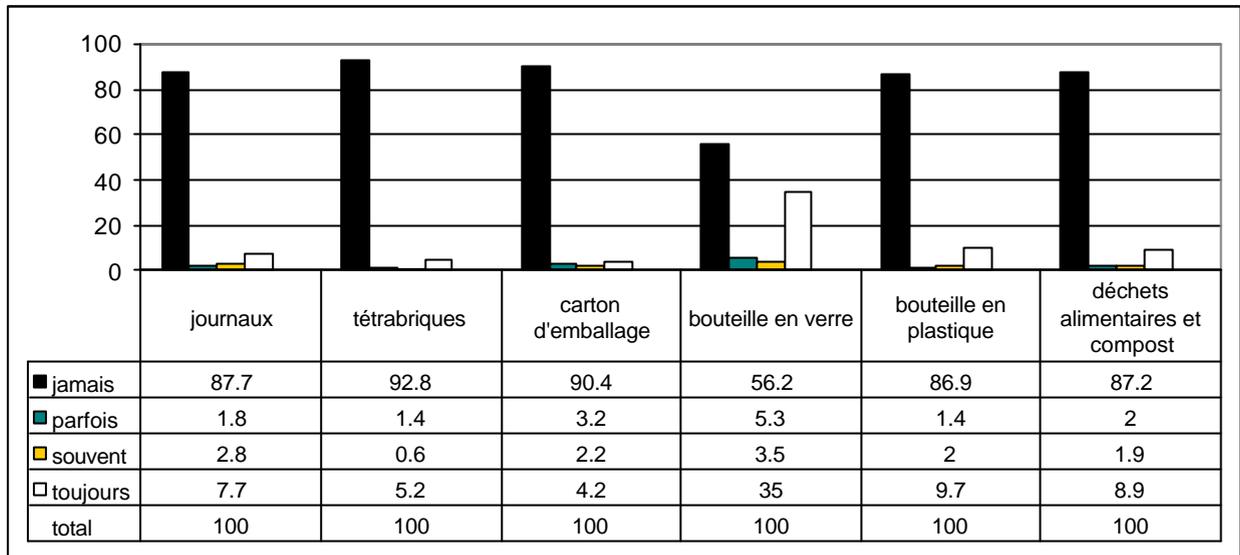


Figure 2.7 : lien entre le non-tri des papiers et le tri des autres matières (PSBH 1998, répondants qui ne trient jamais les papiers, N=648)

c. Interprétation des scores intermédiaires

Nous voulons aussi examiner si les répondants qui déclarent trier parfois les papiers ont un comportement de tri différent de ceux qui disent trier parfois les tétrabriques. Autrement dit, les personnes qui trient parfois les tétrabriques trieront-elles plus les autres matières que ceux qui trient parfois les papiers ?

On remarque en fait que seulement 13.1 % des individus qui disent trier parfois les papiers, disent aussi ne jamais trier les journaux, 37.5% disent ne jamais trier le carton d'emballage et 11.5% disent ne jamais trier les bouteilles en verre. Notons que ces 4 matières sont souvent collectées ensemble, lors des ramassages en porte-à-porte et que les papiers, cartons et journaux se retrouvent dans le même conteneur, dans les parcs à conteneurs. On remarque aussi que ceux qui disent trier parfois les papiers, ne trient jamais les tétrabriques (62.8%), les déchets alimentaires et le compost (62.1%) ou les bouteilles en plastiques (48.5%).

En d'autres termes, le fait de trier parfois une matière qui est d'habitude facilement triée, comme c'est le cas des papiers, n'implique pas le tri de matières comme les tétrabriques, les déchets alimentaires et le compost ou les bouteilles en plastiques qui sont en règle générale plus difficilement triées par les répondants. De plus, nous avons relevé que 43.6% disent toujours trier les bouteilles en verre et 23.8% disent toujours trier les bouteilles en plastique. Nous supposons que ces répondants trient ces matières car ils trouvent près de chez eux des bulles pour le verre ou le plastique.

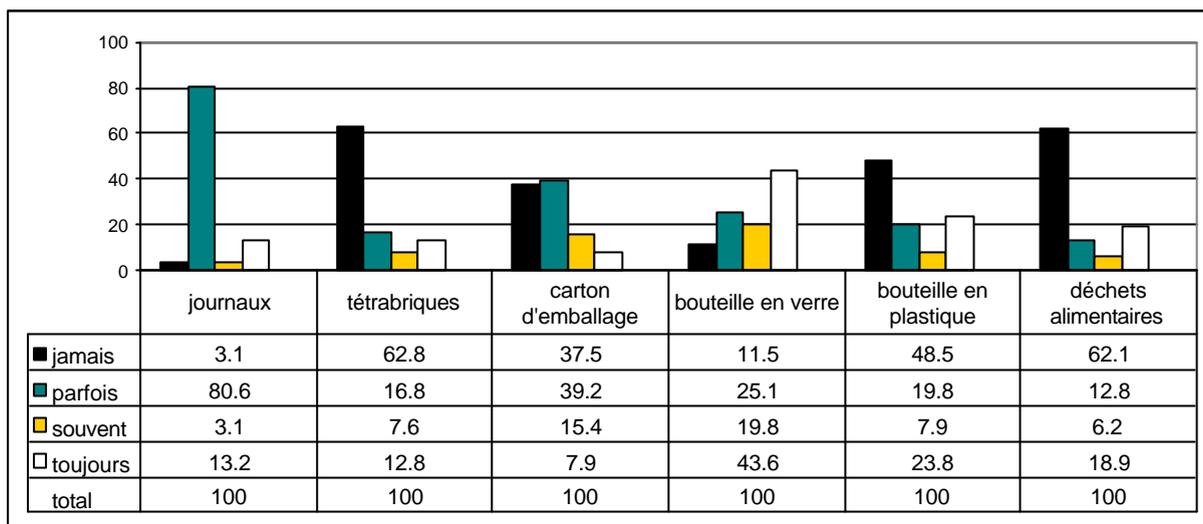


Figure 2.8: lien entre le tri des papiers et le tri des autres matières (PSBH 1998, répondants qui trient parfois les papiers, N=227)

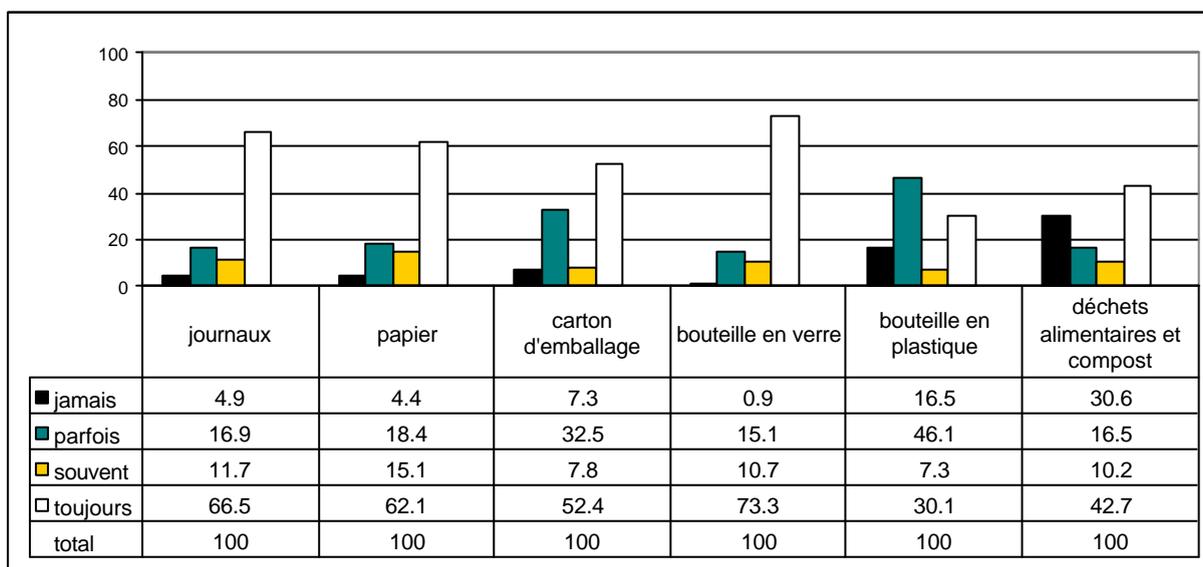


Figure 2.9: lien entre le tri des tétrabriques et le tri des autres matières (PSBH 1998, répondants qui trient parfois les tétrabriques, N=206)

Parmi les individus qui disent trier parfois les tétrabriques, on observe un nombre important de répondants qui disent toujours trier les journaux, le papier et les bouteilles en verre. On note 92.7% des répondants qui disent trier occasionnellement les cartons d'emballage, 83.5% les bouteilles en plastiques et 69.4% les déchets alimentaires et le compost. On constate ici que le tri, même occasionnel, d'une matière comme les tétrabriques va de pair avec un tri régulier des autres matières.

Enfin, on remarque que parmi les individus qui disent trier parfois les papiers, 62.8% disent ne jamais trier les tétrabriques mais que parmi les personnes qui disent parfois trier les tétrabriques, 66.5% disent toujours trier les papiers.

Finalement, nous constatons que certaines matières semblent plus faciles à trier que d'autres et que trier, même occasionnellement, une matière plus difficile à trier comme les tétrabriques est généralement associée au tri de toutes les autres matières. On observe bien une évolution

du comportement général de tri en fonction de la position occupée sur le continuum de tri. A première vue, il paraît plus bénéfique d'investir son énergie pour inciter les gens à trier une matière comme les tétrabriques plutôt que les papiers.

1.2. La thématique de la récupération

La thématique de la récupération est abordée dans le questionnaire ménage sous la question suivante:

Selon quelle fréquence triez-vous les produits suivants :				
	Jamais	Parfois	Souvent	Toujours
1. Utilisez-vous les sachets plastiques des grandes surfaces pour des usages domestiques ? (sacs poubelles,...)	1	2	3	4
2. Récupérez-vous certaines pièces d'appareils hors d'usage (comme : clous, fils électrique, autres parties,...)	1	2	3	4
3. Rechargez-vous vous même vos piles ?	1	2	3	4
4. Utilisez-vous les restes d'un repas pour un autre repas ou pour un animal ?	1	2	3	4
5. Utilisez-vous de vieux vêtements pour des tâches ménagères ? (comme chiffon)	1	2	3	4

Comme on peut le constater, cette question se compose donc de 5 indicateurs qui représentent des comportements que les individus peuvent mettre en place en vue de récupérer certaines matières plutôt que de les jeter à la poubelle. Les réponses sont mesurées sur une échelle à 4 points où l'option 1 signifie que l'action n'est jamais réalisée, l'option 2 signifie que l'action est parfois réalisée, l'option 3 signifie que l'action est souvent réalisée et l'option 4 signifie que l'action est toujours réalisée. Les résultats du test d'indépendance ainsi que les résultats pour les ménages sont repris dans l'annexe 5.

Lorsqu'on examine les réponses des individus, on remarque que 53.1% des individus disent utiliser toujours les sachets plastiques des grandes surfaces pour des usages domestiques. Ce comportement peut-être interprété de manière positive dans le sens où le sac plastique est réutilisé comme sac poubelle avant de se retrouver lui-même à la poubelle. Cependant, un comportement encore plus respectueux de l'environnement serait de ne plus prendre de sacs plastiques à la sortie du magasin mais d'utiliser des box en plastique ou des sacs réutilisables.

On remarque que 48.7% des répondants disent ne jamais récupérer certaines pièces d'appareils hors d'usage. Que les pièces soient si peu récupérées peut provenir du fait qu'actuellement les appareils deviennent de plus en plus difficiles à réparer et que le prix de réparation du fournisseur équivaut souvent au prix d'un appareil neuf. De plus, dans notre vie quotidienne nous ne sommes pas invités à récupérer des objets mais plutôt à consommer, à acheter du neuf.

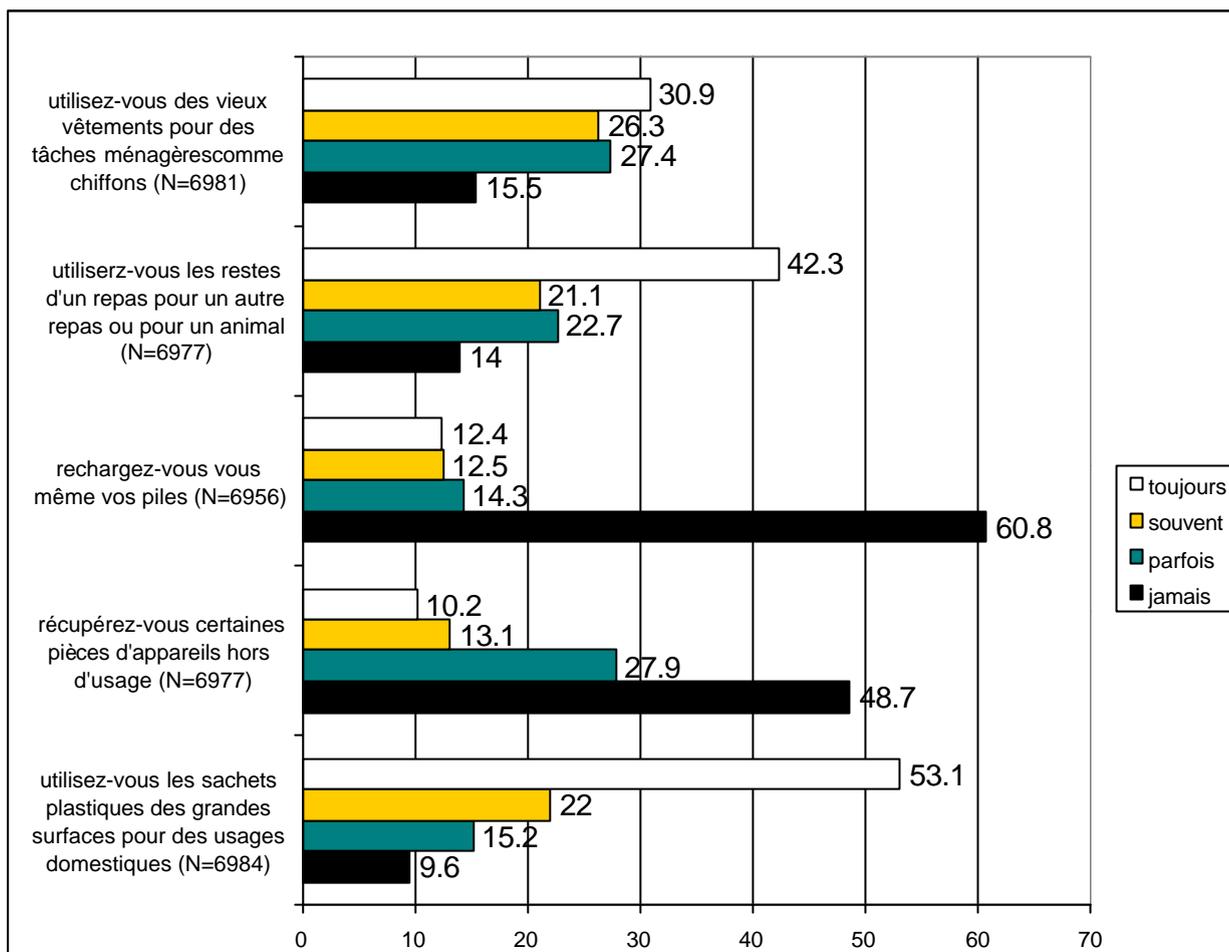


Figure 2.10: fréquence des comportements de récupération (PSBH 1998, pourcentage des individus pour la thématique de la récupération)

On note aussi que 60.8% des répondants disent ne jamais recharger leurs piles. On peut supposer qu'ils achètent plutôt des piles jetables que des piles rechargeables ou qu'ils utilisent rarement des piles. Notons que pour les piles jetables, il existe des campagnes d'information et de récolte qui incitent à ne pas les jeter à la poubelle. Néanmoins nous pensons que cela n'encourage pas forcément les gens à utiliser des piles rechargeables. Au contraire, les personnes sont incitées à continuer à acheter des piles jetables puisque les piles sont collectées et traitées séparément. Les gens peuvent donc avoir l'impression que l'utilisation de piles jetables ne nuit pas à l'environnement. Il est clair qu'il n'y a pas (assez) d'information sur les piles rechargeables. Les gens sont sans doute freinés par le prix d'achat du chargeur et des piles rechargeables ou ne font pas un calcul sur le long terme.

On observe que 42.3% des répondants disent utiliser toujours les restes d'un repas pour un autre repas ou un animal et que 30.9% disent utiliser toujours des vieux vêtements comme chiffon. Ces comportements sont positifs dans le sens où tout ce qui est récupéré ne finit pas tout de suite dans la poubelle.

a. Liens avec la thématique du tri

Dans cette section, nous comparons le comportement de récupération des individus lorsqu'ils ne trient jamais les papiers et lorsqu'ils trient toujours les tétrabriques. Lorsqu'on observe les figures 2.11 et 2.12, on remarque que les répondants des deux groupes ont des profils de comportements de récupération assez similaires. D'une part, les répondants des deux groupes ont tendance à récupérer les sachets plastiques, les restes de repas et les vieux vêtements. D'autre part, les répondants ne récupèrent pas les pièces d'appareils hors d'usage et ne rechargent pas les piles.

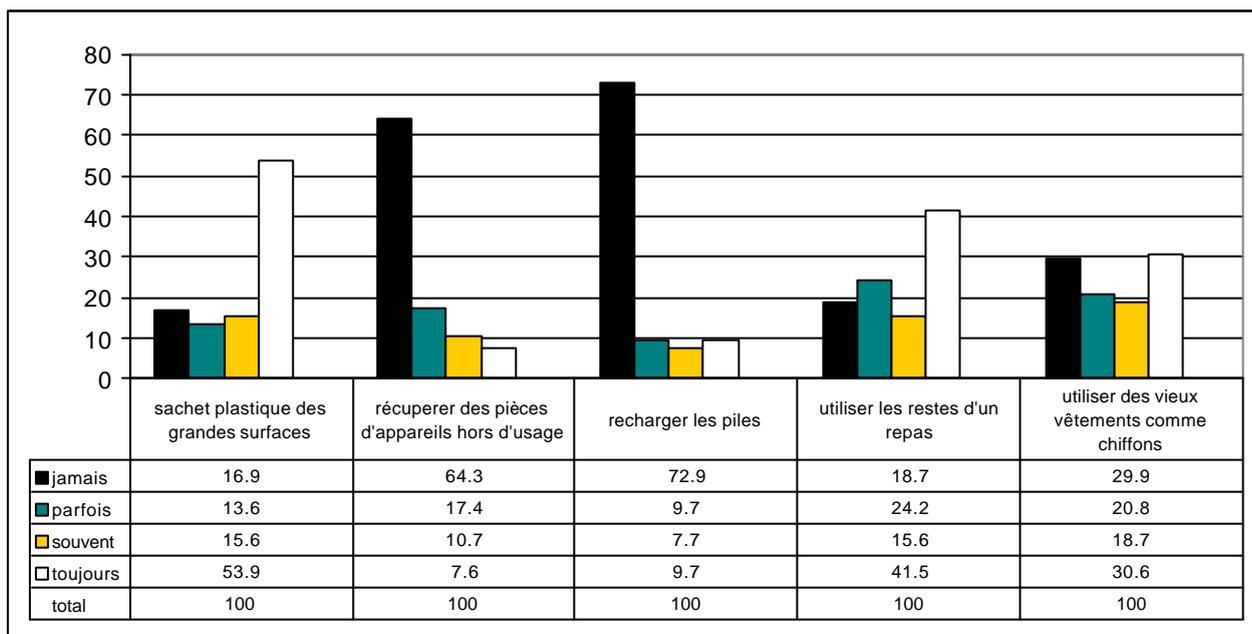


Figure 2.11: lien entre le tri des papiers et la thématique de la récupération (PSBH 1998, répondants qui ne trient jamais les papiers)

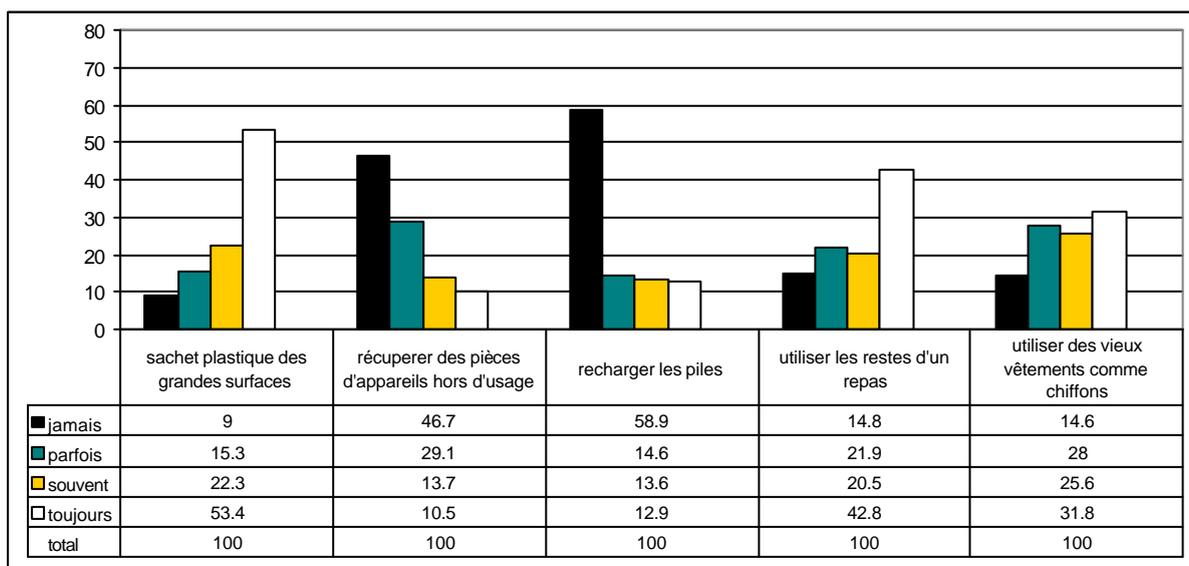


Figure 2.12: lien entre le tri des tétrabriques et la thématique de la récupération (PSBH 1998, répondants qui trient toujours les tétrabriques)

On note toutefois un effet plus global du tri sur la récupération : parmi les individus qui disent toujours trier les tétabrikues, on trouve moins d'individus qui ne récupèrent jamais. On remarque cet effet principalement dans la récupération des pièces d'appareils hors d'usage et de vieux chiffons et dans l'utilisation de piles rechargeables. En somme, les répondants qui trient toujours les tétabrikues rapportent un comportement plus durable que leurs collègues qui déclarent ne jamais trier les papiers.

1.3. La thématique du mode de gestion privé des objets au rebut

Cette thématique est abordée par le biais de 4 indicateurs destinés à examiner 4 types d'«objets» (magazine, médicament, chaussure et vêtements adultes) que les individus peuvent 'recycler'. Elle correspond à la question suivante :

Que faites-vous habituellement des produits quand vous ne les utilisez plus mais qu'ils sont toujours en état ? (Un seul choix par ligne)								
	1	2	3	4	5	6	7	8
Magazines	1	2	3	4	5	6	7	8
Médicaments	1	2	3	4	5	6	7	8
Chaussures	1	2	3	4	5	6	7	8
Vêtements adultes	1	2	3	4	5	6	7	8
	1 Vous les jetez à la poubelle 2 Vous les gardez sans les utiliser 3 Vous les vendez 4 Vous les donner dans la famille 5 Vous les donnez à des amis 6 Vous les donnez à des associations 7 Vous les faites recycler 8 Vous n'êtes pas concernés							

La thématique du mode de gestion privé des déchets mesure ce que les répondants font des produits comme les médicaments, les vêtements,... quand ils ne les utilisent plus mais que ces produits sont encore en bon état. Nous pouvons analyser les données de deux manières. Nous allons étudier dans un premier temps le traitement des matières. Ensuite, nous examinerons les modes de gestion privés des déchets.

a. Traitement des matières

Nous allons examiner comment les individus traitent chaque matière. Les réponses individuelles par matière sont présentées dans le tableau 1 (les scores des ménages et le test statistique se trouvent dans le tableau 2, annexe 6).

Le tableau 2.1 permet d'identifier le plus haut pourcentage de réponses pour chaque type d'objet au rebut. On remarque ainsi que la moitié des répondants disent recycler les magazines et les médicaments. Apparemment, les magazines sont amenés au parc à conteneurs ou récoltés en porte-à-porte. Les médicaments sont sans doute remis en pharmacie. Notons qu'une majorité des répondants dit recycler les médicaments, même si 21.5% des répondants déclarent les jeter à la poubelle. On observe aussi que les individus disent donner les chaussures (40%) et les vêtements (65%) à des associations. Concernant les dons aux associations, il est probable que ceux-ci soient favorisés par la distribution de sacs gratuits dans les boîtes aux lettres ainsi que par la récolte en porte-à-porte. A noter que 30% des répondants jettent à la poubelle les chaussures qu'ils ne portent plus.

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	
	Jeter à la poubelle	Garder sans utiliser	vendre	Donner dans la famille	Donner à des amis	Donner à des associations	Faire recycler	Pas concernés	total
Magazines (N=6978)	9.7%	6.9%	0.1%	12.3%	8.9%	5.9%	52.1%	4.1%	100%
Médicaments (N=6940)	21.5%	11.7%	0.1%	0.5%	0.2%	5.9%	50.5%	9.6%	100%
Chaussures (N=6958)	29.7%	6.4%	0.3%	3.6%	4.5%	40.2%	11.5%	3.8%	100%
Vêtements adultes (N=6949)	4.2%	5.2%	0.7%	6.2%	7.3%	64.8%	10.1%	1.5%	100%

Tableau 2.1 : traitement des matières, (PSBH 1998, tous les répondants)

b. Liens entre le mode de gestion privé des déchets et la thématique du tri

Nous allons examiner la relation qui existe entre le comportement de tri et ce que les individus font des matières qui sont en bon état mais qu'ils n'utilisent plus. Nous allons nous intéresser aux individus qui ne trient jamais les papiers et à ceux qui trient toujours les tétabrikues. Les résultats doivent être lu par matière et pas par mode de gestion des déchets.

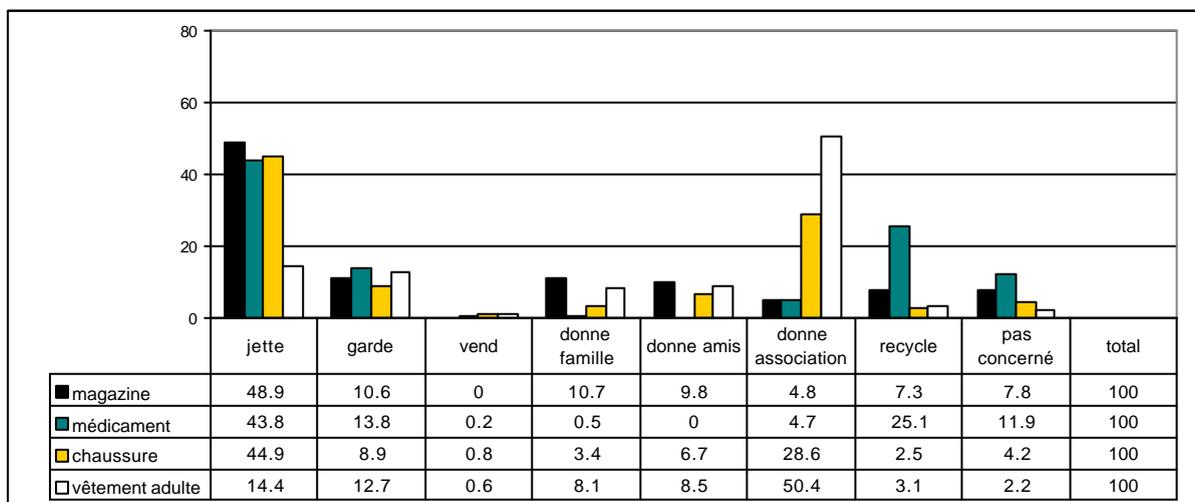


Figure 2.13: lien entre le tri des papiers et la thématique du modes de gestion des déchets, (PSBH 1998, répondants qui ne trient jamais les papiers)

Le mode de gestion préférentiel des répondants qui ne trient jamais les papiers est de jeter à la poubelle. Ainsi, on remarque qu'une majorité des répondants dit jeter les magazines, les médicaments et les chaussures. Toutefois, les vêtements adultes sont donnés à des associations. Les répondants ne semblent pas envisager de seconde vie pour les différents objets au rebut, sauf pour les vêtements. Mais rappelons qu'il existe un ramassage fréquent des vêtements et que cela peut expliquer leur traitement différencié.

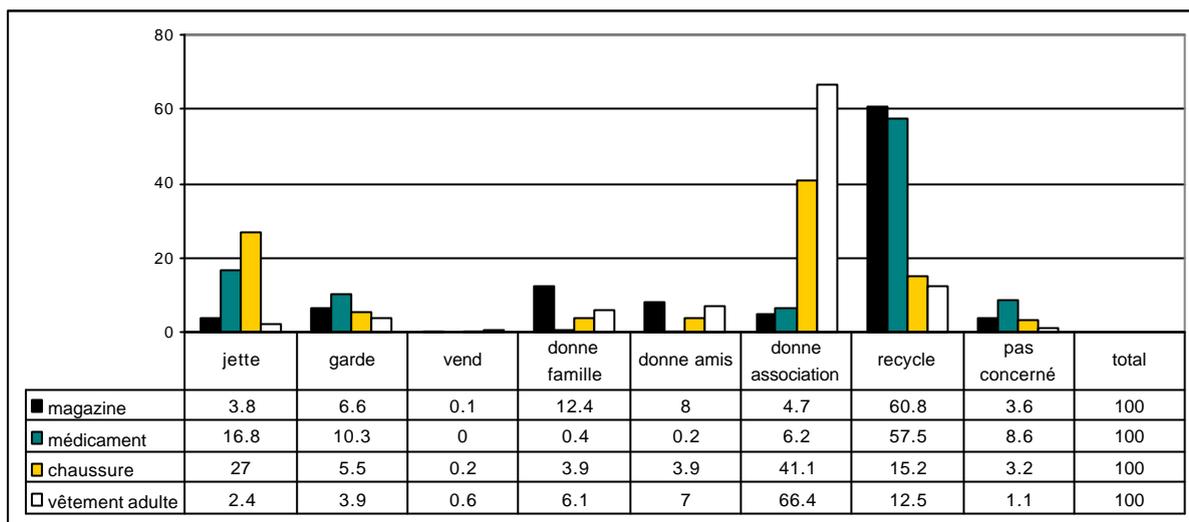


Figure 2.14: lien entre le tri des papiers et la thématique du mode de gestion des déchets (PSBH 1998, répondants qui trient toujours les tétabrikues)

Parmi les personnes qui trient toujours les tétabrikues, on observe que les modes de gestion privilégiés sont le recyclage et le don aux associations. En effet, les répondants disent recycler les magazines et les médicaments. Les chaussures et les vêtements adultes sont donnés aux associations, bien que plus d'une personne sur quatre, dans ce groupe déclare jeter les chaussures qui ne sont plus utilisées. Si on compare ce groupe avec le groupe qui ne trie jamais le papier, on constate que le groupe qui dit toujours trier les tétabrikues jette beaucoup moins à la poubelle les objets dont il ne se sert plus mais qui sont toujours en état. Les objets trouvent ainsi une seconde vie.

De tels résultats corroborent l'hypothèse selon laquelle les personnes davantage impliquées dans le tri adopteront aussi un comportement durable dans le traitement des matières. Nous avons directement comparé les modes de gestion des individus en fonction de la place occupée sur le continuum du tri. Dans le tableau 2.2, nous présentons les résultats pour une matière : les vêtements adultes.

Nous remarquons une évolution assez nette du mode de gestion à travers les quatre groupes du continuum de tri. Par exemple, on trouve plus d'individus qui jettent les vêtements dans le groupe qui dit ne jamais trier le papier. Et plus on avance sur le continuum, moins on trouve de répondants qui adoptent ce mode de gestion de leurs déchets. De même, plus on avance sur le continuum, plus on trouve de répondants qui recyclent.

Vêtements adultes	Jamais les papiers	Parfois les papiers	Parfois tétabrikues	Toujours tétabrikues
Jette	14.4	4.6	2	2.4
Garde	12.7	8.8	9.5	3.9
Recycle	3.1	5.1	10	12.5
Don associations	50.4	58.5	60.5	66.4
autres	19.4	23	18	14.8
Total	100%	100%	100%	100%

Tableau 2.2 : mode de gestion privé des vêtements adultes en fonction de la place occupée sur le continuum de tri, (PSBH 1998)

c. Modes de gestion privés des déchets

Nous allons maintenant étudier les modes de gestion privés des déchets. Le tableau 2.3 est basé sur les mêmes informations que le tableau 2.1 mais nous permet d'observer la matière qui, par exemple, se retrouve principalement dans la poubelle ou encore la matière que l'on vend le plus (les scores des ménages se trouvent dans le tableau 4, annexe 7).

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	Jetez à la poubelle	Gardez sans utiliser	vendez	Donnez dans la famille	Donnez à des amis	Donnez à des associations	Faites recycler	Pas concernés
Magazines (N=6978)	14.9%	22.8%	8.3%	54.4%	42.6%	5.1%	41.9%	21.6%
Médicaments (N=6940)	33%	38.7%	8.3%	2.2%	1%	5.1%	40.7%	50.5%
Chaussures (N=6958)	45.6%	21.2%	25%	15.9%	21.5%	34.4%	9.3%	20%
Vêtements adultes (N=6949)	6.5%	17.3%	58.4%	27.5%	34.9%	55.4%	8.1%	7.9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tableau 2.3 : réponses des ménages pour chaque option de réponse (PSBH 1998, tous les répondants)

Lorsque les répondants jettent à la poubelle, ils jettent principalement les chaussures et les médicaments. Parmi les répondants qui gardent les objets sans les utiliser on en trouve un peu plus qui conservent les médicaments. Parmi les répondants qui vendent les objets, une grande partie des répondants vendent les vêtements adultes et un quart des répondants vend les chaussures. On observe que parmi les répondants qui donnent à leur famille ou à leurs amis, un grand nombre donne les magazines et les vêtements adultes. Parmi ceux qui donnent à des associations, on trouve une majorité de répondants qui donne les vêtements adultes. Parmi les répondants qui disent recycler, on note un nombre important de répondants qui recyclent les magazines et les médicaments.

1.4. La thématique des critères d'achat

Les répondants se préoccupent-ils de l'environnement quand ils font leurs achats. Cette thématique est abordée dans le questionnaire ménage par le biais de la question suivante :

De quoi tenez-vous compte lorsque vous faites vos courses ? :	Jamais	Parfois	Souvent	Toujours
1. Achetez en fonction des déchets que pourraient générer les différents produits ?	1	2	3	4
2. Achetez des produits dont l'emballage est cautionné ? (bouteilles en verre, casiers,...)	1	2	3	4
3. Achetez-vous de préférence des produits dont les fabricants essayent de protéger l'environnement ?	1	2	3	4
4. La protection de l'environnement est-elle pour vous un critère de comparaison entre différents produits ?	1	2	3	4
5. Achetez-vous de préférence des produits à emballages rechargeables ? (par exemple : produits lessives)	1	2	3	4

Cette thématique se compose de 5 indicateurs qui correspondent à 5 arguments qui peuvent intervenir avant l'achat. Les individus indiquent, sur une échelle en 4 points, la fréquence avec laquelle ils tiennent compte des 5 arguments lorsqu'ils achètent un produit. Les réponses individuelles sont reprises dans la figure 2.15 (les réponses du ménage se trouvent en annexe 8).

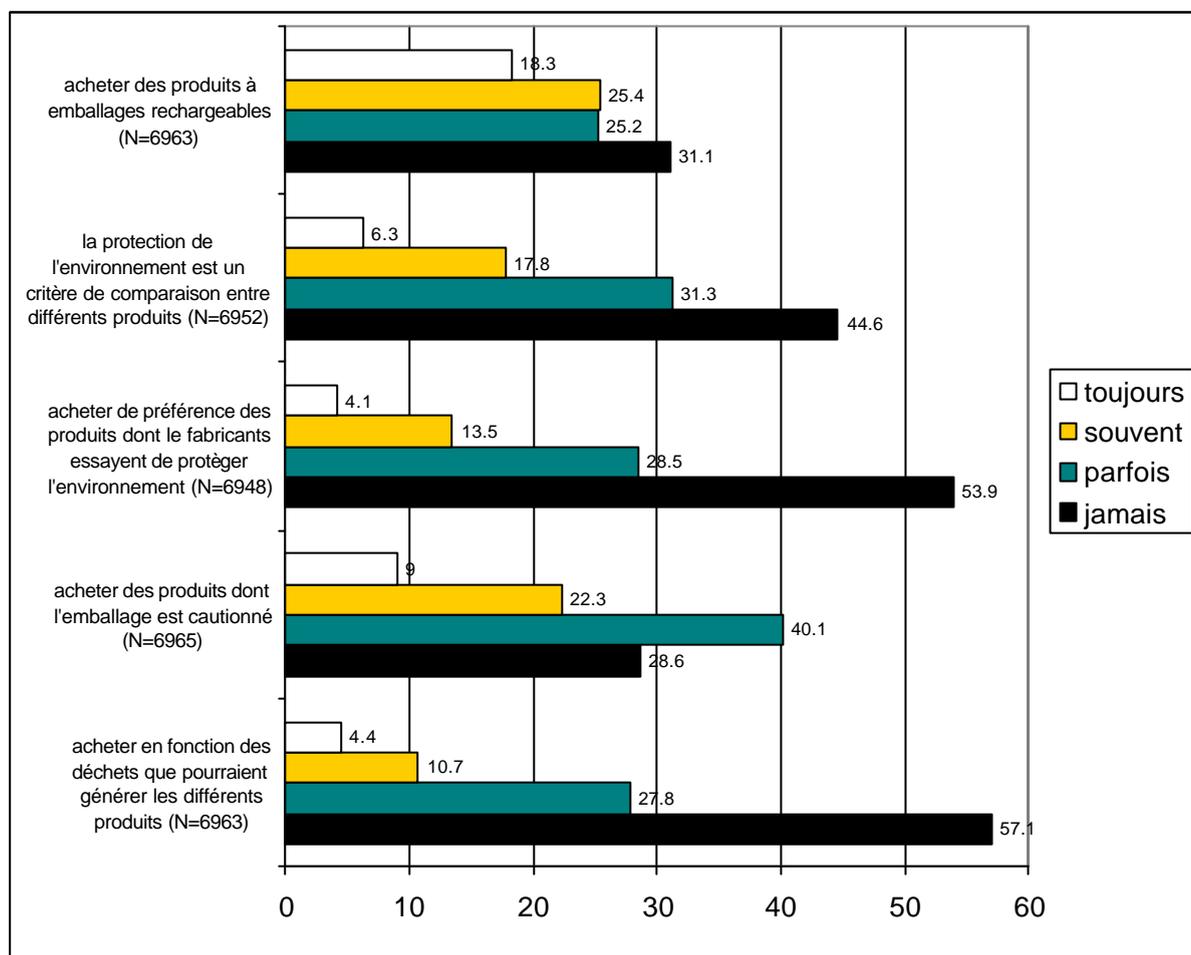


Figure 2.15: De quoi tenez-vous compte lorsque vous faites vos courses, (PSBH 1998, pourcentage des individus pour la thématique de l'achat)

On remarque un pourcentage élevé de répondants qui ne tiennent pas compte de l'environnement dans leurs critères d'achat. En effet, on constate que plus de la moitié des répondants ont déclaré ne jamais acheter en fonction des déchets que pourraient générer les différents produits. Nous supposons que ces personnes n'adoptent pas une démarche d'achat du type : 'moins je ramène de déchets à la maison, moins je dois trier, moins je remplis ma poubelle et moins je pollue'.

On note aussi un nombre élevé d'individus qui disent ne jamais acheter des produits dont le fabricant essaye de protéger l'environnement et d'autres qui disent que la protection de l'environnement n'est jamais un critère de comparaison entre les différents produits.

Sur un versant davantage positif, on remarque que 72.4% des individus disent acheter occasionnellement des produits dont l'emballage est cautionné et 68.9% disent acheter occasionnellement des produits à emballage rechargeable.

De façon assez nette, les individus ne semblent pas penser à la problématique de l'environnement lorsqu'ils effectuent leurs achats. Ils ne pensent pas non plus qu'ils devront se débarrasser de tous les déchets qu'ils ramènent chez eux. Ceci est d'autant plus étonnant que nous avons vu qu'un nombre important d'individus trient. De fait, leur tâche serait nettement facilitée s'ils ramenaient moins de déchets chez eux.

Nous pensons aussi que pour ceux qui trient comme pour ceux qui ne trient pas, le fait de faire plus attention au moment de l'achat leur ferait utiliser moins de sacs poubelles qui, dans la plupart des cas, sont payants. En d'autres termes, il y aurait avantage à prendre en compte les critères environnementaux et ce tant sur le plan économique que sur le plan écologique. Notons toutefois que le consommateur ne trouve pas forcément les recharges, les emballages cautionnés, ... dans son magasin habituel.

a. Liens entre la thématique des critères d'achat et la thématique du tri

Nous allons une fois encore examiner la relation entre le comportement de tri et les critères d'achat et nous intéresser dès lors aux répondants qui ne trient jamais les papiers et ceux qui trient toujours les tétrabriques.

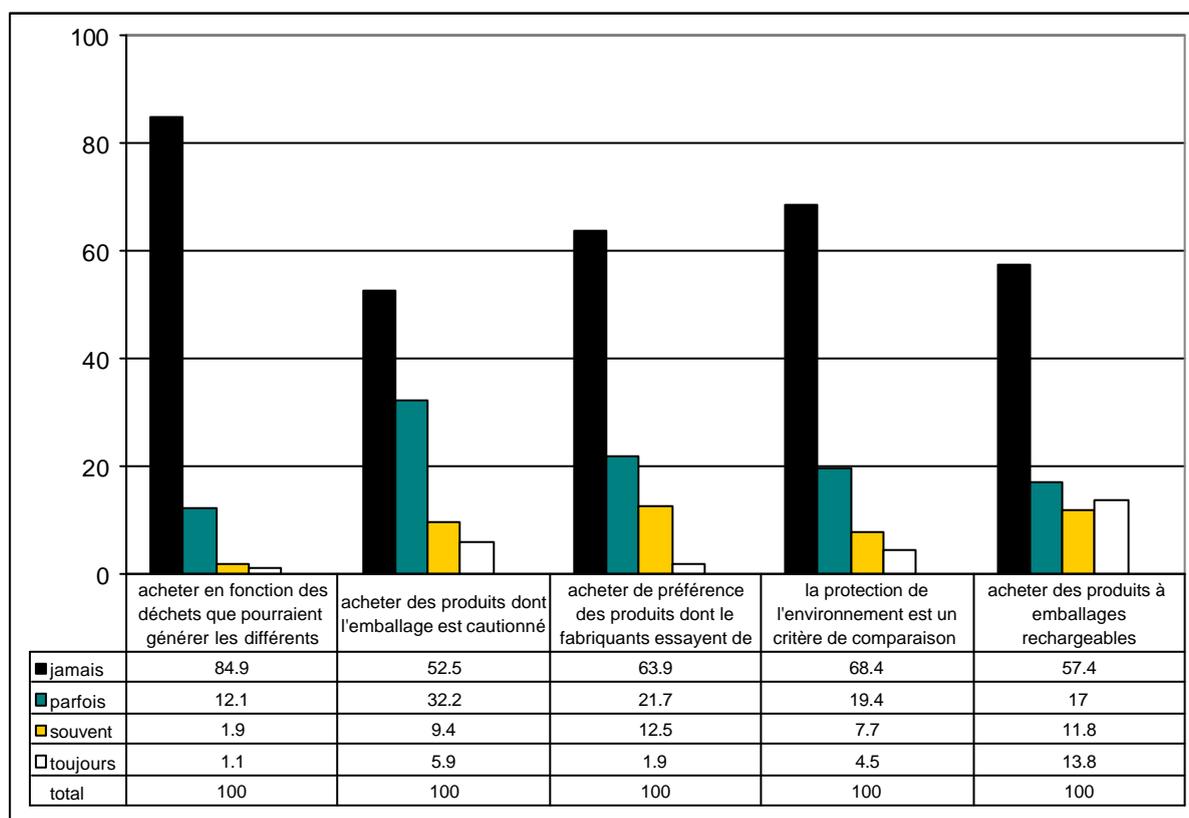


Figure 2.16: De quoi tenez-vous compte lorsque vous faites vos courses, (PSBH 1998, pourcentage des répondants qui ne trient jamais les papiers)

On constate que parmi les individus qui ne trient jamais les papiers, la tendance est de ne jamais tenir compte des différents critères d'achat (voir figure 2.16). Malgré tout, on note que 13.8% des répondants disent acheter des produits à emballages rechargeables.

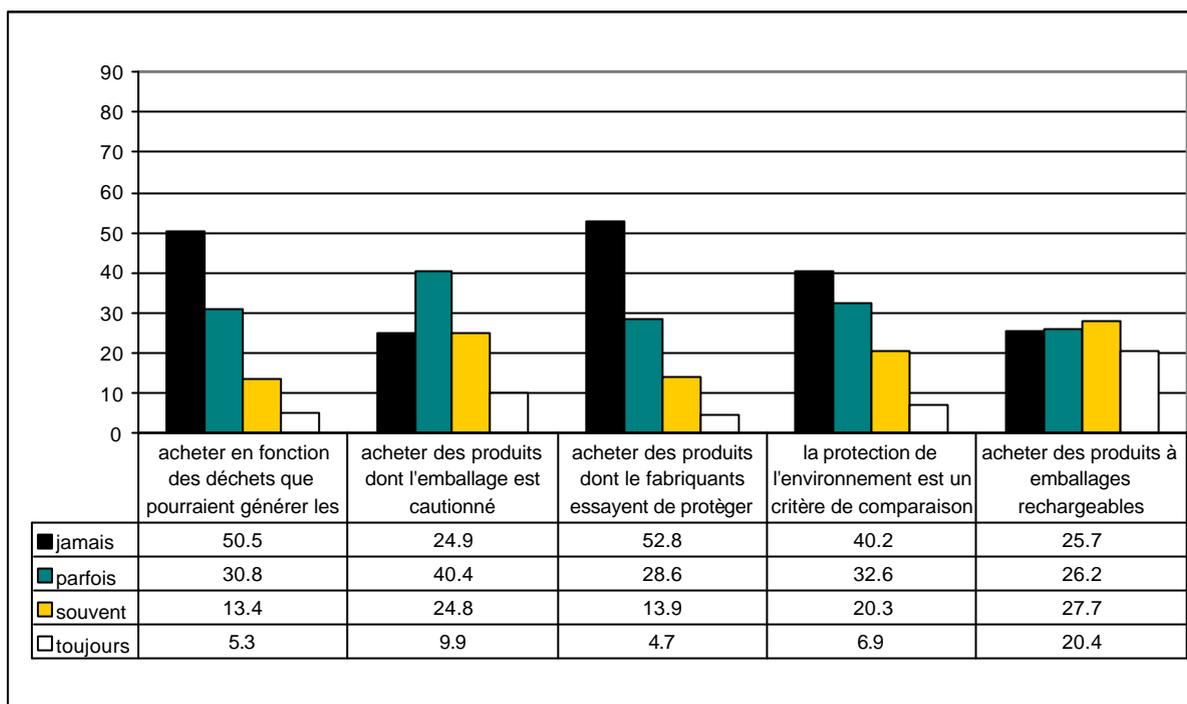


Figure 2.17: De quoi tenez-vous compte lorsque vous faites vos courses, (PSBH 1998, pourcentage des répondants qui trient toujours les tétrabriques)

Parmi les personnes qui trient toujours les tétrabriques (voir figure 2.17), la tendance majoritaire est également de ne pas acheter en fonction des déchets que pourraient générer les différents produits. Ce résultat vient conforter notre hypothèse d'un relatif manque de connexion entre achat et tri des déchets. De façon intéressante, une hypothèse alternative consiste à considérer que les répondants estiment qu'ils ne doivent pas être attentifs aux achats dans la mesure où ils trient.

Si l'on examine les choses plus en détail, on remarque que la majorité des répondants qui déclarent toujours trier les tétrabriques disent ne jamais acheter des produits dont les fabricants essayent de protéger l'environnement. En outre, les individus qui trient toujours les tétrabriques déclarent que la protection de l'environnement n'est pas réellement un critère de comparaison entre différents produits. Notons cependant que cette tendance à ne pas tenir compte des critères d'achat est davantage prononcée dans le groupe des individus qui ne trient jamais les papiers.

De façon plus positive, nous observons que 75.1% des répondants qui trient toujours les tétrabriques disent acheter au moins parfois des produits dont l'emballage est cautionné et que 74.3% disent acheter au moins parfois des produits à emballages rechargeables.

Notons enfin que 20.1% des répondants achètent toujours des produits rechargeables alors que 25.7% n'en achètent jamais. Il semble que l'on soit donc face à 2 types de comportements. D'une part, on trouve une relative minorité des répondants qui sont attentifs à l'achat et au tri et d'autre part, on trouve ceux qui ne sont attentifs qu'au tri. Ces derniers se croient peut-être dispensés d'acheter des recharges puisqu'ils trient ? L'enquête qualitative nous permet d'approfondir ce thème de critères d'achat, et l'apparente absence de liens avec le tri des déchets.

2. La question des achats dans les entretiens qualitatifs

On l'a vu dans le questionnaire du panel, les liens entre le tri et l'achat ne sont pas forcément ceux que l'on pourrait attendre. La question du choix des achats semble pourtant être une piste intéressante pour qui étudie la piste de déchets produits par un ménage : quand on s'interroge sur l'aval (la production de déchets), il est bon de remonter vers l'amont (l'achat des produits) et ainsi tenter de comprendre le problème à sa source.

2.1. Les critères de choix

a. La finalité comme excuse au désintérêt

Confirmant la tendance déjà observée dans les réponses au panel, la sensibilisation au tri des déchets pourrait bien provoquer une attitude de déresponsabilisation en ce qui concerne le choix au moment de l'achat. Ainsi, bien qu'éveillant chez les informateurs le sentiment d'être directement concernés par l'avenir écologique de notre planète, l'obligation de trier s'est vue par deux fois être reprise comme un argument expliquant l'inattention portée aux emballages et aux critères écologiques.

C'est ce que fait Anita. Alors qu'elle a auparavant indiqué l'urgence de la situation, elle est bien forcée de constater que sa participation à un comportement plus "vert" a des limites : elle n'accorde aucune importance aux emballages quand elle fait ses achats.

E : *Donc vous ne pensez pas que, en fonction des courses,...*

Lui : *Mais non, quand même en, bon, les, les courses...*

Elle : *On marque tout ce qu'il faut, mais je ne regarde pas*

Lui : *Je ne regarde pas, quand même aux emballages et tout ça.*

Elle : *Non. Moi non plus. Non parce qu'avant d'y aller, moi je marque tout ce qu'il me faut et puis je ne pense pas.*

Lui : *Oui, on ne se tracasse quand même pas pour ça*

Elle : *Vu que mes conserves je dois déjà les trier ...*

Lui : *De toutes façons il ne vient pas à l'idée d'acheter en fonction de...*

Elle : *Franchement, non. Non : ça on n'y a jamais pensé. (Anita et Luc)*

L'énergie qu'elle met à vanter un comportement répondant davantage aux normes écologiques auxquelles elle dit tenir (ses filles ne jettent pas de papiers à terre) est d'ailleurs bien significative de ce qu'elle se sent coupable de ce qu'elle vient d'avoir été forcée de reconnaître.

Le renseignement vient d'une autre façon chez Christine et n'a d'ailleurs pas ce caractère de culpabilité ni d'aveu. Sans être braquée sur la composition des emballages, Christine fait quand même relativement attention au conditionnement des achats qu'elle effectue :

"Quand je vais par exemple faire mes courses au GB... donc j'essaie de prendre quand même des choses en vrac ou, plutôt que de prendre 3 pommes dans un truc, et puis encore 3 poires dans un autre emballage, j'aime autant les acheter en sachets." (Christine)

Pour un même produit, elle opte pour l'option "en vrac" plutôt que pour le conditionnement préemballé et, comme elle le constate très justement, là s'arrête son cheminement :

"Mais... à partir du moment où j'ai choisi cette méthode-là, et bien je ne me soucie plus des déchets que cela va produire : je sais qu'il y en aura, mais j'ai déjà décidé de faire autrement pour qu'il y en ait moins, donc... je n'y pense plus. Moi, je ne vais pas me torturer les méninges à savoir ce que ça va produire comme déchet, puisqu'au départ j'essaierai d'en avoir le moins possible." (Christine)

b. Les priorités dans les choix

Si aucun des informateurs n'a directement avancé un comportement particulièrement dirigé par un souci écologique au moment de ses achats, il serait résolument abusif d'en déduire que ceux-ci ne répondent à aucun schéma de sélection. Bien au contraire : des arguments de choix sont avancés, qui précèdent les critères écologiques de manière tout à fait claire et consciente.

On retrouve ainsi trois grands critères invoqués dans le choix des produits à acheter : la facilité, le gain économique et les "affinités personnelles" au produit. Nous allons voir que ces critères précèdent non seulement le critère écologique mais qu'ils peuvent également lui nuire.

b.1. La facilité

"On regarde quand même à sa facilité !" : Jean reconnaît ouvertement que son comportement est dicté par la facilité. Lui qui ne manque jamais une occasion d'affirmer tout le bien qu'il pense du tri de ses déchets et de la responsabilité de chacun dans l'avenir du patrimoine écologique de notre planète, est cependant bien forcé de reconnaître qu'il fait appel à un argument de facilité pour justifier l'absence de critère écologique dans le choix de ses achats. Le terme "justifier" n'est pas choisi au hasard : les termes utilisés par mes informateurs et les raisons invoquées pour répondre à la question sur le choix de leurs achats en fonction d'une future production de déchets décrivent bien souvent une situation de justification bien plus qu'une simple explication ou une description de leurs manières de faire. Ceci est d'ailleurs certainement plus imputable à la situation d'entretien elle-même qu'à un sentiment réel de culpabilité, soudain mis à jour par la description qu'ils font de leur comportement "hors normes" écologiques.

Monique achète bien des recharges pour ses produits de lessive plutôt que des bidons entiers, mais *"parce que c'est une facilité!"* : les recharges sont moins encombrantes que les bidons d'origine.

Cet argument est également repris tel quel par Laurence et Vincent quand l'enquêteur leur demande ce qui les pousse à ne rien recycler et à tout mettre dans la même poubelle :

- Lui : Je crois que c'est davantage le fait qu'on n'est pas du tout sensibilisé au problème, ça c'est clair. Pff, oui, une question de facilité : c'est vrai qu'on n'y fait pas du tout attention !
Elle : Il y a des villes où l'on est obligé de recycler... enfin, de trier ses déchets. Ici ce n'est pas le cas et on ne le fait pas, quoi ! (Laurence et Vincent)

Un autre critère que nous retrouvons régulièrement dans les entretiens réalisés et que nous pouvons aborder sous le thème général de la facilité est la place occupée par certains déchets. Ce critère est ainsi repris par Isabelle et Frédéric qui ne trient pourtant aucun de leurs déchets :

- E : *Au moment des achats, pensez-vous déjà aux déchets que les courses vont occasionner ? Ou est-ce que ce n'est pas un critère d'achat ?*
Lui : Non.
Elle : C'n'est pas un critère.
Lui : Juste pour les bouteilles d'Evian, que l'on sait empaqueter.
Elle : Elles prennent beaucoup moins de place dans la poubelle, sinon pour les autres bouteilles, on ne fait pas attention. (Isabelle et Frédéric)

Ce souci de gain de place est aussi avancé par Suzanne et Robert, pour qui le fait d'habiter en appartement a posé quelques problèmes de logistique au début de l'instauration du tri sélectif des déchets. Si Robert reconnaît clairement ne pas porter d'attention particulière aux achats qu'il fait en fonction des déchets qu'ils pourraient produire (à l'exception près des bombes aérosols sans CFC, sans doute en raison du battage médiatique dont le problème de la couche

d'ozone a bénéficié ces dernières années) "*Je n'achèterai pas une bouteille de lait en plastique plutôt qu'une en carton parce que après je pense aux déchets, non : ça non*", Suzanne pointe cet autre critère de choix : la capacité à être compacté dans une poubelle. "*Parce que moi, ça j'y pense. Je me dis quand même : c'est mieux les berlingots... qu'on peut rouler...*".

Si l'attention portée à la place mobilisée par les emballages n'a été que rarement mise en avant pour justifier complètement l'achat de tel ou tel produit, il est cependant un conditionnement qui a reçu un intérêt presque universel de la part des informateurs : les recharges des produits destinés à l'entretien du linge.

E : *Au moment des achats, est-ce que vous pensez parfois aux déchets que les produits que vous achetez vont occasionner ?*

Elle : *Oui, parfois. Par exemple, pour les poudres à lessiver, moi j'achète en liquide et, par exemple, je vais plus facilement acheter des recharges. Je ne vais pas acheter la grande bouteille, je vais acheter les recharges parce que je sais que, là, ça prend beaucoup de place... dans les poubelles. (Anne-Mieke)*

Elle : *C'est vrai que l'adoucissant, on l'achète dans des recharges. Comme ça, bon... ça prend moins de place, aussi.*

E : *C'est moins cher, aussi ?*

Lui : *Non, c'est pas une question de prix. Je ne sais pas, mais ça prend moins de place. (Brigitte et Omar)*

"C'est ça aussi, par exemple, pour le cas propre de la lessive, moi je préfère les poudres compactes, pour la simple raison de la facilité de transport. Si le nettoyage est tout aussi efficace mais que ça pèse deux fois moins, je ne vois pas pourquoi je me fatiguerais à porter deux fois plus. Bon, et alors le corollaire sur les déchets, c'est que comme c'est deux fois plus petit et deux fois moins de déchets..." (René)

Elle : *Moi, oui, [je fais attention quand j'achète] les recharges pour la lessive. On ne fait pas attention à tout ça sauf pour les produits d'entretien : la Soupline par exemple, là c'est les recharges que je prends.*

Lui : *Mais je ne savais pas que tu pensais à tout ça, moi !!*

Elle : *Tu sais, je le fais machinalement, je n'y fais pas attention (Paule et Simon)*

Sous son apparente évidence, cette dernière remarque est cependant très importante : elle nous informe d'un élément central dans l'accession à un changement **durable** de notre comportement d'acheteur : **l'habitude**. Quelles que soient les raisons qui puissent lui avoir donné naissance, l'habitude est probablement une des clefs de voûte de l'accès à une modification durable des comportements d'achat. C'est ce qu'exprime très bien Vincent dans l'explication suivante :

"Et bien disons que en fait si on part du principe que... Bon par exemple, je ne sais pas moi : je prends l'exemple du beurre. On a l'habitude de prendre toujours le même beurre. Bon, que ce soit Laurence ou que ce soit moi qui fasse les courses, et bien finalement, je veux dire, c'est la même quantité de déchets, ça c'est sûr !" (Vincent)

Le choix de leurs achats est réglé par leurs habitudes alimentaires. Une modification durable de leur comportement d'acheteur devra donc passer par l'acquisition de nouvelles habitudes en faveur d'une diminution de leur production de déchets. Ceci est d'autant plus important à comprendre que l'inconfort des débuts, lié à la dépense de temps et d'énergie à penser, diminue au fur et à mesure que l'individu acquiert de l'expérience dans le programme de recyclage. Petit à petit, les gestes considérés comme pénibles et lourds au départ sont perçus comme de plus en plus normaux et évidents : les anciennes habitudes laissent la place à de nouvelles.

Nous savons cependant que s'il est bien quelque chose de difficile à changer, ce sont précisément nos habitudes (et *a fortiori* celles qui touchent l'infinité de ces gestes qui occupent notre comportement domestique quotidien). En témoignent entre autres les extraits suivants, qui démontrent que si l'idée d'adopter un comportement plus écologique existe bel et bien en théorie, elle n'est pas forcément un gage certain de sa mise en application pratique.

Comme nous venons de le dire, la perception qu'ont les individus des désagréments qu'ils ont en adoptant un comportement dans les normes du programme de recyclage constitue en effet le principal frein à l'adoption de ce comportement. " On regarde quand même à sa facilité ! " Le coût de l'investissement (tant matériel que psychologique) dans un comportement adapté à la participation à un programme de recyclage peut être tellement élevé pour l'individu qu'il peut aller jusqu'à le décourager dans sa participation (ou à diminuer son investissement dans celle-ci)

Le recours au laitier semble ainsi être un bon indicateur des contraintes que les couples sont prêts à subir pour le bien de la planète. Si Jean a abandonné de recourir au laitier, c'est à nouveau pour une question de facilité : *"c'est plus cher, et puis c'est plus contraignant!"* Plus la contrainte "extérieure" liée au programme de recyclage est importante, plus elle se posera comme une entrave à la formation d'habitudes et à leur persistance. Ainsi la référence au recours au laitier, a été citée comme un indicateur non seulement des convictions écologiques que l'on partage, mais aussi de la difficulté de les mettre en œuvre.

"Avant qu'on ne reçoive les sacs bleus pour les plastiques, on s'est mis tout un temps à reprendre des bouteilles en verre pour le lait. Parce que... je dirais que c'était plus écologique. Mais c'est une idée que j'ai abandonnée rapidement, parce que tout d'abord, je trouvais ça très lourd à transporter, quand moi je faisais les courses, et alors euh... On a un laitier dans le village qui passait, mais bon c'était très difficile de s'organiser parce qu'il passait aussi pendant la journée, donc je ne le voyais jamais : finalement je devais courir chez lui pour aller payer mon bac ou euh... Ça n'allait pas, quoi. Pourtant... (sourit). D'un autre côté, on trouvait que le lait était meilleur." (Corinne)

Dans ce couple où les deux conjoints travaillent, l'argument écologique (même couplé à un argument de préférence de goût, comme on vient de le voir !) ne fait donc pas le poids face à cet argument majeur qu'est celui de la facilité. Idem chez Agnès et Marc, dont le voisin direct est pourtant brasseur :

"On a déjà pensé aux verres, oui. C'est trop pompant : il nous faut beaucoup trop... il faut 18 litres de lait par semaine, ici, avec les filles, ça fait euh... Enfin : 18 litres en bouteilles en fin de semaine, c'est beaucoup trop !" (Agnès)

Les énormes quantités nécessaires auront eu raison de leur bonne volonté, tout comme l'argument économique, que nous allons maintenant aborder.

b.2. Le gain économique

Les entretiens réalisés nous amènent à considérer le critère économique comme un critère dont il est assurément important de tenir compte quand on s'interroge sur la motivation du choix des achats. De la même façon que le marché du bio est communément freiné par le prix de ses produits, les rendant inaccessibles à toute une partie de la population, il apparaît en effet dans les réponses de nos informateurs que l'argument économique supplante sans nul doute le critère écologique pour ce qui est de la motivation aux achats. Nous l'avions vu avec la remarque de Jean : faire appel à un laitier, *"c'est plus cher et plus contraignant"*. Agnès a recours au même argument quand je m'étonne de ce qu'elle utilise celui de la difficulté de *"penser aux verres"* alors que son voisin direct tient une brasserie.

E : *C'est pas une brasserie, qu'il y a juste à côté ?*

Elle : Si.

E : *On vend du lait dans les brasseries ?*

Elle : Oui. Oui, mais on n'achète pas le lait là. Parce qu'il vend son lait à 30 francs, et c'est 15 cinquante au Delhaize. Quand on prend 18 litres par semaine...

E : *Oui, évidemment ¼*

Elle : C'est assez euh... (rigole)

E : *Et sinon, pour les boissons, vous profitez de ¼*

- Elle : Ah, je bois... on boit l'eau du robinet, et on boit euh... allez : 6 bouteilles d'eau pétillante par semaine qui viennent... d'ici. Mais c'est surtout pour le bon voisinage, plutôt que...
- E : Ah. C'est pas dans un souci écologique ou ¼
- Elle : Ah non non non. Non non. Non. (Agnès)

Nous voyons donc ici clairement que le bénéfice écologique de l'utilisation du verre est dépassé par le coût nettement supérieur auquel revient ce choix. Comme le constate très bien Daniel, "tout le monde n'a pas de quoi se permettre de faire des choix plus écologiques".

"Si, on peut aller... au lieu de prendre de la viande au GB, c'est ce qu'on fait : on va chez le boucher, mais ça revient nettement plus cher ! Mais là on a du... papier, donc c'est... tout à fait recyclable ! Hein, donc... nous, on ne prend plus notre viande au GB parce qu'on... a les moyens de... se permettre... d'aller chez un boucher qui est plus cher mais qui vend de la meilleure viande... Mais... d'autres gens n'ont pas le choix, je crois." (Daniel)

Mais même pour ceux qui "ont de quoi", on est en droit de constater que l'argument écologique est loin d'être celui qui prévaut : si Christine et Daniel vont chez un boucher particulier, c'est parce qu'ils trouvent que la viande y est meilleure et que Christine peut y choisir directement la quantité qui lui convient.

- Elle : On va chez un boucher particulier parce que aussi, ce qui m'arrange, c'est que là si je veux 300 grammes de viande, j'ai 300 grammes de viande,... je n'ai pas plus! Tandis qu'au GB, si je ne trouve pas un paquet de viande par exemple, je vais dire, allez : un rôti euh... moi, il me faut 400 grammes de rôti... Bon, ben... si vous ne trouvez pas un paquet de 500 grammes mais que c'est 650 ou 700, moi je ne vais pas me farcir 200 grammes en plus que je sais bien que... Voilà : disons... que je n'aime pas de traîner avec des choses... à réchauffer *et caetera*...
- Lui : Oui : disons... que c'est pas rien que pour l'emballage qu'on va chez le boucher, bien sûr. (Christine et Daniel)

La dernière remarque de Daniel est lourde de sens : ce n'est pas "*rien que pour l'emballage*" qu'ils vont chez le boucher (et pas dans une grande surface), ce n'est même pas du tout pour cette raison qu'ils s'y rendent : ce bénéfice écologique, même s'il est avancé, n'est que tout à fait secondaire : Daniel ne trompe personne en le présentant comme tel (pas même lui!).

Nous pensons cependant que le critère économique reste un critère capital en matière d'achat. En effet, si le coût financier (ou sa diminution) ne semble pas être un facteur important dans la motivation à adopter un comportement favorable au recyclage des déchets, nous pensons cependant qu'il peut jouer un rôle important comme facteur de **démotivation** à adopter ce comportement "pro-environnement" si l'on considère que celui-ci débute aux achats !

Dans la plupart des entretiens, le gain économique est en effet présenté de manière directe et comme premier critère de choix des achats.

- E : Et alors quand tu fais les courses, par exemple toi, Vincent, est-ce que tu tiens compte des emballages? Est-ce que tu choisis en fonction des déchets que ça pourrait occasionner?
- Lui : Absolument pas, ce n'est pas du tout un critère! Enfin disons que pour nous, comme on est quand même un couple qui démarre, je veux dire, le critère primordial, c'est l'aspect financier. On regarde beaucoup les "promos" et compagnie. Mais l'aspect déchets, absolument pas. Je veux dire, ça non!
- Elle : Et bien c'est vrai qu'à ce niveau-là, quand je prends de la poudre, je prends des recharges, mais c'est plus un critère financier qu'un critère écologique, quoi! (Laurence et Vincent)
- Lui : Moi, j'achète généralement en fonction des prix ou en fonction de mes envies, mais absolument pas en fonction des qualités... des quantités, pardon! (...) A la rigueur extrême, ça c'est vrai que... Bon, c'est une constatation alors. C'est que comme j'achète souvent en fonction du prix, je prends l'exemple de l'adouçissant, les eco-packs qui sont en carton extra-plat, extra-fin, peu d'emballage etc... sont moins chers. Donc ça m'arrange bien, plutôt cela arrange bien l'écologie ou...
- Elle : Cela prend moins de place, aussi.
- Lui : Moins de place aussi, mais moi, c'est d'abord le point de vue financier qui prime. (Martine et René)

Il est d'ailleurs intéressant de constater que si le coût financier n'est pas repris comme un facteur de motivation significatif dans les études portant sur des individus participant à un

programme de recyclage, nous le voyons être cité par des individus prenant part à ce genre de programme comme étant un facteur probable pouvant influencer un changement de comportement.

E : *Et si par exemple le prix augmentait vraiment, le prix de la taxe sur les ordures, est-ce que vous changeriez vos comportements?*

Elle : Je pense que c'est ce qui poussait maman à agir, en fait, et à ne pas mettre les emballages dans les poubelles. Parce que c'est payant. Parce que pour nous ce n'est pas payant, donc on s'en fout, mais si c'était payant...

Lui : Oui, je pense que le prix serait un critère en plus. (Marie et Jean-Philippe)

Ce critère économique peut d'ailleurs être couplé directement au conditionnement d'un produit. On voit alors ce dernier devenir un critère détourné de choix :

"Juste une petite précision : dans le choix de mes achats, il y a quand même un cas où je fais attention à la quantité de mes déchets, c'est lorsque je vois qu'il y a un énorme emballage par rapport au contenu. Mais c'est plutôt exceptionnel et je pourrais prendre un exemple... un exemple très typique qui est un emballage de foie gras : très peu de foie gras parce que c'est cher, mais l'emballage est très grand, donc on a l'impression d'en avoir plus. Comme c'est pour le foie gras, là on ne discute pas. Mais il y a d'autres produits : (...) pour le pâté, ça c'est un très bon exemple : souvent on voit de gros emballages de pâté avec un gros trou dans le fond, on retourne l'emballage et on voit qu'il y a un trou dans le fond, alors moi je laisse le pâté parce que j'ai l'impression de payer l'emballage et pas le produit!" (René)

Ici encore nous constatons donc que ce critère économique supplante le bénéfice écologique. Les extraits précédents ont en outre mis un autre élément en exergue : son lien étroit avec le critère que nous allons aborder maintenant : celui de "l'affinité personnelle" pour tel ou tel produit.

b.3. L'affinité personnelle

La réponse de Rudy est claire : "*Si j'aime bien un produit, je prends ce produit-là!*". Pour lui, ma question de savoir s'il pense parfois aux déchets que vont générer ses achats n'a aucune raison d'être. "*Je ne vais pas lire l'emballage, tout de même, pour savoir...*". Sans aucune volonté de poser un jugement de valeur, nous pourrions dire que Rudy est un modèle de citoyen de notre société de consommation. Ce qui compte quand il fait ses achats, c'est le plaisir ou le bénéfice qu'il pourra en retirer. Il achète par affinité, par goût, plutôt que par un quelconque calcul (et à cent mille lieues de toute considération écologique).

La démarche de Robert est déjà différente (même si la conséquence "écologique" de ses actes est la même) : ancien professeur dans le secteur agro-alimentaire, il possède ses critères de choix personnels : "*Moi, je regarde la **qualité** de la denrée alimentaire quand j'achète*". Il nous a cependant clairement déclaré ne pas voir ses choix être orientés par le conditionnement de ces denrées. Ceci rejoint l'explication de Vincent que nous avons vue au premier point, ainsi que celles d'Eddy et Isabelle :

E : *Et quand, quand vous faites vos courses vous pensez déjà aux déchets que vont produire les achats que vous êtes en train de faire ?*

Lui : Non, ça jamais!

E : *L'emballage ne conditionne pas du tout vos achats*

Lui : Non. Non, en fait ... plus ou moins tout ce qu'on achète, c'est souvent des emballages euh... bon, comment : recyclables et tout ça quoi évidemment, mais je ne sais pas si... Non, je ne pense pas.

Elle : C'est un hasard.

Lui : Oui.

Elle : On ne va pas choisir le produit **parce que** c'est recyclable

Lui : Non. On prend, on prend ce qui nous intéresse. (Isabelle et Eddy)

Nous remarquons donc à nouveau que le chemin reste long à parcourir pour arriver à un choix d'achat posé en raison de critères écologiques. A priori, les critères économique et d'affinité

pour un produit restent donc primordiaux dans la détermination de nos choix (et les publicitaires ne s'y trompent pas, en témoigne le critère de compression vanté par la marque et retenu -a tort- par Isabelle et Frédéric pour le choix de leurs bouteilles d'eau).

c. Conclusions

L'analyse de nos entretiens sur les critères du choix des achats et leur implication écologique révèle que, même auprès d'informateurs dont on pourrait espérer une attention portée aux caractéristiques du conditionnement des achats qu'ils effectuent (en raison de la formation au tri de leurs déchets qu'ils ont reçue), cette attention est loin d'être acquise. Elle n'apparaît pas encore dans la liste des comportements fréquemment adoptés, ceux-là même qui, à force d'être répétés, peuvent être considérés comme incorporés (vérifier la composition d'un aliment, faire sa liste avant d'aller faire les courses...).

Nous touchons ici à toute la question des habitudes, de leur mise en place et de leur force sur la structuration de nos comportements quotidiens.

Nous pouvons ainsi décrire deux grandes dimensions à la capacité du consommateur à trier ses déchets correctement suivant les règles imposées : son habitude à s'y conformer et sa (bonne) connaissance de la tâche. Si le manque d'information sur le sujet peut amener le consommateur à des fautes de tri (dépôt non approprié d'un déchet dans une poubelle), il peut aussi être à la source d'un constat d'impuissance quant à sa responsabilité dans la production de déchets. C'est ce que nous allons aborder maintenant.

2. 2. La place de la responsabilité

A la lumière des entretiens, nous pourrions retirer deux grandes constatations des nombreuses références qui furent faites à une question de responsabilité. D'abord celle que, si les informateurs font parfois preuve de mauvaise foi, il n'en reste pas moins vrai qu'ils ne pensent généralement vraiment pas être responsables de leurs choix au moment de leurs achats; ensuite qu'ils ont encore fréquemment recours à une maxime enfantine bien connue : "c'est pas moi, c'est l'autre!"

a. Le consommateur n'a pas le choix

L'argument du choix (ou plutôt de l'absence de choix) est sans doute celui qui aura été le plus fréquemment cité d'emblée par les informateurs en réponse à la question de savoir s'ils pensaient parfois, au moment de l'achat, aux déchets que les produits allaient occasionner.

"On n'a pas tellement le choix pour les emballages" (Daniel)

"Tous les déchets se ressemblent très fort, hein!" (Agnès)

Ceci n'est sans doute pas anodin. Car s'il est vrai que le choix est souvent assez limité dans les grandes surfaces et qu'entre deux maux il faut malheureusement choisir le moindre, il n'en reste pas moins que la possibilité d'un certain choix existe, même si celui-ci reste limité (ne serait-ce que pour de simples raisons financières, nous l'avons vu). L'argument de l'absence de choix peut donc être utilisé de manière confortable, et sera d'ailleurs plus confortable à utiliser qu'il fait partie du bon sens commun. (Quand un argument est cité avec autant de régularité, il faut chercher à comprendre s'il ne véhicule pas une idée reçue, un paravent tout trouvé à une remise en question plus profonde des actes et de leur raison d'être).

Alors que son épouse tente de faire diversion en attirant l'attention sur une autre action que celle sur laquelle on vient de l'interroger ("ses filles ne jettent jamais un papier à terre"), Luc

laisse échapper une réflexion quant aux raisons profondes qui les poussent à ne pas s'inquiéter du conditionnement de leurs achats : *"Mais non, quand même, bon , les courses euh... Je ne regarde pas, quand même, aux emballages et tout ça."*

La même tournure de phrase sera utilisée par Rudy, dont nous verrons que la conception de la responsabilité individuelle est particulièrement restreinte : *"Je ne vais pas lire l'emballage, tout de même, pour savoir..."*

Si ce deuxième informateur est de toute bonne foi (cette tournure cadre très bien avec le reste de son discours sur les responsabilités), il n'en est pas de même pour l'information apportée par le premier. L'expression utilisée par Luc en dit en effet plus sur les raisons réelles qui l'empêchent de prêter attention au conditionnement de ses achats qu'il ne voudrait en dire : s'il ne regarde pas, c'est parce que ce schéma d'action ne trouve pas d'intérêt à ses yeux : il ne va *"quand même pas"* [perdre son temps à] regarder les emballages!

Au-delà de cet argument d'absence de choix pour le consommateur, nous voyons donc apparaître un autre élément dont nous pensons qu'il doit être tenu compte dans une optique de changement en profondeur des comportements lors des achats : **l'information** sur le conditionnement. De la même manière que les communes qui ont adopté et imposé un système de tri ont du mettre un route tout un système progressif d'explications et d'informations sur les comportements à changer, nous pensons qu'un changement durable des comportements doit passer par une **compréhension** du pourquoi des nécessités du changement et des moyens mis à la disposition du consommateur pour y participer.

"De toute façon, maintenant, généralement, pratiquement **tout** est recyclable, hein, tout ce qu'on met dans euh... Je ne sais pas moi, comme du carton pour entourer les produits, tous les trucs comme ça ou bien les papiers d'emballage tout ça, et bien tout est recyclable maintenant. Même dans les préemballés hein, les choux, là qui sont en dessous, là. C'est recyclable aussi, hein!" (Eddy)

Si l'argument de l'absence de choix a été aussi fréquemment repris par nos informateurs, ce n'est en effet pas seulement à cause de "l'excuse toute trouvée" qu'il constitue : peu (ou pas du tout) averti du comportement à adopter face à tel ou tel type d'emballage, le consommateur ne trouve aucune raison de s'en inquiéter. D'où l'impression d'une absence de choix. Un manque d'information facilite une attitude de déresponsabilisation et donc un désintérêt pour les pratiques de recyclage.

b. La responsabilité est au-dessus du consommateur

Nous venons de l'aborder : rares sont les consommateurs qui reconnaissent avoir le choix en ce qui concerne leurs achats. Plutôt que de remettre les choix en question en s'interrogeant sur ce qui, dans le quotidien, peut être modifié, il est plus commode de se positionner en tant que victime et de pointer les responsabilités industrielles ou institutionnelles.

C'est le type de raisonnement tenu par Frédéric et Isabelle. Alors que la commune dans laquelle ils habitent pratique un système de ramassage sélectif depuis longtemps, l'entretien met en évidence qu'ils ignorent tout de son fonctionnement.

Elle : Moi, je trouve que justement on n'est pas du tout bien informé. Car dans les fameux sacs bleus que je vois de plus en plus, on ne sait pas exactement ce que l'on doit mettre, là-dedans! Si je savais exactement les raisons de ce tri, je le ferais peut-être de manière régulière. Mais on ne sait même pas ce que l'on doit mettre dedans, donc...

Lui : Si on avait une information plus correcte... sur le devenir de nos tris, si c'est vraiment utile ou si ce n'est pas vraiment utile...

Elle : Oui, par la TV par exemple.

Lui : Oui, par une enveloppe ou cassette video. Ou je sais pas, moi... Mais qu'on nous explique le pourquoi et quel est l'intérêt! Mais si on ne nous dit rien... En fait, on les reçoit dans la boîte aux lettres, ces sacs poubelles.

Elle : Ces sacs jaunes? C'est quoi, ces sacs poubelles-là?
Lui : Je ne sais pas.
Elle : On reçoit chaque semaine des sacs jaunes dans la boîte aux lettres et on ne sait même pas ce que c'est!
Lui : Donc l'information, de ce côté-là... (Isabelle et Frédéric)

On l'a compris : pour Frédéric et Isabelle, c'est à la commune de les informer des possibilités qui existent de séparer leurs déchets. Ce n'est pas eux qui se déplaceront pour qu'on leur explique, la responsabilité de leur absence de tri ne leur incombe pas : elle est au-dessus d'eux. Nous voyons d'ailleurs qu'ils n'ont aucune idée de la procédure mise en place par leur commune pour récolter les déchets triés.

Rudy occupe cette même position d'une manière tout à fait caricaturale. Nous avons vu que sa position était claire en ce qui concernait ses achats ("*Si j'aime bien un produit, je prends ce produit-là!*") : il ne se sent pas du tout concerné par la responsabilité de la pollution. "*Ils n'ont qu'à tous faire des bons emballages, hein!... Recyclables et tout!*"

Sa position est claire et radicale : pour lui la responsabilité est au-dessus du consommateur. Ce n'est pas à lui de changer de comportement, c'est aux firmes de s'arranger pour que ses choix ne soient en aucun cas nocifs, quels qu'ils puissent être. (Et pour ne pas avoir à changer ses manières de faire, il propose même un retour à une poubelle commune, dont on chargerait des détenus d'en faire le tri!)

Le schéma de raisonnement tenu par Jean aboutit à une conclusion semblable. Se reconnaissant cependant une certaine responsabilité en tant que consommateur puisqu'il "*regarde à sa facilité*", il en conclut que le changement de comportement passe par une notion d'obligation, de coercition :

"A partir du moment où on supprimera les bouteilles en plastique, les boîtes en carton et tout ça et qu'il n'y aura plus que des bouteilles en verre, et bien [forcément] on le fera!". (Jean)

C'est de la même façon que conclut Vincent, dont le choix des termes laisse à penser qu'il est lui-même désolé d'en arriver à cette conclusion :

"Mais enfin, pour être très franc, je suis certain que notre façon de faire ne changera pas à moins que il n'y ait une autorité, je vais dire, qui nous y oblige. C'est-à-dire un nouveau décret dans la commune qui nous oblige à trier les déchets. Ça c'est clair qu'à ce moment-là, bon bien, forcés par la chose, on le fera. Mais sans ça, je suis intimement convaincu qu'on ne le fera jamais. Ça non." (Vincent)

Pour ces deux informateurs, il ne faut donc pas laisser le choix au consommateur. Ce choix est d'ailleurs d'autant plus difficile à gérer (dans le but d'un changement durable des comportements) qu'il se couple à un manque d'information sur les caractéristiques des produits (ou de leur emballage).

"Ce n'est pas au consommateur de faire attention. Les 3/4 ne savent pas la distinction entre une boîte ou une autre. Il n'y a rien qui explique, hein!" (Rudy)

Nous voyons ici que le problème de l'information est intimement couplé au problème de l'obligation (ou non) à adopter un comportement responsable : les indications existent en fait bel et bien sur les emballages, mais l'absence d'obligation à s'y référer (et la possibilité de pouvoir acheter des produits "nocifs" pour l'environnement) favorise inévitablement l'inattention qu'on leur porte. (Une enquête réalisée par le CRIOC³⁰ nous apprend ainsi que les logos écologiques qu'on retrouve sur les étiquettes sont souvent mal compris et peu utilisés, notamment en raison de la complexité actuelle des informations qu'ils véhiculent).

³⁰ Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs.

D. Delaet et C. Rousseau, *L'étiquetage écologique, une aide à la décision d'achat*, Résultat d'enquête du CRIOC, 1998.

C'est ce que résume très bien Rudy en se plaçant dans la position du pauvre cancre à qui les professeurs ne veulent rien apprendre :

"Si on m'expliquait un peu mieux ce qui se passe avec les déchets peut-être que je ferais plus attention, mais on ne m'explique rien donc moi ... » (Rudy)

Sa position est claire : si "on" veut qu'il change quelque chose à ses manières de faire, "on" n'a qu'à s'en occuper ! Mais l'entretien peut aussi être à la source d'une prise de conscience beaucoup plus réaliste des bienfaits de l'information et de son pouvoir : c'est sur cette touche positive que conclut Vincent :

"Pour moi quelque chose à la rigueur qui à l'avenir pourrait faire un petit peu changer, c'est tout ce qui est eux... tout l'aspect des bombes, des sprays style... On parlait tout à l'heure des bombes de laque, ça peut être déodorants, ça peut être n'importe quoi parce que bon, là aussi, finalement moi, je me base sur l'aspect qu'il y a un risque. C'est-à-dire qu'il ne faut pas que ce soit exposé au soleil ou ce genre de choses. Ça je crois que c'est peut-être intéressant de faire le tri à ce niveau-là. Maintenant c'est vrai que pour ce qui est "plastiques" en tout cas, ça ne m'est jamais venu à l'idée, quoi. Maintenant, il faudrait peut-être aussi savoir pourquoi, quel serait l'intérêt. Encore une fois, je vous dis, c'est un sujet sur lequel on n'a jamais débattu, on ne s'est jamais renseigné. Donc, eh ! Peut-être le simple fait de savoir le pourquoi des choses va peut-être changer les mentalités, je vais dire." (Vincent)

c. Conclusions

La difficulté de modifier les habitudes est un problème bien connu pour qui s'intéresse aux phénomènes de la vie quotidienne. Nous pouvons cependant retenir deux éléments importants de l'analyse qui précède.

Premièrement, le souhait de voir le consommateur adopter une attitude responsable lors de ses achats ne peut être formulé qu'en connaissance des critères déterminants les choix qu'il pose : même un consommateur de "bonne volonté" sera freiné par un coût économique supérieur au bénéfice écologique qu'il tirera de son achat. Connaissant ceux-ci, nous ne pouvons qu'en tenir compte dans l'élaboration de leviers pour un changement durable des comportements. Le critère d'achat principal est le prix ? Favorisons d'un point de vue financier les comportements orientés vers des produits ciblés !

Deuxièmement, la responsabilisation du consommateur vis-à-vis des achats qu'il effectue ne peut se concevoir sans une information accrue concernant son pouvoir réel à changer les choses à sa propre échelle individuelle. Cela limiterait ainsi la possibilité de se retrancher derrière les responsabilités, réelles mais pas exclusives, des industries.

3. Les pressions externes

La thématique de la pression externe vise à mesurer le sentiment qu'ont les répondants de devoir trier leurs déchets plutôt qu'une obligation réelle et légale de trier à laquelle ils seraient soumis. En effet, les répondants peuvent dire qu'ils doivent trier dans leur commune alors qu'ils n'existent aucune obligation réelle de trier au niveau de la commune. Faute de mieux, nous prendrons toutefois cette information comme un indicateur fiable de l'obligation de trier dans la commune.

La pression externe est mesurée dans le questionnaire ménage par la question : Devez-vous, dans votre commune, trier les déchets suivants : les journaux, le papier, les tétrabriques, les cartons d'emballages, les bouteilles en verre, les bouteilles en plastiques et les déchets alimentaires et le compost'.

Devez-vous, dans votre commune, trier les déchets suivants (sacs-poubelles de couleurs différentes, conteneurs, ...) ?		
	non	oui
1. journaux	1	2
2. papiers	1	2
3. tétrabriques	1	2
4. carton d'emballage	1	2
5. bouteilles en verre	1	2
6. bouteilles en plastique	1	2
7. déchets alimentaires et compost	1	2

Cette question se compose donc de 7 indicateurs qui représentent les divers déchets que les individus doivent ou non trier dans leur commune. Les réponses sont rapportées sur une échelle à 2 points où l'option 1 signifie que l'on doit trier ce déchet dans la commune, l'option 2 signifie que l'on ne doit pas le trier. Les réponses individuelles sont présentées dans la figure 2.18 (les réponses du ménage se trouvent dans l'annexe 9).

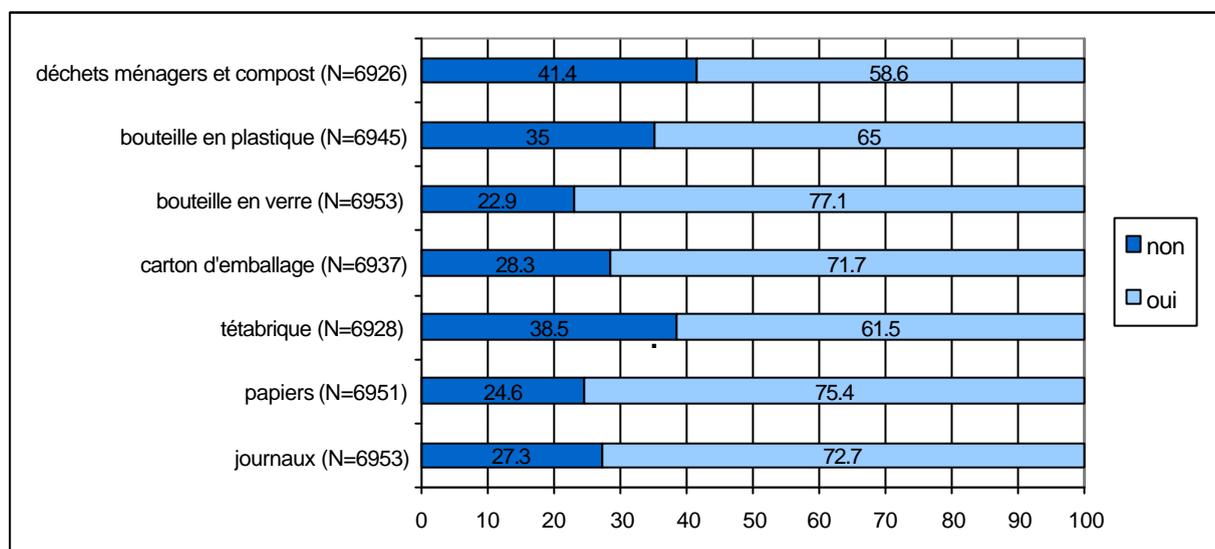


Figure 2.18 : Devez-vous, dans votre commune, trier les déchets suivants (PSBH 1998, tous les répondants)

Nous remarquons, pour chaque déchet, un pourcentage élevé de répondants qui disent qu'ils doivent le trier dans leur commune. Il semble que les répondants ressentent une forte pression externe à recycler les bouteilles en verre, le papier, les journaux et les cartons d'emballage.

3. 1. Faible ou forte pression externe

Notre hypothèse est que les personnes auront des conduites environnementales différentes en fonction de l'intensité de la pression externe qu'elles ressentent. Il nous paraît dès lors intéressant d'étudier l'action environnementale en fonction de la pression externe ressentie. La figure 19 reprend la distribution des fréquences pour la thématique de la pression externe. L'échelle retenue devrait le cas échéant faciliter les comparaisons avec les autres échelles de la thématique du tri et du critère d'achat qui sont toutes deux des échelles en quatre points.

Parallèlement, nous avons formé 2 groupes avec, d'une part, ceux qui ressentent une faible pression externe et, d'autre part, ceux qui ressentent une forte pression externe. Comme on le voit dans la figure 2.19, on peut rassembler dans le groupe 'faible pression externe' les individus qui ont un score inférieur à 2.5, soit 1986 individus, et dans le groupe 'forte pression externe' les individus qui ont un score supérieur à 2.5, soit 5042 individus.

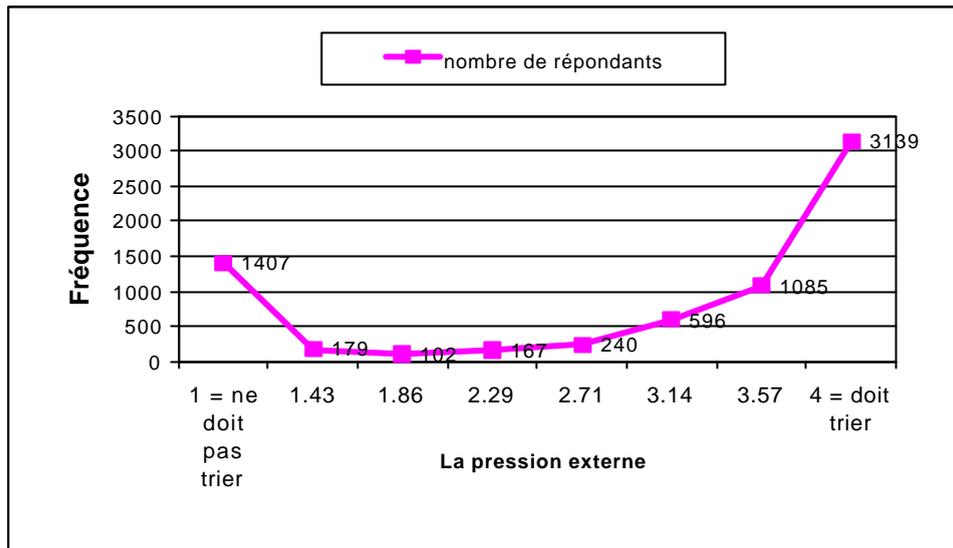


Figure 2.19 : pression externe (PSBH 1998, tous les répondants)

Le groupe 'forte pression' rassemble à lui seul la quasi-totalité de l'échantillon. Il représente 72 % de l'échantillon. En examinant le tableau 2.4, nous constatons que les répondants issus de la région de Bruxelles disent ressentir une faible pression, que ceux habitant la Flandre déclarent ressentir une forte pression et qu'autant de personnes résidant en Wallonie disent ressentir une faible ou une forte pression.

	Faible pression	Forte pression	total
Bruxelles	63.2	36.8	100%
Flandre	7.2	92.8	100%
Wallonie	52.5	47.5	100%

Tableau 2.4 : répartition de la pression en fonction des régions

a. Liens entre la pression externe et les actions environnementales du tri et des critères d'achat

Afin d'examiner si les actions environnementales des individus sont différentes selon que ceux-ci ressentent une forte ou une faible pression externe, nous avons réalisé des tableaux croisés entre, d'une part, la thématique du tri et les pressions externes et, d'autre part, la thématique des critères d'achat et les pressions externes. En effet, c'est principalement sur ces deux thématiques que nous voulons trouver des leviers de changement du comportement. Nous pensons que plus la pression est forte, plus les gens trieront. En outre, nous supposons qu'ils tiendront aussi davantage compte des critères d'achat.

Notons que nous allons tenir compte de l'effet de la taille de la sous-population lorsque nous interpréterons le test d'association. En effet, les effets sont très souvent significatifs quand l'échantillon est de grande taille. Nous allons donc mesurer la magnitude de l'effet (« effect size ») que nous allons représenter par la lettre 'w' et qui indique la force de l'association. Plus w est grand, plus l'association est forte. En effet, si $w \geq 0.10$, nous dirons que l'association est faible, si $w \geq 0.30$, l'association sera moyenne et si $w \geq 0.50$, l'association sera grande.

		Jamais	Parfois	Souvent	Toujours	X ² (sur les données brutes)	w

Journaux	Faible pression	25.35	6.48	8.17	60	$X^2_3 = 828.8$ $P < 0.001$	0.30
	Forte pression	5.04	1.59	4.65	88.72		
Papiers	Faible pression	27.67	6.84	8.64	56.84	$X^2_3 = 1310.5$ $P < 0.001$	0.40
	Forte pression	2.18	1.87	5.30	90.55		
Tétrabriques	Faible pression	66.96	3.93	2.33	26.78	$X^2_3 = 1639.4$ $P < 0.001$	0.40
	Forte pression	17.69	2.58	3.94	75.79		
Cartons d'emballage	Faible pression	40.26	6.24	7.42	46.08	$X^2_3 = 1718.9$ $P < 0.001$	0.40
	Forte pression	4.01	2.17	5.13	88.69		
Bouteilles en verre	Faible pression	23.54	4.83	5.29	66.34	$X^2_3 = 964.1$ $P < 0.001$	0.30
	Forte pression	2.26	1.59	3.32	92.83		
Bouteilles en plastique	Faible pression	56.95	3.60	2.78	36.66	$X^2_3 = 1554.1$ $P < 0.001$	0.40
	Forte pression	12.3	2.36	3.4	81.94		
Déchets alimentaires et compost	Faible pression	62.80	4.52	4.06	28.62	$X^2_3 = 1494.9$ $P < 0.001$	0.40
	Forte pression	16.8	3.48	4.65	75.07		

Tableau 2.5 : liens entre la thématique du tri et la pression externe (PSBH 1998, tous les répondants)

Comme on peut le voir dans le tableau 2.5, la pression externe est associée différemment à chacun des indicateurs de la thématique du tri selon qu'elle est forte ou faible. Ainsi, les répondants qui ressentent une forte pression ont tendance à toujours trier et, ce, pour l'ensemble des matières. Parmi les répondants qui ressentent une faible pression, par contre, le tri est nettement moins fréquent même si une majorité de répondants trient toujours les journaux, le papier et les bouteilles en verre.

Si nous nous tournons vers le tableau 2.6, nous pouvons observer qu'il existe un lien plutôt faible entre la pression externe et les critères d'achat. En particulier, il est intéressant de constater un nombre élevé de répondants qui disent ressentir une forte pression externe et qui pourtant ne tiennent pas compte des critères d'achat.

		Jamais	Parfois	Souvent	Toujours	X ² (sur les données brutes)	w
En fonction des déchets	Faible pression	68.6	21.45	6.57	3.39	X ² ₃ =152.5 P< 0.001	0.10
	Forte pression	52.57	30.3	12.33	4.81		
Caution	Faible pression	34.49	38.18	18.47	8.85	X ² ₃ = 53.8 P<0.001	<0.10
	Forte pression	26.24	40.87	23.77	9.12		
Fabricant protège l'environnement	Faible pression	50.64	29.07	15.56	4.73	X ² ₃ =16.5 P<0.001	<0.10
	Forte pression	55.13	28.29	12.70	3.88		
Environnement comme critère de comparaison	Faible pression	48.89	27.15	16.45	7.51	X ² ₃ =35.2 P<0.001	<0.10
	Forte pression	42.88	32.91	18.35	5.85		
Recharge	Faible pression	38.06	21.16	22.13	18.65	X ² ₃ =71.7 P<0.001	0.10
	Forte pression	28.38	26.74	26.74	18.14		

Tableau 2.6 : liens entre les critères d'achat et la pression externe (PSBH 1998, tous les répondants)

Dans la section suivante, nous allons examiner les relations qui existent entre la thématique du tri et la thématique des critères d'achat au moyen d'analyses de régression. L'objectif sera de vérifier si les personnes qui disent trier font aussi plus attention à leurs achats que les personnes qui déclarent ne pas trier.

3. 2. Prédiction sur la thématique du tri et des critères d'achat

a. La pression externe, le tri et l'achat

Pour faciliter l'interprétation des analyses reprises dans la présente section, nous allons voir si nous pouvons utiliser un seul score pour la thématique de la pression externe, un seul score pour la thématique du tri et un seul score pour la thématique de l'achat. Nous avons vérifié par des analyses statistiques, et plus particulièrement par le biais du coefficient alpha de Cronbach et de l'analyse en composante principale, si les indicateurs d'une thématique étudient bien la même chose et s'ils peuvent être regroupés en un seul score.

Les coefficients alpha de Cronbach se situent à .95 pour la thématique de la pression externe, .89 pour la thématique du tri et .74 pour la thématique des critères d'achat. L'analyse en composantes principales produit un seul facteur qui explique 75 % de la variance pour la thématique de la pression externe, un seul facteur qui explique 61 % de la variance pour la thématique du tri et un seul facteur qui explique 49 % de la variance pour la thématique des critères d'achat. Le détail des analyses est présenté dans l'annexe 10.

b. Prédiction du tri et de l'achat

Nous allons effectuer des prédictions au moyen d'analyses de régression entre une variable à prédire, c'est-à-dire le tri ou l'achat, et un ou plusieurs prédicteurs, comme la pression externe ou le tri.

Dans un premier temps, nous allons réaliser des analyses de régression simples, c'est-à-dire avec un seul prédicteur. Ensuite, nous réaliserons des analyses de régressions multiples, avec plusieurs prédicteurs. L'objectif sera d'éprouver un modèle de modération puis de médiation.

c. Régression simple

Comme nous l'avons vu précédemment, il existe un lien assez fort entre la pression externe et le tri. Par ailleurs, nous avons constaté que le lien entre la pression externe et les critères d'achat est assez faible. Nous désirons à présent vérifier s'il existe un lien entre le tri et les critères d'achat.

Afin de répondre à cette question, nous allons réaliser 3 régressions simples. Deux régressions auront la pression externe comme prédicteur, l'une du comportement de tri (variable à prédire) et l'autre du comportement d'achat (variable à prédire). Ces 2 régressions servent à confirmer les résultats rapportés plus haut. La troisième régression simple entend prédire le comportement d'achat (variable à prédire) à partir de la thématique du tri (le prédicteur). Le détail de l'analyse se trouve dans l'annexe 11.

	N=7028 Tous les répondants		
	Coefficient	t	R²
Pression externe -----> Tri	0.459	65.97****	.389
Pression externe -----> critères d'achat	0.045	6.93****	.007
Tri -----> critères d'achat	0.177	20.60****	.058

Tableau 2.7 : prédictions du tri et de l'achat (PSBH 1998, tous les répondants)

Le R², coefficient de détermination, mesure la proportion de la variance du critère qui est expliquée par le prédicteur. Plus le R² est élevé et proche de 1, plus les prédicteurs offrent un bon pouvoir de prédiction. Nous avons indiqué en gras le R² le plus proche de 1. L'analyse de régression confirme que la pression externe prédit de manière très significative le comportement de tri mais prédit beaucoup moins les critères d'achat. Si les individus pensent qu'ils sont tenus de trier, alors ils trient.

Comme nous l'avons vu dans les tableaux croisés présentés plus haut, la pression externe prédit le tri des déchets ménagers mais ne prédit que très modestement les critères d'achat. De plus, on remarque que la thématique du tri prédit mieux les critères d'achat que ne le fait la thématique de la pression externe. Plus les individus trient, plus ils font attention aux achats qu'ils effectuent. Il faut toutefois rester extrêmement prudent dans la mesure où cette association entre le tri et les critères d'achat reste modérée.

d. Régressions multiples

L'objectif est ici de prédire les critères d'achat en tenant compte à la fois des pressions externes et de la thématique du tri. Le détail de l'analyse est présenté dans l'annexe 12.

		N = 7028 Tous les répondants		
Modèle		Coefficient	t	R ²
critères d'achat = tri + pression externe				
Tri -----> critères d'achat		0.223	20.07****	.064
Pression externe -----> critères d'achat		-0.054	- 6.63****	

Tableau 2.8 : prédictions de l'achat, (PSBH 1998, tous les répondants)

On note que le tri prédit les critères d'achat. Parallèlement, on observe une relation négative entre la pression externe et les critères d'achat. Ainsi, quand on contrôle pour le tri, plus la pression externe est forte, moins les individus achètent en moyenne de manière respectueuse de l'environnement. Toutefois, l'association entre les prédicteurs et le critère demeure très faible.

En adoptant la logique de la modération, nous pouvons également regarder ce qui se passe au niveau des critères d'achat lorsqu'on tient compte de l'interaction entre la pression externe et la thématique du tri c'est-à-dire lorsqu'on regarde si la combinaison de ces deux prédicteurs améliore notre capacité à prédire les critères d'achat au-delà de ce que nous offrent déjà les deux prédicteurs ensemble. Concrètement, l'interaction va donc être ajoutée, comme prédicteur supplémentaire, au modèle précédent.

		N=7028 Tous les répondants		
Modèle		Estimateur	T	R ²
critères d'achat = tri + pression externe + tri*pression externe				
Tri-----> critères d'achat		0.211	16.57****	.064
Pression externe-----> critères d'achat		-0.056	-6.78****	
Tri * Pression externe -----> critères d'achat		-0.015	- 1.98**	

Tableau 2.9 : prédiction de l'achat (PSBH 1998, tous les répondants)

Lorsqu'on prend en compte simultanément la pression externe, la thématique du tri et l'interaction entre ces 2 thématiques pour prédire les critères d'achat, on remarque que la thématique du tri prédit toujours les critères d'achat, qu'il existe une relation négative entre les pressions externes et les critères d'achat et qu'il existe une relation négative entre l'interaction et le critère. Ce pattern signifie que lorsqu'on ressent des faibles pressions externes à trier ses déchets ménagers et que l'on trie, on est particulièrement attentif aux achats et sans doute plus que lorsqu'on ressent une forte pression externe et qu'on trie.

Nous pensons que ce résultat s'explique par le fait que lorsqu'on choisit librement de trier, sans pression externe, on trie dans un contexte plus global. Les individus qui tombent dans cette catégorie sont susceptibles d'être attentifs à des aspects de développement durable au moment de leurs achats. Ceux qui ressentent une forte pression trient sans doute plutôt parce qu'ils sont obligés de le faire et qu'ils veulent éviter des sanctions mais cela ne les incite pas forcément à faire davantage attention lors des achats. En effet, cette pression les oblige à trier les déchets mais pas à en ramener moins à la maison. Il n'en demeure pas moins qu'à terme le fait d'être obligé de trier pourrait amener les individus à se soucier de l'environnement. Nous

verrons si ce lien, même ténu, se manifeste en recourant notamment à l'analyse médiationnelle.

e. Liens entre la pression externe et le tri sur l'achat

Afin d'éclairer les résultats de l'analyse de la modération, nous avons réalisé une analyse de la variance en utilisant la pression externe et le tri comme facteurs de classification. Nous allons analyser les moyennes pour la thématique d'achat. Le détail de l'analyse se trouve dans l'annexe 13.

		Tri			
		Ne trie pas	N	Trie	N
Pression	Faible	1.75	1566	2.1	603
	Forte	1.74	875	2.0	3881

Tableau 2.10 : moyennes pour les critères d'achat (PSBH 1998, tous les répondants)

On constate que c'est lorsque la pression externe est faible que la variable des critères d'achat est la plus sensible à la présence du tri : les personnes sont attentives au moment de l'achat d'autant plus qu'elles trient mais ceci est particulièrement vrai en l'absence de pression externe. Ceci revient à dire que les personnes qui trient de leur propre initiative sont en plus attentives aux achats car cela fait sans doute partie d'une approche générale de respect de l'environnement.

f. Modèle médiationnel

Nos résultats indiquent qu'une pression externe forte conduit les gens à trier. En outre, le tri induit une relative attention aux achats. On pourrait donc penser que l'impact de la pression se répercute sur l'achat via le tri. Quoique l'interprétation du phénomène ne soit pas aisée, les données semblent de fait aller dans ce sens. Ainsi, le lien légèrement positif entre la pression et l'achat (0.045 dans le tableau 2.7) est totalement éliminé par l'introduction du tri dans l'équation reprise au tableau 2.8.

Apparemment, c'est le fait de trier plutôt que la pression externe qui apporte des achats plus respectueux de l'environnement. Obliger les personnes à trier semble donc être un bon levier pour les amener à trier car cela pourrait ensuite les inciter à être attentifs dans leurs achats. L'efficacité de ce levier est toute relative car un coefficient négatif suggère que le tri forcé ne remplit pas pleinement son office à cet égard. Elle pourrait en tout état de cause être améliorée en flanquant par exemple l'obligation de tri de diverses mesures renforçant la prise en compte des critères d'achat.

Dans les analyses ultérieures, nous tenterons d'identifier le profil de ces groupes et nous examinerons les variables démographiques et les motivations supplémentaires qui différencient ces groupes.

3.3. L'obligation de trier

Il a été précisé au début du point précédent que la thématique de la pression externe analysée d'un point de vue quantitatif mesurait plus un **sentiment** d'obligation de trier qu'une obligation réelle, légale, de tri. De la même façon, nous retrouvons dans nos entretiens cette hésitation sur le statut de l'obligation, sur le fait de ne pas se conformer et sur les risques éventuels encourus par ceux qui ne se soumettent pas. Le fantasme de la transgression de l'interdit est bien présent, qu'il le soit ou non à juste titre : les communes ont bien souvent des régimes de collecte différents. Il ne sera donc pas ici question de juger de la **justesse** des connaissances de nos informateurs quant aux risques qu'ils encourent s'ils ne se plient pas aux directives de leur commune en matière de gestion de leurs déchets, mais bien d'entendre ce qui se cache derrière cette (non-) crainte de la répression ainsi que le statut qu'on lui donne, cette dernière pouvant se décliner sous des formes aussi différentes que la pénalité économique (amende), la pression sociale (la conformité au comportement de l'ensemble du quartier) ou encore la crainte de rester avec ses déchets (voir son sac-poubelle ne pas faire l'objet de la récolte hebdomadaire).

a. Le tri : entre « obligation » et « obligation »

Il n'existe pas en Belgique d'uniformisation communale en matière de gestion de déchets. La pratique la plus courante est toutefois la contrainte financière : sans parler d'amende, le citoyen est amené à trier ses déchets par le simple fait que le prix du sac « commun » est beaucoup plus élevé que celui des sacs sélectifs. L'imposition est donc relative : rien n'est vraiment obligatoire, mais le coût encouru par un comportement non sélectif est un facteur souvent suffisant pour entraîner la décision de trier ses ordures ménagères.

Ceci est illustré par les extraits suivants :

E : Vous croyez que c'est forcément ça [l'idée de la propreté] qui pousse les gens à trier ? Si vous pensez aux gens qui doivent trier parce qu'ils sont obligés pour ne pas être taxés, dans leur commune...

Elle : Ah ! Il y a des communes où l'on taxe ? Ah !... C'est-à-dire... ici aussi on taxe, mais c'est d'une autre façon : moi, on est cinq ici, et généralement j'ai par semaine un sac-poubelle. En face, ils sont trois, ils en ont trois et parfois quatre ! Donc c'est sûr que dans un sens ça c'est aussi « taxer », finalement, puisque 10 sacs poubelle, ça coûte 355 Frs. Donc quelque part, c'est une taxe aussi : puisqu'ils jettent plus, ils paient plus de sacs que moi ! Les autres, les bleus, coûtent moins cher. Donc on a intérêt à trier ! (Anne)

E : Oui, c'est ça : ils trient parce qu'ils ont intérêt, financièrement, à le faire.

Lui : Maintenant dans une famille où il y a des enfants, des bouteilles de Spa, il y en a beaucoup. Le sac coûte 5 Frs. On ne met pas beaucoup de bouteilles d'un litre et demi dans un sac à 35 Frs. Donc vaut mieux de faire 3 sacs à 5 Frs que 2 à 35.

E : Oui, donc c'est uniquement l'aspect financier qui fait qu'ils trient.

Lui : C'est financier. A mon avis, c'est ça qui joue un rôle, quoi. Celui qui a inventé ce système-là, il s'est bien penché sur la question hein, parce que... il y a une différence de prix ! Les bouteilles plastiques, c'est ce qui prend le plus de volume. C'est ce qu'on a de plus. Et c'est le sac le moins cher. Donc... (Michel)

La variété est grande. Là où certaines communes imposent un sac commun payant et plus cher que les sacs destinés au tri, d'autres offrent cette même possibilité à leurs citoyens sans la leur imposer, et d'autres encore, délaissant le principe du sac payant, préfèrent faire payer le prix de leurs déchets aux habitants par kilo de détritiques rejetés. La liste des stratégies au niveau communal est longue, et cette diversité n'est d'ailleurs pas sans irriter ni perturber de nombreux informateurs.

« Moi je trouve que toutes les communes devraient être égales. Parce que je ne vois pas pourquoi dans une commune, c'est gratuit. Une autre commune, il faut payer 35 Frs. Lasne ou Rixensart, c'est bien 40 Frs, je

pense. Je pense qu'il y a une différence de prix. Ou ici c'est 30 et là-bas c'est 35... Ça rime à rien, ça !»
(Michel)

L'amalgame était souvent fait entre la **possibilité** et l'**obligation** de trier ses déchets. C'est le cas dans l'extrait suivant :

E : *Justement la politique de la commune ici à Louvain-la-Neuve, c'est quoi ?*

Lui : Les sacs sont payants depuis ... deux ans. Avant c'étaient des sacs que l'on achetait ... dans les grandes surfaces, et on les portait dans les conteneurs. Et puis maintenant la ville impose à ses habitants de trier ses détritiques, entre autres

E : *C'est obligatoire ?*

Lui : Oui ici à Louvain-la-Neuve, c'est obligatoire

Elle : Mais en fait, on peut encore utiliser des sacs ...euh ...

Lui : On peut encore utiliser

Elle : Mais alors on doit les laisser dans des conteneurs.

Lui : Les laisser dans des conteneurs. Aller jusqu'aux conteneurs de la ville quoi. (Carine et Fred)

Nous le voyons ici : l'appréciation du facteur « obligatoire » est toute relative. Sans savoir véritablement quel est le régime communal de gestion des déchets, nous entendons nos informateurs nous présenter une obligation de trier leurs déchets. Or, dans les faits, Frédéric parle de la possibilité d'utiliser des sacs de poubelle communs, à la condition toutefois que ces derniers soient déposés dans des conteneurs spécifiques. L'obligation dont il est ici question tient donc plus de la « possibilité » de trier que de « l'imposition » d'un comportement sélectif. Comme le dit si bien Nadine dans l'extrait suivant : « *L'obligation est un peu dans notre tête !* » :

« C'est-à-dire : « c'est obligatoire »... il n'y a aucun... aucune répression si on ne le respecte pas. Donc, ils ne viennent pas... il n'y a pas un inspecteur qui vient ouvrir les sacs et dire : "Ah, vous n'avez pas... fait ça correctement donc vous devez payer une amende". Donc dans la mesure où il n'y a pas de répression, l'obligation est un peu dans notre tête ! Mais y a une... une invitation disons très ferme à... à le faire, et bon... ils ont raison ! » (Nadine)

Contrairement à l'extrait précédent où la définition de la limite entre le licite et l'illicite semblait assez peu maîtrisée, Nadine a ici pleinement conscience de ce que le système de collecte organisé par sa commune n'est qu'une proposition, une occasion que cette dernière leur offre de se débarrasser de leurs déchets d'une manière sélective. Dans la commune de Nadine, le sac n'est pas payant, c'est-à-dire que n'importe quel sac peut faire office de sac-poubelle : les habitants ne sont pas tenus d'acheter un sac (plus cher) aux armoiries communales. Plus qu'à la « carotte » du risque d'amende ou d'une autre forme de répression, c'est donc à la seule bonne volonté des habitants qu'il est fait appel dans ces deux cas de figure. Le système est un peu différent dans la commune des informateurs suivants : ici non seulement le sac commun n'est pas un modèle « payant » déposé par la commune, mais c'est cette dernière qui prend le coût des sacs sélectifs en charge : sur l'échange d'un bon distribué par la commune, les habitants disposent d'une ration de sacs de tri gratuits (bleus ou jaunes). La conséquence est la même : on incite à trier sans obliger au sens propre du terme : la contrainte est morale.

Elle : Moi je n'irais pas dire qu'il faut y être obligé par un règlement communal pour trier. Il faut être **stimulé**, je trouve.

Lui : Ils ont demandé qu'on trie les plastiques et tout ça, et bien on l'a fait !

Elle : Oui. On le fait bien volontiers !

Lui : Qu'ils nous demandent alors de faire le reste aussi, mais... Ce n'est pas une **obligation** euh... contrôlée, mais on a une obligation euh... morale.

Elle : Oui, c'est plutôt ça, je trouve. Ce n'est pas encore obligatoire, là, pour le moment, hein !

Lui : (à moi) Vous triez les poubelles ?

E : *(rigole) Dans ma commune, ce n'est pas obligatoire !*

Elle : Mais chez nous non plus, ce n'est pas obligatoire, hein ! ? C'est conseillé.

- Lui : Mais tout le monde le fait ! Le vendredi, quand je vais travailler, je vois des sacs partout, donc c'est qu tout le monde... Enfin : les sacs bleus, les sacs noirs normaux, tout ça, donc c'est que tout le monde le fait !
- Elle : Mais c'est qu'il y a une prise de conscience, hein !
- E : *Mais qu'est-ce que vous appelez : "c'est conseillé". Vous avez reçu des directives ou eux...*
- Elle : Oui. On a reçu un courrier fin de l'année passée qui nous expliquait la **possibilité** de trier, mais... sans aucune obligation ! C'était clair : on reçoit un calendrier au début de l'année avec les dates de ramassage de papiers, de plastiques, et... On reçoit un petit livre de la commune qui nous donne les dates de passage des objets encombrants, les vieux papiers, donc... On est prévenu : on le fait si on a envie. (Corinne et Rudy)

« *On le fait si on en a envie* ». Cette phrase est importante en regard de tout ce qui la précède, car elle illustre parfaitement deux points qui seront traités prochainement. Le libre arbitre dont il est question doit toujours être compris dans le cadre de notre appartenance à un système de normes et de codes : notre bonne volonté ne nous apparaît consciemment qu'en partie (c'est ce que nous analyserons dans le deuxième volet de ce point consacré aux pressions externes, à savoir la pression sociale constituée par les pratiques ou les regards de nos plus proches concitoyens : nos voisins). De surcroît il n'est pas anodin pour les trieurs d'évoquer le libre arbitre en matière de gestion des déchets : c'est un moyen parmi d'autres d'insister sur la valeur civique de leur comportement. Cette bonne volonté ou ce sens civique peut d'ailleurs être mis puissamment en avant par une certaine frange de notre population de trieurs, comme moyen de se distinguer au sein de la société par l'affichage d'une conduite en accord avec les valeurs qu'elle prône.

b. La peur du gendarme

Les extraits suivants témoignent de la crainte de la répression, celle-ci prenant cette fois une réelle forme économique : c'est le risque de l'amende, sonnante et rébuchante.

- Lui : J'ai même vu maintenant : on inspecte les poubelles euh... en ville. J'ai vu ça à la télévision : les gendarmes inspectent les poubelles, pour voir...
- Elle : (l'interrompt, très étonnée !) Pour ?
- Lui : Pour ah euh... Il y a, il y a des heures pour les mettre : on ne peut pas les mettre trop d'heures à l'avance... Et on ne peut pas mettre n'importe quoi dans les poubelles. Et si, s'il y a quelque chose qu'il ne faut pas dans les poubelles,
- Elle : Ils savent remonter par les papiers de lettres !
- Lui : Ils, ils remontent et... Ouais ouais !
- Elle : Et vous risquez d'avoir un procès !
- Lui : Oui oui : ils verbalisent ! Ils verbalisent.
- Elle : Oui ! Ils déchirent tous vos papiers poubelles
- Lui : Ils inspectent les poubelles, et puis c'est facile de savoir à qui appartient une poubelle, là : il y a toujours du courrier ou quoi... (Anita et Luc)

L'extrait est intéressant parce que la force des échanges est bien représentative de la manière dont se nourrit une rumeur : chacun surenchérit à partir de l'information que vient de lui donner l'autre. Sans sous-estimer la possibilité qui existe effectivement dans certains dépôts sauvages (en temps ou en lieu) de procéder à un examen attentif du contenu de la poubelle pour éventuellement remonter jusqu'à son propriétaire, force est de constater qu'Anita et Luc ne garderont pas pour eux leur connaissance de cette éventualité si le sujet vient à tomber au hasard d'une discussion avec l'une ou l'autre personne de leur entourage. Le bruit est suffisamment accrocheur pour qu'ils puissent le faire courir : la rumeur de la « fouille des poubelles » n'est pas prête à s'éteindre.

La différence dans le poids de l'information est plus facile à comprendre en comparaison avec l'extrait suivant, qui porte sur le même risque d'amende, mais se veut beaucoup moins de l'ordre du commérage :

Lui: J'ai vu pour la première fois ici des grosses étiquettes rouges, un avertissement comme quoi la poubelle avait été mise à la rue un mauvais jour, et que si ça se représentait, il y aurait une amende de 500F ou 5000F !

Elle: Je ne sais pas !

Lui: Là j'ai... J'ai vu ça pour la première fois ici.

Elle: Sur un sac-poubelle !

Lui: Oui, sur tous les sacs-poubelles : ils étaient sortis le mardi...

Elle: Ah bon ! (Elle part tourner dans ses confitures qui cuisent)

Lui: ... et ils avaient mis des machins rouges : "Voilà, vous avez sorti votre poubelle un mauvais jour, vous serez contrôlés et vous aurez une amende la prochaine fois". Et ça je trouve bien. Vous savez, aux Etats-Unis, sur les autoroutes, vous avez des grandes affiches. Donc il est marqué : "500\$ pour déchets clandestins". Donc vous jetez une canette par la fenêtre de votre voiture, vous êtes pris par la police, c'est 500\$. 500\$, à 40F le dollar, ça fait 20 000 F. Et ça c'est... Vous ne pouvez pas vous imaginer la propreté qu'il y a dans des endroits comme les parcs nationaux. (Béatrice et Charles)

La tendance des propos de Charles est moins au colportage d'une crainte fondée sur un risque supplémentaire d'amende qu'à l'exposition de ses valeurs bien dans les normes de son temps : l'anecdote lui offre l'occasion de dire qu'il trouve la sanction de l'amende justifiée à ce type de comportement incivique.

La connaissance des citoyens est donc souvent floue en matière de réalité d'obligation ou non. Ainsi, comme il en a été fait état précédemment, nombreux sont les informateurs qui avançaient le risque d'une amende ou d'une autre forme de sanction, là où aucune information confirmée ou véritablement claire ne leur était jamais parvenue à ce sujet.

E: *Et avant ça, il y a déjà des choses que vous triiez ?*

Elle: Non. Non, je ne regardais pas : je mettais tout dans le sac-poubelle.

E: *Et maintenant, qu'est-ce qui se passe si vous ne le faites pas ?*

Elle: Il paraît qu'ils peuvent ouvrir les sacs-poubelles et regarder ce qu'il y a dedans. Oui : si par exemple on met du plastique alors que ça normalement ça doit aller dans les sacs bleus, normalement on est punissable.

E: *"Punissable" : amende ?*

Elle: Je suppose. Je ne sais pas.

E: *Vous ne savez pas. Vous ne vous êtes jamais posé la question de savoir...*

Elle: Non, non. Je ne sais pas. Mais il paraît que oui : ils peuvent ouvrir les sacs et regarder ce qu'on met dedans.

E: *Qui est-ce qui a dit ça ?*

Elle: Ça s'est dit autour ici, donc... Ça venait de la commune, quoi ! (Isabelle)

« Ça venait de la commune ». Rien n'est moins sûr, mais l'information aura trouvé un écho dans nos peurs ancestrales de transgression de l'interdit, et aura produit son petit effet. Isabelle trie, non pas par conviction écologique ou par la force d'un puissant sentiment civique, mais parce qu'elle serait « punissable » si « on » venait à trouver un contenu irrégulier à ses poubelles. C'est là toute la force de la rumeur. Dans une autre commune, c'est la même rumeur qui aide Daniel à se plier au tri :

E: *Avant, les verres, vous ne les faisiez pas parce que vous... n'y pensiez pas...*

Lui: Je le faisais par en... par paresse, parce que c'était plus facile de le mettre dans la poubelle et parce que je ne voyais pas tellement l'intérêt de le faire. Etant donné qu'on disait qu'il y avait déjà trop de déchets de verres, qu'ils ne savaient même pas suivre dans les trucs de recyclage de verres... Maintenant, on est pratiquement obligés de le faire aussi, hein, parce que...

Elle: Si on se fait contrôler...

Lui: Enfin, je ne sais pas si c'est vrai, mais on a déjà dit qu'ils contrôlent certaines poubelles, et s'ils y trouvent ... les choses qui ne doivent pas y être, et bien on peut avoir des ennuis. Je ne l'ai jamais vu faire, mais enfin, c'est ce qu'on a... Et bien : tant qu'à trier, autant trier tout ! ...Depuis qu'il y... Oui: ça on m'a dit : dans les sacs ... les sacs ordinaires, ils pourraient regarder. (Christine et Daniel)

Le processus n'est pas différent, l'hésitation et le conditionnel sont les mêmes : « ça on m'a dit (...) : ils pourraient regarder ». De la même manière que circule le bruit qu'il existe un danger à boire l'eau du robinet, au grand bonheur des producteurs d'eau en bouteille et au grand dam

des associations de défense des consommateurs ou d'autres organisations qui visent à changer nos comportements vers une moindre production de déchets, subsiste dans l'inconscient de nos informateurs la peur de l'illicite, la sensation d'un risque existant à être intercepté dans un comportement de « fraude » dans sa gestion des déchets.

L'extrait suivant illustre doublement cette dernière constatation : il illustre la force et le danger de la rumeur, en même temps qu'il lève le voile sur un point particulièrement important dont nous traiterons par la suite : la force que constitue la pression sociale véhiculée par le regard ou le comportement de nos voisins, et l'importance qu'on se défend de lui accorder. Les propos sont recueillis auprès d'un couple dans une commune bruxelloise où il n'existe aucune autre forme d'incitation au tri que la contrainte morale : le sac commun n'est pas payant, l'obligation n'est pas soutenue par un risque d'amende.

E : Vous regardez parfois comment font vos voisins ? Vous sauriez dire, dans la rue, qui trie et qui ne trie pas ?

Elle : Oui, moi je sais. Il n'y en a pas beaucoup qui ne trient pas, dans la rue. Je pense qu'on est même pratiquement les seuls. En tout cas sur ce trottoir-là parce que quand on met les poubelles devant la maison, ça attire l'œil. Pas parce que j'y fais attention, mais sur notre côté, je ne crois pas qu'il y ait quelqu'un d'autre qui ne trie pas. Sur le trottoir d'en face, je n'en sais rien.

Lui : Oui. Depuis le moment où c'est devenu obligatoire, les gens trient.

E : C'n'est pas obligatoire, ici !

Elle : C'est suggéré.

Lui : C'n'est pas obligatoire, mais depuis le moment que ça a été suggéré...

Elle : Les gens ont commencé à le faire.

Lui : Il a commencé à avoir des petites menaces, d'avoir des...

Elle : Que ce serait de toutes façons, c'était sous-entendu comme ça : qu'un jour ce serait obligatoire, qu'il fallait commencer à le faire.

Lui : Oui c'est ça. Alors par exemple nos voisins ici, pendant un temps ils faisaient pareil que nous ! Puis au moment où ils ont entendu à la radio que ça va bientôt être obligatoire, ils ont dit « merde », c'est son expression, « je vais le faire ! ». Mais ça le dérange !

(...)

E : Et est-ce que vous pensez que eux sont attentifs aux vôtres ?

Elle : Ah bien ils doivent se dire « tiens ceux-là, ils ne trient pas ». J'en suis sûre !

Lui : Dans le temps oui, ils rigolaient, puis ils faisaient des remarques au début pour montrer que ça les embêtait qu'on ne le fasse pas. Style : au moment où il a découvert qu'on allait être obligé de faire le recyclage et qu'ils ne le faisaient pas, et au moment où il a commencé à faire le recyclage, il a dit : « Ah tiens vous n'avez pas encore commencé à faire le recyclage ? ».

(...)

Elle : Mais moi j'ai lu le livret et je savais que ce n'était pas obligatoire. (Marie-France et Luis)

Marie-France et Luis ne trient pas leurs déchets et ont tout à fait conscience d'être dans leur droit : contrairement à leurs voisins, qui trient, elle a bien lu la différence entre proposition et obligation de trier. Il n'en reste pas moins qu'ils ont à subir les remarques de leur voisin, dont ils analysent par ailleurs le comportement comme étant un tri par contrainte. La rumeur de l'amende véhiculée par ce dernier n'a donc pas de prise sur eux, et ils peuvent à leur tour se permettre de ricaner de ce comportement sélectif sans autre fondement que celui de la peur d'une sanction.

Cette dernière remarque ouvre non seulement la question du regard porté par et à nos voisins, que nous étudierons par après, mais nous amène également à un autre point très important, que nous allons aborder tout de suite : c'est la force de l'obligation, l'analyse de sa valeur réelle en tant que moteur de changement des comportements.

c. L'obligation : entre sanction et conscientisation

De l'avis de ceux qui ne trient pas

Les directives communales imposées au consommateur en matière de gestion des déchets ne le sont que de manière tout à fait relative : dans la grosse majorité des communes, rien n'est vraiment obligatoire, mais le coût encouru par un comportement non sélectif est un facteur souvent bien suffisant pour entraîner la décision de trier ses ordures ménagères. Rappelons-nous ce que nous avons vu précédemment : la difficulté que représente le tri en terme de changement d'habitudes. Tant que le travail d'incorporation n'est pas accompli, le fait de devoir penser à ce que l'on fait représente une charge de travail supplémentaire, la directive est comprise comme une obligation extérieure supplémentaire.

Si les entretiens démontrent, comme nous le verrons par après, que ces difficultés sont relativement vite compensées par la mise en place de nouveaux schémas de pensée et d'action chez ceux qui se sont vus **imposer** un changement, il en va tout autrement pour celui à qui la commune laisse le choix du comportement sélectif, et qui voit dans ce choix la possibilité de ne rien changer à sa gestion des déchets : il ne trie pas. Les non-trieurs ne parlent pas de la pénibilité du tri (c'est-à-dire de ce qu'il est vraiment), mais de la pénibilité de ce qu'ils l'imaginent être. Chaque micro geste relatif au tri est, dans la bouche de ces informateurs, diabolisé. Trier ses déchets atteint les sommets de l'inconcevable : trop difficile à comprendre, pas assez de place disponible, pas de stockage possible... le mot d'ordre est à l'exagération.

Lui : Tout le monde n'a pas de remise à l'extérieur, quoi. Comme un abri de jardin... Enfin les abris de jardin, c'est encore le même. Bon il faut 1 m, 2m pour faire le tri.

E : *Il y a un problème de place aussi.*

Lui : Et bien oui parce qu'il faut... au-dessus de 10 m, il vous faut un permis de bâtir. Mais vous faites un abri de jardin, vous avez la tondeuse, vous avez la table en plastique, les sièges en plastique, le parasol... Les trois quarts du temps, c'est là qu'on stocke ça, hein. Un petit peu le tracteur, le petit vélo à trois roues du gosse... Donc il n'y a déjà pas de place pour trier ça là-dedans ! Et puis les trois quarts du temps, les abris de jardin, on les met dans le fond de la pelouse ! Et comme on a souvent de la pluie ici, ça veut dire qu'il faut traverser toute la pelouse pour arriver, pour aller, pour déposer sa boîte. (Michel)

Quiconque a mis en place un système de tri sélectif chez lui perçoit la dramatisation des propos : si un tel système prend effectivement de la place (nous traiterons de ce sujet dans le point consacré aux contraintes logistiques) et peut amener ceux qui en ont la possibilité à stocker leurs détritiques en dehors des murs de leur cuisine, des sous-systèmes de récolte sont alors mis en place aux endroits de production des déchets.

« Je vais cuire de la viande, j'ai un sac plastique. J'ai le papier du beurre. Le papier du beurre, ça ça doit se mettre dans les ordures ménagères. Le plastique, ça se met dans le plastique. Les épluchures de pommes... Mais si je dois chaque fois sortir pour aller mettre ça dans le... Ça , les épluchures de pommes, c'est pour les poules, pour les moutons, donc euh... mais si je dois chaque fois sortir de la maison pour aller les mettre dans le bâtiment, c'est impossible. » (Michel)

Personne ne traverse effectivement son jardin pour aller y déposer son petit pot de yaourt : l'image choisie par Michel est un peu forte, mais elle témoigne bien de la difficulté ressentie par un changement d'organisation dans un point de notre gestion ménagère quotidienne : nos déchets. Le tri amène de la réflexion dans la routine du quotidien, celle-là même qu'on a mise en place pour faciliter son bon déroulement.

« Parce que, et alors en plus de ça, je ne suis pas tenu. Parce qu'il y a... (Mime :) « Le lundi, il y a un seul camion qui vient. Le mardi, il n'y a rien. Ah, le mercredi, c'est l'autre. Ah, on s'est trompé ! On s'est trompé de sac : c'est pas celui de mercredi qu'on a mis, c'est celui de vendredi. Ah ! il ne l'a pas pris. Ah, bien on est reparti pour une semaine ! » Tandis que moi, je vais avec mon petit sac, ffuit ! » (Michel)

Sans contrainte extérieure, il est difficile, voire impossible pour certains d'imaginer pouvoir s'y mettre.

E : *Quand vous êtes arrivée ici, le système était déjà en place ? De ramassage.*

Elle : Non, je ne crois pas. Je ne crois pas. Non non, ça a commencé peut-être un an après.

E : *Et vous en avez été prévenue par les toutes-boîtes ou les trucs comme ça ?*

Elle : Par les... Enfin : du courrier, oui.

E : *Mais jamais vous ne vous êtes dit « c'est pour moi ».*

Elle : Oui, j'ai lu ! J'ai lu (rire) ! C'est très compliqué. Il ne faut pas mettre les couvercles, il faut enlever les couvercles. C'est très compliqué. Pas le temps de faire ça.

E : *Pas le temps de se casser la tête.*

Elle : Non pas le temps de se casser trop. C'était trop compliqué. Oui, j'ai lu, oui. Et il faut que les pots soient propres ou je ne sais quoi... Vous vous imaginez ? Faut pas exagérer non plus !

E : *Quelle idée est-ce que vous avez des gens qui le font ?*

Elle : Ils le font peut-être parce que c'est obligatoire. (...) J'en sais rien. Ici ça n'est pas obligatoire donc il n'y a pas de raison de le faire. (Marie-France)

« Ce n'est pas obligatoire, donc il n'y a pas de raison de le faire ». Ceci rejoint l'idée suivante de Michel : « Ceux qui trient ils ont raison : c'est parce qu'ils n'ont pas d'autre solution !! De l'avis de ces deux informateurs, il n'y a donc que la contrainte qui peut pousser les gens à trier. Sous la menace d'une sanction, on s'y met.

E : *Bruxelles est encore une des rares places, en Belgique, où on laisse le choix aux gens, où il n'y a pas vraiment de sanction si on ne le fait pas, en fait.*

Elle : C'est pour ça que je ne le fais pas. S'il y avait une sanction, je serais bien obligée.

E : *Là vous le feriez ?*

Elle : Evidemment ! Ça ne m'intéresse pas de payer une amende pour ne pas avoir trié ses poubelles. Mais enfin... je ne trouve pas le principe sympathique. (Marie-France)

Le principe n'est pas sympathique, mais bien efficace. Au grand dam de Fatima, et au risque de voir apparaître des comportements d'esquive :

« Ah, si on m'oblige, on me dit " tu vas payer une taxe " ou quoi, je vais le faire. Mais je ne vais pas bien le faire, parce que je ne serai pas motivée. Dans le sac jaune, je vais leur mettre du... du truc qu'ils ne verront pas, je vais le cacher, je vais le mettre comme ça...je vais le mettre euh... Parce que, obliger quelqu'un à faire quelque chose, c'est sûr que ça va aller. Oui : il y a des communes que je connais, enfin je connais une copine, elles sont obligées de trier parce qu'elles doivent acheter des timbres et coller ses timbres sur les sacs, enfin toute une histoire... Elle est complètement... pff, c'était vraiment les nerfs quoi, quand elle a expliqué son histoire. " Obliger " ! » (Fatima)

Fatima est énervée, mais forcée d'admettre que, même si elle est radicalement contre ce principe de coercition, elle serait bien obligée de s'y soumettre. (Même d'une manière mitigée).

De l'avis de ces deux informatrices, la peur du gendarme serait donc un bon incitant. Et, en termes de sanction, le gendarme en question n'est pas forcément celui qu'on croit : pour Marie-France, bien plus qu'une amende, c'est la perspective de se voir rester avec ses déchets non collectés qui serait l'élément le plus stimulant à un tri consciencieux de ses déchets. L'argument financier n'est donc pas forcément vécu comme étant le plus contraignant. On ne pourrait cependant clôturer cette partie qui a laissé la parole à nos informateurs non-trieurs sans ébaucher un argument qui fut aussi bien cité par eux pour justifier leur comportement non sélectif que par nos informateurs qui triaient pour expliquer certaines distorsions à leur comportement sélectif : la question de l'information, de la connaissance, de la compréhension des mécanismes de récolte et de suivi du tri. Cette question fera l'objet d'un point entier par la suite, mais nous pensons utile de l'ébaucher ici tant que nous en sommes à rendre compte du rejet du caractère obligatoire du tri par ceux qui n'en voient pas l'utilité : leur méconnaissance du problème n'y est certainement pas étrangère.

« Je ne vais pas acheter des sacs à 100 balles, c'est trop facile ! Je trouve que c'est trop facile, c'est fort, on est dans un pays euh démocratique et je ne comprends pas qu'on puisse imposer des choses euh... non je ne suis pas d'accord du tout. Je ne suis pas d'accord quoi, parce que... Non mais si on m'explique, on me dit, et on me demande mon avis et je dis qu'est-ce qui me dérange, je ne sais pas... Alors je veux bien faire un effort mais me dire comme ça... Si je veux pas le faire alors ? ! Quoi ? » (Fatima)

E : *Qu'est-ce que vous pensez des communes où c'est obligatoire ?*

Elle : Ben je ne suis pas pour.

E : *Ça vous révolte ?*

Elle : Oui ça me révolte. Je trouve qu'il faudrait sensibiliser un peu plus les gens, leur expliquer un peu mieux... plutôt que de rendre quelque chose obligatoire. (Marie-France)

Laissons provisoirement à Fatima la possibilité de résumer cette délicate question :

« Je sais pas qu'est-ce que, d'abord qu'est-ce que les poubelles deviennent. Donc tout ce que je veux moi, c'est de m'en débarrasser de chez moi. » (Fatima)

De l'avis de ceux qui trient

Nous venons de le voir : nos informateurs qui ne trient pas ne sont pas prêts de voir arriver d'un bon œil une quelconque forme d'obligation à la sélection. Ce point est important parce qu'il va poser un bémol à la virulence de leurs propos. En effet, nous avons vu qu'un regard en arrière par nos informateurs soumis à une forme de tri par leur commune sur leur réaction au moment de cette imposition nous rapporte exactement le même genre de propos : il a été difficile de s'y faire, parce qu'il a fallu changer les habitudes. « *Ça, ça a fait du foin, quand on a appris qu'on devait payer les sacs !* » (Michel). Il faut se remettre à penser, là où les gestes s'enchaînaient avant sans nécessité de réflexion.

Elle : Maintenant qu'il a un tri qui doit se faire ...

Lui : ... on est plus obligés d'y penser. C'est tout. Sinon avant, les poubelles ne présentaient pff... On tapait à la poubelle, et puis c'était terminé !

Elle : Oui. Tandis que maintenant, avec cette sélection, on est obligé de faire attention, euh... ben pour voir si c'est le jour où c'est les plastiques euh... qui passent, ou...

Lui : Oui, puis on doit quand même faire attention à ce qu'on jette aussi, hein !

Elle : Oui, d'accord, mais je...

Lui : Il y a des choses qui peuvent pas aller... Il y a des choses qu'on sait qu'on ne peut pas jeter, et de temps en temps il y a une liste où on doit aller consulter, quand même. Parce qu'on n'y pense pas tout le temps. (Christine et Daniel)

Nous voyons que c'est quand l'incorporation est en train de se mettre en place que la pénibilité est maximale. Le tri peut alors être vécu comme quelque chose d'imposé, donc désagréable. Petit à petit, l'incorporation fait son travail et les gestes deviennent habitudes: l'individu n'a plus qu'à se laisser porter par celles-ci, "sans problème".

E : *Et vous ne vous rappelez pas en avoir discuté avec les voisins.*

Elle : Non, je ne me rappelle pas. Peut-être qu'on a dit une fois ou l'autre : "Ils sont chiantes avec ça", mais... oui: non, pas vraiment. Et maintenant c'est dans... c'est comme ça c'est comme ça, et on ne parle plus de ça. C'est fini. (Isabelle)

E : *Est-ce que vous vous rappelez $\frac{1}{4}$ d'une réaction particulière quand vous avez été prévenus qu'il y avait ce système-là qui allait être mis en place ? ($\frac{1}{4}$)*

Elle : (crie) On a dit: "Ooh oye oye !", mais c'était plutôt par principe, quoi. Mais pff !...

E : *Aï e ä e aï e ?*

Elle : Parce que ça change les habitudes, quoi ! C'est ça qu'il y a. Ça, ça...

Lui : Oui ! (...) Non, on s'est dit que "Aah !" ... qu'est-ce qui va encore falloir faire, quoi ! Ce qu'on fait c'est bien...

Elle : (l'interrompt) C'était l'inconnu, quoi ! C'est ça qu'il y a. Pourtant, c'est... c'est bête, hein ! Ça chambarde les habitudes, c'est ça, aussi.. Mais moi, ça m'a pas du tout... "Ooh oye oye" par principe, comme pour dirE : "Encore des nouveaux trucs !" mais aussi non euh... Mais non: c'est un

bien ! Justement... C'était le fait de commencer, quoi. Mais maintenant, c'est... Sans problème !
(Anita)

L'incorporation est importante dans la facilitation des gestes de la vie de tous les jours : les habitudes ménagères permettent de garder l'esprit libre pour d'autres tracas quotidiens, considérés comme plus importants. Ce processus d'automatisation peut cependant s'avérer être insuffisant : le changement est tellement contraignant, le nouveau geste est tellement pénible que l'individu doit mettre en place des tactiques d'auto-motivation, conscientes ou non. Une de celles-ci consiste alors à positiver les nouveaux gestes, à se renforcer dans l'idée qu'ils sont nécessaires.

E : *Et vous vous rappelez de votre réaction quand on vous a prévenu de ce changement ?*

Lui : Moi oui: moi j'étais embêté !

Elle : Oui, moi aussi.

Lui : "Qu'est-ce qu'ils vont encore nous embêter avec ce genre d'histoire !"

Elle : Oui. Moi aussi, ça. Oui.

Lui : Euh... Oui ! Ça m'embêtait réellement.

Elle : Attention: tout en étant consciente... même déjà avant qu'on ne nous propose des choses... On était déjà... On est... conscients...

Lui : Que c'était nécessaire. Mais là, on n'avait pas les moyens de le faire. A part le verre.

Elle : On était conscients du fait que ça devait... qu'il fallait... qu'il faut trouver des solutions. Qu'on peut pas continuer à tout euh...

Lui : Je me disais aussi... Le verre, je me disais qu'il fallait le faire. Je me disais qu'il fallait le faire, mais je le faisais pas. Puisqu'on pouvait le mettre dans la poubelle... Hein ! ? Qu'on payait une taxe élevée, euh... J'avais pas envie. Maintenant on le fait, on le fait ! Et c'est vrai qu'on fait comme... On est conscients que c'est un bien mais... quand c'est arrivé... on a pensé qu'on serait embêté avec. Mais maintenant le pli est pris. (Christine et Daniel)

« *Le pli est pris* » : il est important de souligner le fait que lorsqu'on a pris de nouvelles habitudes, la contrainte disparaît.

Le sentiment de faire quelque chose de bien remplace celui de l'imposition de la tâche, la complication des nouveaux gestes se trouve relativisée par la satisfaction qu'ils procurent. C'est ce que résume Jean, interrogé sur les inconvénients du projet et après avoir parlé des "*tracasseries en plus de se creuser les méninges pour savoir où il faut les mettre [les déchets]*", il conclut sagement: "*Les inconvénients y'en a plus, puisque c'est pour un bien !*".

De même, l'extrait suivant est intéressant parce qu'il est tiré de la fin de l'entretien avec Christine et Daniel, ceux-là mêmes qui à son début faisaient part de l'importance du changement dans les habitudes :

Lui : Des inconvénients, je trouve qu'ils ont été... C'est vraiment mineur par rapport aux avantages qu'on peut en retirer. On a cru à un moment que ça allait nous dépasser mais... maintenant, c'est rentré dans les mœurs ! Enfin... je parle d'ici, hein. On n'y pense même plus ! Je crois qu'on le fait systématiquement et... Ça ne me dérange pas, ça. Honnêtement, ça ne me dérange pas. Je ne prends pas ça comme un inconvénient.

Elle : Non, ça va. Non, non. Au début c'était un petit peu embêtant parce qu'il fallait changer un peu ses habitudes, mais finalement ce n'est pas...

Lui : Il y 'a d'autres choses qui sont plus embêtantes que ça, quoi.

Elle : C'est pas plus... c'est pas plus mal ! Surtout que nous, on pense plus au... à l'aspect écologique. (Christine et Daniel)

La verbalisation du caractère « facile » du changement fait partie intégrante du processus d'incorporation : même si celui-ci est toujours en phase d'instauration, même si on se trompe encore et qu'il faut parfois encore réfléchir, il est important de minimiser la difficulté et d'insister sur la facilité du tri. Les entretiens nous apprennent ainsi que la satisfaction de faire quelque chose de bien prend petit à petit le pas sur le mécontentement de l'obligation de changer ses habitudes. La conscientisation à laquelle pousse le tri est elle aussi soulignée.

- E : *Au niveau du tri vous faite plutôt ça par obligation*
 Elle : Oui.
 Lui : Oui... vraiment. Oui, avant on ne le faisait pas
 Elle : Mais ...et euh non mais: "par obligation": oui parce qu'on est obligé, mais c'est vrai que maintenant on trouve ça bien et on...on fait beaucoup plus attention à ce qu'on met dans les poubelles et tout !
 Lui : On a pris conscience qu'il fallait le faire. (Julie et David)

Daniel et Christine ont le même argument quand on leur demande si la nouvelle directive en matière de gestion des déchets représente pour eux une charge de travail supplémentaire, eux qui nous avaient dit l'avoir trouvée particulièrement pénible à mettre en application: ils ne triaient rien du tout auparavant.

- Lui : Oui, si on veut... Hum ! C'est une charge de travail supplémentaire. Mais ce n'est pas quelque chose de dérangeant ! Enfin pour moi, pas. A la limite, je trouve que c'est mieux maintenant qu'avant. Parce qu'on a l'impression de...
 Elle : De faire quelque chose, oui.
 Lui : ... de participer à quelque chose de plus... de plus valable ! Donc euh... Oui. Je pense... Je pense que... c'est pas mal. C'était une bonne chose de le faire mais... Et... ils nous ont forcés à le faire, parce que de nous-mêmes, on ne l'aurait pas fait. (Christine et Daniel)

Conformément à ce qui a été dit précédemment, nous voyons dans le dernier extrait que, bien que majoritairement critiquée quand elle est mise en place, "l'imposition" communale nous oblige à changer les habitudes. Donc nos comportements, et par conséquent notre point de vue sur ceux-ci. Car on ne peut pas quotidiennement répéter une action qui serait en total désaccord avec nos convictions les plus profondes. Notre devoir de cohérence identitaire nous impose des manières de faire en accord avec nos manières de penser. L'imposition peut alors se vivre comme un coup de pouce nécessaire à un changement de comportement et bénéfique à un changement de mentalité. *"Les habitudes sont excessivement difficiles à changer s'il n'y a pas quelque part une règle qui dit que ce n'est plus comme ça qu'on fonctionne, c'est autrement."* (Joël).

N'en déplaisent à ceux qui ne trient pas et proclament des valeurs démocratiques pour revendiquer l'incongruité d'une obligation externe, celle-ci est donc bien efficace quant à ses effets, un de ceux-ci jouant même le rôle d'une auto-motivation facilitatrice de l'acquisition des nouveaux gestes. Si le levier relatif à cette obligation/pression externe semble tout trouvé et facilement applicable, il serait cependant simpliste de croire que le risque de sanction est un moyen suffisant au changement de mentalité profond qui semble être indispensable à la bonne réalisation des pratiques sélectives. C'est ce que nous allons voir tout de suite.

d. La nécessité de la compréhension

Si, au regard de ce qui précède, l'obligation s'avère sans doute nécessaire, elle n'est cependant certainement pas suffisante si on ne lui donne pas les moyens de conduire à une prise de conscience de sa nécessité. Chez nos informateurs les plus convaincus du bien-fondé du tri, ceux qui triaient sans aucune forme d'obligation (c'est-à-dire sans aucune pénalisation d'aucune sorte si le système sélectif n'est pas correctement suivi), les ressources internes semblent suffisantes pour maintenir la motivation de trier, même au-delà du raisonnement logique :

- Elle : Il y a pas mal d'années, quand on triait justement et qu'on entendait dire que tout allait quand même à Mont-Saint-Guibert au même endroit, ça me faisait assez pester, je dois dire. Et je continuais pour le principe parce que je trouvais qu'il fallait le faire, mais quand on savait par les informations des gens qui étaient certifiées que toutes les bulles allaient être vidées au même endroit à Mont-Saint-Guibert, je trouvais ça assez pestant quand même de me dire... On passe son temps à trier et puis euh...
 E : *Donc même si en bout de chaîne on vous disait que ça ne servait à rien, vous trouviez que c'était...*

- Elle : Oui oui oui. Je trouvais que ça valait la peine de continuer, oui. Et bien parce que je trouvais que c'était une bonne habitude à garder et qu'il fallait soutenir l'idée... l'idée du tri ! Je n'aurais peut-être pas fait ça ad vitam eternam, hein !
- E : *Et qu'est-ce qui vous poussait à faire ça ?*
- Elle : Mais parce que je trouve que c'est un... moi je trouve que c'était un peu... indispensable, je pense ! (Laurence)

Cet extrait est rare (Laurence fut presque la seule à réagir de la sorte) : par ses propos, cette informatrice témoigne de sa volonté de poursuivre le tri en dépit de toute réflexion logique (à quoi bon trier si on a la certitude que tout est remis en commun en fin de parcours ?) Même si elle reconnaît une limite temporelle à ce comportement marginal (« *Je n'aurais peut-être pas fait ça ad vitam æternam, hein !* »), ce dernier restait pour elle très cohérent, car en rapport avec ses convictions profondes, « du plus profond d'elle-même ». (« *Je trouvais que c'était une bonne habitude à garder et qu'il fallait soutenir l'idée du tri !* »).

Sur l'ensemble de nos informateurs, sa réaction fut presque unique, nous l'avons dit. Elle doit se comprendre en regard de ce que le tri représente pour elle : l'occasion de mettre en pratique la certitude qu'elle a de la nécessité d'un tel comportement. Il en va tout autrement pour la grande majorité de nos informateurs auxquels la question fut posée : quand le tri est suivi par obligation, quelle qu'elle soit (du simple sac payant à la menace de rester avec son sac mal trié), la conviction de son bien-fondé est plus Fragile et l'annonce de l'inexistence de la finalité du tri serait vécue comme une trahison, une véritable farce dont ils n'accepteraient pas plus longtemps de jouer les dindons :

- E : *Et si demain vous appreniez que effectivement tous les déchets se rejoignent... au bout du compte ?*
- Lui : Et bien, il n'y aura plus qu'une poubelle ! (rigole)
- Elle : Ah oui, alors là je crois aussi, oui.
- Lui : Alors là: du jour au lendemain !
- E : *(à elle) Vous aussi.*
- Elle : Moi aussi, ça je crois, parce que... c'est un peu se moquer du monde, alors, hein !
- Lui : Oui, ça serait... Je n'hésiterais pas une seconde, là !
- Elle : Oui: si c'est pour finir dans un... Allez, dans ces énormes dépôts comme on voit ces dépotoirs où tout... Oui: ça, si ça ne sert à rien, euh...
- E : *Et vous vous sentiriez roulés ?*
- Elle : Ah oui ! Tout à fait, moi. Oui !
- E : *Y'a pas un processus qui pourrait se dire: "Ah oui, mais c'était didactique... On nous apprend avant que ça se mette en route..."*
- Elle : Non, moi je me sentirais... blessée, oui !
- Lui : Et avant que je ne recommence, là il faudra du temps ! (Corinne et Rudy)
- Lui : Maintenant, est-ce que c'est bien fait, ça je n'en sais rien. Parce que tout un temps, ils ont collecté... Enfin: c'est ce qu'on a entendu : dans la région de Charleroi, ils ont collecté les bouteilles en plastique alors qu'il n'existait pas encore de moyen de recyclage. Alors ils collectaient les bouteilles en plastique, et puis ils les tapaient à la poubelle.
- E : *Pour éduquer les gens, peut-être.*
- Elle : Oui: peut-être, oui.
- Lui : Pour éduquer les gens, mais... quand les gens ont appris ça, ils n'ont plus mis les bouteilles en plastique, hein ! Evidemment, forcément ! (rigole)... Donc c'est une contre-indication ! Et maintenant, ils ne les mettent peut-être même plus non plus, hein !
- Elle : Peut-être qu'ils ont fait ça aussi pour voir comment les personnes allaient réagir, avant de trouver...
- Lui : Et bien oui, et bien... C'était un mauvais truc. Parce que les gens réagirent mal et puis après ils ne mettront plus les bouteilles. (Christine et Daniel)

« *C'était un mauvais truc.* » Ou « *Ce serait un mauvais truc* » : l'histoire ne dit pas si la rumeur était fondée, même si nous verrons dans les extraits suivants qu'elle est présente de manière tout à fait généralisée, et reprise aussi bien par nos informateurs trieurs que par nos informateurs non trieurs. C'est là tout l'objet de ce point : transmettre la nécessité de faire taire ce doute.

Des points qui précèdent, nous avons pu tirer qu'une obligation de changement de nos habitudes par l'instauration d'un tri était difficile à accepter mais que les individus trouvaient en eux la ressource de positiver leur nouvelle façon de faire, de façon à simplifier sa mise en œuvre. Une fois acquis, ou en phase d'acquisition, le tri est positif, et le retour à un système commun serait vécu comme un échec, une défaite pour le collectif : la déception serait au rendez-vous.

E : *Donc si maintenant on vous disait euh... "C'est fini, ça ne marche pas" "On reprend une poubelle commune", vous seriez déçu, à la limite.*

Lui : Peut-être, oui.

Elle : On serait déçus si... On serait déçus !

Lui : Oui, je ne serais pas satisfait, en tous cas.

Elle : Et bien... On serait déçus... pas de devoir tout remettre dans la même poubelle, parce que c'est bien plus simple ! Mais on le serait peut-être en disant : "Mais enfin, pourquoi est-ce qu'ils ne font pas attention ?"

Lui : Pourquoi est-ce qu'ils ne continuent pas ? !

Elle : Puisque de toutes façons, on sait qu'il y a un problème, de ce côté-là, avec les déchets. Donc on peut être conscients du problème même si on trouve que c'est bien plus facile de mettre tout dans la même poubelle, hein ! Mais on peut... on peut se dire : "Et bien oui, euh... c'est bête de s'arrêter !"

(...)

Lui : Honnêtement, c'est une bonne chose. Et... je ne voudrais pas qu'on arrête ça. Ce serait trop bête. (Christine et Daniel)

« *Ce serait trop bête.* » Trop bête d'apprendre que tous ces efforts n'ont servi à rien, mais aussi trop bête de faire le constat d'un retour en arrière, de réaliser que ce beau rêve de comportement utile n'est pas réalisable.

Si la remarque est celle qui fut majoritairement formulée lors de nos entretiens, le fait que ce n'ait parfois pas été le cas est suffisant pour que l'on s'interroge sur les raisons qui se cachent derrière cet affichage écologique, derrière le dépit de ce constat d'échec. Notre informatrice suivante ne partage en effet pas cette déception d'un retour hypothétique au sac commun : ses doutes quant au bon suivi du tri sont suffisants pour qu'elle ne croie pas comme l'opinion générale aux vertus incontestées de celui-ci.

Elle : Est-ce que ça servira à quelque chose ? ! Je ne vois pas très bien où ils veulent en venir, déjà. Avec ça.

E : *Vous trouvez que vous êtes mal informée ?*

Elle : Oui, je pense. Parce quand on voit... Parfois on entend les gens dire : "De toutes façons, tout va quand même à la même place". Maintenant est-ce que c'est vrai, est-ce que c'est pas vrai, on n'en sait rien ! Est-ce que nous ce qu'on trie est bien trié de leur côté, quoi. On n'en sait rien, hein ! (Isabelle)

Le ver du doute est dans le fruit du tri. Le sentiment de désillusion décrit plus haut par Daniel n'est en effet pas du tout celui ressenti par Isabelle : bien que suffisamment de temps ait pu s'écouler depuis l'obligation de trier ses déchets pour que les habitudes se soient mises en place (« *Au début tout le monde a trouvé ça un peu énervant et puis maintenant c'est une question d'habitude !* »), le tri pour elle reste contraignant.

E : *Donc ça vous a embêtée, au début. Et maintenant que vous le faites ?*

Elle : Maintenant ça ne m'embête plus v

E : *Parce que raiment.*

E : *Quand même encore un peu.*

Elle : Un peu, oui. Je trouve que ça prend du temps, quand même. Oui.

E : *Si on vous disait : "C'est fini, on arrête"...*

Elle : Oui ! (rigole) Oui.

E : *Donc vous seriez contente si on vous disait qu'on arrêterait tout.*

Elle : Oui ! *c'est lourd et que ça vous prend du temps.*

Elle : Oui, ça me prend du temps.

(...)

- E : *Y'a quelque chose... puisque vous avez l'air de trouver ça contraignant, "c'est chiant"... Y'a quelque chose que vous trouvez de positif dans tout ça ? Ou bien y'a rien ?*
- Elle : Dans le triage ?
- E : *Oui.*
- Elle : Je vous dis: peut-être que si on avait plus d'explications sur ce que ça devient, peut-être que je trouverais ça positif mais... ! (Isabelle)

Nous abordons donc ici tout le côté néfaste de la méconnaissance. Le manque d'information mène au doute, qui mène lui-même à un laisser-aller dans le tri. Nous allons successivement étudier ces différents cas de figure.

d.1. L'erreur dans la sélection

La première conséquence néfaste d'une mauvaise connaissance des règles ou du suivi du tri est cependant encore beaucoup plus facile à imaginer : c'est l'erreur dans la sélection en toute méconnaissance de cause. Ainsi, nombreux furent les informateurs qui m'informèrent presque avec une certaine fierté qu'ils brûlaient leurs papiers, au contraire du plastique auquel il se gardaient bien de mettre le feu :

- Elle : Mais je crois qu'on ne... On m'a dit qu'on ne pouvait pas brûler, moi je n'ai jamais lu ça nulle part !
- E : *Et vous avez entendu ça: qui est-ce qui vous a dit ça ?*
- Elle : Une personne âgée, mais qui est un peu dans tous les comités et donc... Mais c'est vrai que je ne l'ai jamais lu nulle part, hein ! Qu'on ne pouvait pas brûler les papiers. (Rigole) A plus de 100m du jardin, j'ai entendu. A plus de 100m d'une habitation, ça j'ai entendu. Mais le terrain faisant 100m et ayant personne de l'autre côté, on dérange personne !
- E : *(à lui) Et vous, vous avez l'air de dire que c'est pas grave.*
- Lui : De brûler ?
- E : *Oui.*
- Lui : Du papier, non !
- E : *Parce que ?*
- Lui : Et bien parce que c'est tout de même pour jeter !
- E : *Le plastique aussi !*
- Lui : Ah, le plastique ce n'est pas la même chose parce qu'il ne se dégrade... désagrège pas, il se répand dans l'atmosphère, il... C'est pas la même chose : c'est un produit synthétique, le plastique. Tandis que le papier c'est naturel: c'est tout de même du bois, c'est tout de même à base de bois ! Je ne sais pas. Voilà. (...) Le bois que je vais porter au ramassage sélectif, ils font quoi ? Ils le brûlent eux aussi quelque part ! Donc... si c'était vraiment pour dire : j'en fais de la pâte à papier, d'accord ! Mais au moment où ils le brûlent, pourquoi moi je ne le brûlerais pas ici ? On dit que ça... ça fait de la pollution...
- Elle : Non ! Pas le papier !
- Lui : Non ?
- Elle : Enfin, moi je ne pense pas !
- Lui : Moi j'ai entendu ça.
- Elle : Alors le bois aussi fait de la pollution !
- Lui : Oui ! Et les vaches qui font des excréments, ça fait de la pollution très mauvaise aussi ! On devrait les tuer aussi ! (Fleur et Raoul)

Fleur n'a pas conscience de mal faire : si pour elle il est évident que le fait de brûler du plastique est nocif, il n'en est rien pour le papier : tout au plus faut-il veiller à ne pas incommoder ses voisins. Un autre exemple de ce qu'un défaut de connaissance peut être nuisible au tri nous est donné par Béatrice :

- Elle : Moi les sacs en plastique, tout ce qui est plastique je mets dans le sac bleu !
- Lui : Et bien normalement tu ne peux pas. Et bien voilà !
- Elle : Non non: le plastique on peut le mettre, dans ces poubelles !
- Lui : Non, pas. Pas les choses comme ça, non. Tu peux mettre le PET, tu peux mettre les déchets des bouteilles en plastique, les vrais plastiques tu peux...
- (...)

- Lui : Ah oui, mais c'est comme ça, Pitchoune ! Par exemple, je vais te dire : un tube de dentifrice en plastique, tu peux le mettre là-dedans parce que c'est marqué dessus: "recyclable", mais par exemple tu ne peux pas mettre un emballage plastique comme tu dis: de... ça tu ne peux pas mettre. Il y a certains plastiques que tu ne peux pas mettre.
- Elle : Oui. Mais ce n'est pas très très bien fait, je trouve. Là ça prête vraiment à confusion. Parce que là honnêtement: autant le carton je savais que je me trompais, mais pour le plastique, là j'étais formelle : pour moi je ne me trompais pas. (Béatrice et Charles)

Nous voyons ici que, croyant de bonne foi être dans le juste et agir pour un bien en mettant sans distinction tous les plastiques issus de son ménage dans le sac bleu, Béatrice se trompe pourtant : à sa méconnaissance, seuls certains types de plastique peuvent se retrouver dans ce sac. Notons que cette confusion fut souvent relevée dans les entretiens à propos des pots de yaourt. Nous pensons donc ici qu'une meilleure connaissance du suivi du tri et des filières de recyclage des produits triés permettraient à la population de comprendre exactement quelles sont les filières utilisées dans celui-ci, et d'ainsi pouvoir raisonner sur les bons gestes à faire en matière de tri, plutôt que de (mal) obéir sans comprendre.

d.2. Le laisser-aller pour ceux qui trient

Le cas de Laurence que nous avons vu plus haut est rare ; au contraire, le doute quant à la finalité du tri engendre chez ceux qui trient (le plus souvent par « obligation ») au mieux une sensation de corvée, et au pire un laisser-aller dans la sélection. Nous retrouvons à l'origine de ce doute une nouvelle rumeur, dont la force n'a rien à envier à celle que nous avons déjà évoquée auparavant, relative au risque de pénalisation en cas de tri incorrect: les poubelles sélectives se retrouveraient en bout de chaîne mélangées avec les autres déchets.

« Parce que, je ne sais pas, parce que moi quand j'entends parler les deux garçons qui travaillent ici plus haut, il y a beaucoup de containers qui vont à Mont-Saint-Guibert. Donc euh, moi je, on travaille dans une société, j'ai vu plusieurs fois les camions et... au dépôt d'immondices à Mont-Saint-Guibert et on voit beaucoup de camions de containers blancs qui viennent déverser là-bas. » (Michel)

« Parce que beaucoup me disent que... ils mélangent tous les sacs, à la fin. Y'en a beaucoup qui le disent. D'ailleurs ma voisine... enfin, je vais pas nommer, m'enfin y'en a dans mon environnement qui ne font pas de recyclage. Parce qu'ils disent: "Tout est mélangé, on voit dans les camions-poubelles: c'est n'importe quoi !" » (Béatrice)

Qu'il l'ait appris d'un voisin, d'une connaissance ou *de visu*, chacun a une anecdote à raconter pour mettre de l'huile sur le feu de ce doute ambiant. Et pour ceux dont l'injonction interne présente encore de petites faiblesses, la brèche est toute ouverte :

E : *Et vous avez accueilli ça comment, vous vous rappelez ?*

Elle : Et bien oui: c'est une corvée proportionnellement ! Ça c'est vrai qu'il faut penser à le mettre dans le sac différent, il faut penser ! Vous mettez le sac dehors, s'il y a des plastiques de yoghourts ils ne les prennent pas, ils vous le laissent là, euh... Bon, ça c'est le début, hein !

Elle : Moi c'est une corvée en ce sens que je ne suis pas persuadée de... la bonne utilisation, quoi ! Du bon... récupération et cetera.

E : *Du bien-fondé.*

Elle : Je ne sais pas où va quoi, euh... oui. Donc à ce moment-là ça peut être une corvée ! Si c'est bien utilisé, non, ça ne me dérange pas.

(...)

[si j'étais sûre que c'est récupéré] je le ferais de meilleur cœur, quoi ! (sourit)

E : *Mais vous le faites quand même ?*

Elle : Quoi, la sélection ? Et bien ! On est obligé ! Sinon ça coûte les yeux de la tête ! (Fleur et Raoul)

« *Je le ferais de meilleur cœur* » : l'incertitude de Fleur quant à la destination finale de ses déchets triés tend à faire de ce tri une corvée. Même si plus loin elle affirme que cette suspicion d'inutilité peut parfois rendre le geste un peu plus lourd. Comme pour Carine, qui

décrit très bien la nécessité pour elle de « *comprendre à quoi ça sert* » pour « *mener l'action plus loin* ».

Elle : Mais en fait, moi quand je le fais [le tri], ce n'est pas toujours aussi... aussi clair dans mon esprit, en fait. Je le fais parce que, parce que je ... je veux être une bonne citoyenne, mais je n'ai pas conscience, quand je jette mes petites bouteilles, je n'ai pas conscience de ce que ça va devenir après. Ça faciliterait dans doute l'action, si je le savais.

Lui : (...) Moi je trouve que c'est un réflexe ...euh ... je ne vais pas dire inné, mais moi c'est surtout par rapport simplement au respect de l'environnement de la nature. Je trie pour cela. Pour éviter qu'il y ait trop de problèmes.

Elle : Oui, mais c'est marrant parce que moi aussi, j'ai... Allez j'ai une idée de ... enfin du respect de la nature mais justement respecter la nature tel qu'on me l'a appris pour moi c'est de ne pas jeter mes papiers par terre, mais c'est les mettre dans une poubelle. Bien mettre tout dans un sac poubelle, ce n'est plus suffisant. Maintenant, il faut faire autre chose. Mais pour mener l'action plus loin j'ai besoin de comprendre à quoi ça sert. Là, je veux bien.

(...)

Elle : Ben oui, le simple fait de le savoir rend le geste plus intéressant. On a l'impression de faire quelque chose d'utile. Mais voilà, c'est ça. Mais moi les poubelles, oui c'est quelque chose ... c'est une corvée quoi... Donc si je sais que ce que je fais, sert à quelque chose, à quoi ça sert exactement, je le ferais sans doute ...plus facilement. (Carine et Fred)

Comme pour Fleur, le fait de connaître exactement ce que l'on fait des déchets qu'on lui demande de trier faciliterait le tri de Carine, diminuerait sa sensation de corvée. Outre ce vécu de corvée, un autre point négatif que risque d'engendrer la méconnaissance de la chaîne de tri dans son entièreté (ou cette fameuse rumeur du « tout réuni »), est le risque de la négligence dans le tri. Ce risque de laisser-aller est très bien illustré par Rudy dans l'extrait suivant :

Elle : J'espère toujours que... quand on envoie un déchet à recycler, qu'il est... qu'il est réellement recyclé correctement ! Ça parfois c'est une interrogation, parce que je me dis: si moi je fais l'effort, j'espère que ça... que ça suit une chaîne de recyclage euh...correcte !

Lui : Mais les gens ne sont pas informés de ça, hein ! Il n'y a pas eu... une seule émission là-dessus, on n'en parle jamais, quoi ! Pff... ! Et bien si on m'expliquait un petit peu **mieux** ce qui se passe avec les déchets, peut-être que je ferais plus attention, mais... On ne m'explique rien, donc moi euh: pff ! Moi les déchets: ils s'en vont ? Ils s'en vont ! , quoi, hein ! Quand je vois que c'est le même camion poubelle qui passe le matin pour les plastiques... On va peut-être le vider avant de revenir, mais ce sont les même personnes qui reviennent après, et bien ! Si ça tombe, tout va à la même place, quoi ! On n'en sait rien ! Et personne ne le sait ! Et il y a des gens qui se posent des questions, donc... (sourit)

(...)

Lui : Tant que je ne serai pas persuadé que...ça va bien là où ça doit aller et qu'il y a un vrai tri par la suite... Là, je ferai encore plus attention ! Mais tant que je ne sais pas ce qu'on en fait, ben... pff ! (Corinne et Rudy)

Bien que se pliant à la suite de son épouse au principe de la sélection sans y être obligé par une quelconque pénalisation en cas contraire (contrairement à Fleur, pour laquelle nous avons vu que le sac était payant), Rudy est loin d'être scrupuleux dans son tri. Une autre partie de l'entretien nous apprend que c'est son épouse qui a mis ce système de sélection en place, et le fait qu'il n'y croie qu'à moitié n'est absolument pas étranger à son laisser-aller : tant qu'il n'aura pas la conviction que ce qu'on lui demande de faire sert vraiment à quelque chose, l'effort restera en demi-teinte. « On ne lui explique rien ». Le vécu est celui d'une méconnaissance passive : d'accord de trier, mais ce n'est pas à lui de s'informer : ce devoir incombe à ceux qui l'imposent.

Lui : Avec tous les moyens d'information qu'il y a maintenant, ils doivent absolument mettre en place quelque chose ! Il ya des émissions, quand même à la télévision, qui sont regardées, hein ! Il y a le JT, par exemple, qui... c'est des records d'audience, tout ça ! On la regardera: par exemple le JT... c'est là qu'il y a le plus de téléspectateurs, et bien c'est là qu'ils doivent expliquer des choses pareilles ! (Rudy)

Elle : Je vous dis: peut-être que si on avait plus d'explications sur ce que ça devient, peut-être que je trouverais ça positif mais... !

- E : *Mais c'est pas à vous de les chercher, ces explications-là.*
- Elle : Si c'est pas à moi ? Non, je ne trouve pas.
- E : *C'est à ceux qui vous l'imposent ?*
- Elle : Oui, je pense qu'on devrait... je sais pas: peut-être faire une émission à la télé... Il y en a peut-être déjà eu que je n'ai pas regardées, je n'en sais rien, je ne suis pas fort "télé", donc euh... Mais de voir ce qu'on en fait et ce que ça devient, quoi !
- E : *Et par quel moyen on pourrait vous informer si vous ne regardez pas la télé ? Vous. Comment est-ce que vous pourriez être euh...*
- Elle : Peut-être par une émission: je ne dis pas que je ne regarde jamais la télé: si j'étais au courant... allez: on enverrait une circulaire
- E : *"Tiens ! Il y a une émission qui passe à la télé", je la regarderais, quoi !*
- E : *C'est ça. Un toutes-boîtes ou euh...*
- Elle : Oui, voilà: un truc comme ça. Une circulaire qui m'explique. (Isabelle)

Cette constatation d'une responsabilisation supérieure dans l'exigence d'être informé est quelque chose de dominant dans l'ensemble des entretiens. Si les moyens par lesquels faire passer cette information différaient parfois radicalement d'après nos informateurs (de la foi en une réunion d'information communale à l'inutilité d'une information de ce type, de l'émission télé aux toutes-boîtes, des publicités à la radio à un passage par l'école et les enfants), presque tous étaient d'accord sur cette nécessité d'une information au-delà de leur motivation, venant de ceux qui « imposaient » le tri, même si certains concédaient que l'effort de prise de conscience qui pouvait se faire à leur niveau individuel.

- E : *Mais vous pensez que c'est à l'Extérieur de vous expliquer ou de vous donner des informations sur ce qui est bon et ce qui est pas bon. C'est pas à vous, consommateur, de vous déplacer.*
- Elle : Si. On peut s'informer.
- Lui : On peut s'informer mais... qu'ils ne demandent pas aux gens d'aller à des conférences pour savoir ce qu'il faut faire ! Les gens n'iront pas ! Parce qu'il y a toujours une bonne raison pour ne pas y aller ! Le mieux à faire c'est d'a... quelque chose qui passe dans les maisons ! (Fleur et Raoul)
- Elle : Je sais que je me suis déjà souvent posée des questions sur l'information concernant le recyclage des poubelles et des choses comme ça. Moi je trouve que... je suis très mal informée.
- E : *Vous trouvez que vous êtes mal informée.*
- Elle : Oui, parce que quand vous dites à certaines personnes que vous achetez plutôt des bouteilles en verre que du tetra-pack, il y en a qui vont vous dire : « Oui, mais le verre doit se nettoyer, donc on utilise beaucoup d'eau, on utilise beaucoup de produits, c'est encore pire ! » Et puis il y en a qui vous disent que le tetra-pack est pire... !
- Lui : Mmh.
(...)
- E : *Le devoir d'information... il vient de vous, ou il vient de l'extérieur ?*
- Elle : Il devrait venir des deux côtés, je trouve ! Il devrait venir des deux côtés parce que c'est pas toujours évident d'avoir la bonne information ! Comme dans tout, d'ailleurs ! Je veux dire : les médias euh... les informations sont toujours assez discutables ! Et certainement au niveau des déchets ! (...) Mais je pense que j'attendrais plus qu'une information : des conseils.
- E : *Des conseils.*
- Elle : Parce que souvent justement il y a des infos très générales sur tel plastique est ceci, tel plastique est celà, ce qui n'est pas toujours évident dans le quotidien de reconnaître quel genre de plastique c'est... ça a l'air toujours très simple quand on donne l'info mais dans la pratique je ne trouve pas. Et dans les conseils de gestion des poubelles, je trouve que ça ça vaudrait vraiment la peine. (Laurence)

Comme auparavant, Laurence est plus modérée quant à la responsabilité de l'information : s'il est évident que les Politiques se doivent d'être cohérents dans leurs exigences, le citoyen a aussi sa part de devoir d'information. Plus que d'information, d'ailleurs, pour elle, c'est de conseils **pratiques** que la population a besoin. Les vertus de l'information extérieure, du feedback positif en terme de récupération et d'utilisation des déchets sélectionnés ont aussi une force suffisamment importante pour être citées en exemple :

« Mais il avait un article dans le journal de cette fois-ci. Dans le journal communal, hein ! Ça je trouve ça important, qu'il y ait un retour. Parce que ça motive ! On se dit: "Ah tiens, il y a une diminution du volume des déchets dans la commune, et bien... J'y ai ma part de responsabilités, donc continuons !" » (Corinne)

« Quand j'étais adolescente, on avait reçu un jour ... on devait empiler les cartons bleus, les cartons verts ... Bon je n'imaginai pas ce que l'on pouvait faire avec ces fameuses boîtes. Pourquoi déjà les laver, les rincer, les mettre dans un carton ... Et puis on avait reçu une petite plaque en matière recyclé pour nous montrer quel genre de matériaux on pouvait créer à partir donc du recyclage de ces boîtes. J'avais trouvé ça vraiment génial, je comprenais mieux pourquoi il fallait garder, laver les petites boîtes en carton, pourquoi il fallait les mettre dans tel endroit et pas les mettre n'importe où. Et en fait je pense que ça devait servir de contre-plaqué pour... des constructions etc. Bon euh, c'était vraiment ... là c'était plus concret pour moi, quoi. Les petites boîtes en carton je savais exactement à quoi ça pouvait bien servir. Parce qu'après tout dans notre esprit, ce que l'on met dans nos poubelles, c'est quelque chose qui ne sert plus à rien. C'est ça l'idée d'une poubelle, d'un déchet. Je jette quelque chose parce que j'en veux plus, parce que ça ne sert plus à rien, parce que si c'est de la nourriture, ça sent mauvais etc. Donc les déchets, l'idée que j'en ai, c'est quelques chose que je jette et qui ne me servira plus à rien. Recycler c'est tout le contraire, utiliser mes déchets pour faire autre chose. Et ça ça rend le fait de savoir où ça va aller ... ça rend le fait de trier... plus acceptable. C'est l'idée que ... rien ne se perd, rien ne se crée, ça se transforme. Mais j'ai besoin de savoir, ça se transforme en quoi. Voilà, si je le sais, le geste à un sens. » (Carine)

« *Le geste a un sens* », on se pliera plus facilement à l'effort que constitue le tri, l'assurance de faire quelque chose d'utile est motivante.

E : *Ça vous intéresse ça, ce que vous pouvez faire en bout de chaîne de ce que vous trie ou bien une fois que c'est dans les poubelles ça ne vous intéresse plus ?*

Elle : Ah non: moi je trouve ça assez intéressant. Dans l'esprit justement euh... "Sauvons la planète pour nos petits-enfants" je trouve ça quand même assez intéressant de voir ce qu'on peut en faire et c'est motivant pour trier aussi. Si on sait qu'on n'en fait rien du tout et que finalement on crée plus un problème qu'autre chose, on va arrêter de, de trier, ça c'est sûr. Et si on voit que le fait de trier permet... disons a des conséquences positives, c'est... c'est motivant ! Ça c'est sûr. (Nadine)

De la même manière que le fait de savoir ce qu'on fait de nos déchets est motivant et que le fait de douter du bien-fondé du tri est un facteur de laisser-aller dans celui-ci pour les individus forcés au système sélectif, le doute sur l'efficacité de ce système et la rumeur sur l'inutilité finale de la sélection est l'argument de prédilection, l'excuse toute trouvée pour ceux qui ne trient pas.

d.3. Le prétexte du doute pour ceux qui ne trient pas

« *On ne m'a pas motivée pour trier* » (Fatima) Si les communes où le tri n'est pas imposé d'une manière ou d'une autre sont aujourd'hui rares en Belgique, la carte de la déresponsabilisation que jouent nos informateurs qui ne trient pas leurs déchets est, outre les contraintes logistiques liées au tri, de loin l'argument le plus souvent mis en avant. Si l'information insuffisante peut conduire à un tri incorrect (et parfois en toute bonne foi) pour ceux qui se plient (par obligation ou non) à un système sélectif, elle est aussi l'excuse toute trouvée à l'inaction pour ceux qui ne s'y plient pas.

« Moi je ne trie pas, non. Je ne veux pas trier d'ailleurs parce que... je trierais pas, ça prend trop de temps euh... pourquoi vais-je trier ? Je ne sais même pas pourquoi je veux trier ! On ne m'a rien expliqué, on ne m'a pas motivée pour trier hein ! Donc... je ne vais pas trier, ça va prendre encore plus de place. Et je dois encore probablement acheter des sacs, que moi probablement je vais devoir payer. Non déjà on est dans une société où tout va trop vite, où il y a trop de choses à faire, on a déjà, on se plaint toujours du manque de temps mais si en plus on nous demande de faire des choses... en plus qui soi-disant sont écologiques, je n'en suis pas convaincue, on fait tellement de choses non-écologiques que je ne suis pas sûre que trier les poubelles... ça va être plus écologique. Quand on voit tout ce qu'on mange, tout ce qu'il y a comme... donc il n'y a aucune motivation, déjà au niveau des médias, hein ! » (Fatima)

La plainte est lâchée, après deux minutes à peine d'entretien : « *On ne m'a rien expliqué* ». En comparaison de tous les derniers scandales écolo-agro-alimentaires qui ont fait la Une des médias ces dernières années, il est sûr que l'argument du doute de l'utilité du tri à un niveau aussi petit que celui d'un ménage a de quoi séduire. C'est la démonstration de la goutte d'eau dans l'océan, mais prise à l'envers : la conviction de faire un effort inutile l'emporte sur la conviction d'agir pour un mieux.

« Je sais pas qu'est-ce que, d'abord qu'est-ce que les poubelles deviennent. Donc tout ce que je veux moi, c'est de m'en débarrasser de chez moi. Maintenant qu'est-ce qu'elles deviennent quand elles sont prises par les éboueurs, je ne sais pas ce qui se passe avec ces poubelles, qu'est-ce qu'on en fait, tout ce que je sais c'est que les déchets en général... euh des grosses entreprises, tout ça, il y a beaucoup de toxines, beaucoup de choses toxiques... des laboratoires, tout. Je ne suis pas sûre que c'est bien éliminé non plus. Donc je me demande pourquoi est-ce que... finalement il y a des choses beaucoup plus toxiques que ma petite poubelle, mon petit carton de lait que je jette avec mes petites épiluchures de légumes, ou mes bouteilles de verre. Donc... je crois qu'il y a un manque de, comment dire euh... de sensibilisation des médias. Je crois qu'on ne fait pas assez de publicité à la télévision, il n'y a jamais eu une pub à la télé pour, pour motiver les gens à faire quelque chose, hein ! (...). Et si on m'explique ça... parce que si moi je trie et je sais que l'autre il ne trie pas donc... qu'est-ce que ça va donner ? Est-ce que ça va aboutir à quelque chose ? Je n'aime pas de perdre du temps à faire quelque chose qui, peut-être, au bout, on se dit ça ne sert à rien. Donc, si on arrive à m'expliquer... d'une façon ou d'une autre, par la télévision, il y a... On est dans l'ère de la communication ! Donc je ne comprends pas pourquoi on ne prend pas plus de temps, au lieu de demander et d'imposer, à expliquer aux gens le bien-fondé de ce qu'on leur demande. » (Fatima)

La dernière remarque nous ramène à une constatation que nous avons déjà faite précédemment : les non-trieurs voient d'un œil très noir la possibilité de se voir imposer le tri de leurs déchets. « *Le mieux c'est de sensibiliser les gens. Qu'ils le fassent d'eux-mêmes. Ça c'est sûr. Mais il faut leur en donner les moyens, aussi* » (Marie-France). Moyens logistiques et financiers, bien sûr (nous les aborderons dans le point consacré aux obstacles au tri), mais aussi explicatifs et documentaires. Le meilleur ami du non-trieur est la démonstration de son doute, moins pour ce qu'il l'empêche réellement de trier que pour l'excuse qu'il lui donne de pouvoir nous offrir cet argument sur un plateau d'argent.

Elle : Je trouve qu'il faudrait sensibiliser un peu plus les gens, leur expliquer un peu mieux... plutôt que de rendre quelque chose obligatoire.

E : *Et qu'est-ce qu'on devrait vous expliquer mieux ?*

Elle : Ce qu'on fait après ! Ce qu'on en fait après ! Parce que vous me disiez : « Est-ce que vous connaissez... ? » Non, je ne connais pas, je ne sais même pas ce qu'on en fait ! Comment ça se passe, je ne sais pas. Quand j'achète une boîte de haricots verts, je ne sais pas si l'emballage a été recyclé ou pas. Ce n'est même pas écrit sur l'emballage. Je n'en sais rien ! Si j'avais la boîte de haricots verts, l'emballage recyclé à 40 Frs et la boîte de haricots verts, la même marque, avec l'emballage non recyclé, je ne sais pas moi, à 60 Frs... je verrais bien quand même qu'il y a une différence. Et puis ce qu'on a fait de la boîte de haricots verts que j'ai recyclée dans ma poubelle. Mais on ne voit pas le bout. Je ne sais pas. Je ne sais même pas ce qu'il y a de recyclé dans les supermarchés, on n'en sait rien ! (Marie-France)

« Si on me dit : "on recycle, le carton il ne faut pas le jeter parce qu'on le recycle ", oui mais... "on recycle ", c'est bien beau de me dire " on recycle ", mais qu'est-ce, où on recycle ? comment ? à quel endroit ? qu'est-ce que ça donne quand on recycle ? Je veux savoir tout, je ne veux pas juste qu'on me dise...euh... (...) si on me dit : " oui ça va être recyclé ", oui: je sais que ça va être recyclé ! Mais quoi ? où ? quoi ? en quoi ? quelles sont les choses que j'achète recyclées ? est-ce qu'au supermarché moi je vais voir ça ? Oui cette boîte a été recyclée, ou, je sais pas moi, ces papiers... » (Fatima)

Nous retrouvons ici l'argument déjà présenté par nos trieurs : si responsabilité d'information il y a, elle est du côté des Politiques, ce n'est pas au consommateur à faire la démarche de compréhension d'un système qui, de surcroît, lui est imposé.

E : *Et vous ne vous rappelez pas avoir reçu des toutes-boîtes ou des explicatifs ou un... une fois que le système a été lancé ?*

Elle : Non. Moi je ne trouve pas qu'il faut faire ça une fois, parce que les gens ils ne lisent pas. Je crois que c'est une éducation à long terme. Moi je crois que c'est comme dans tout. Moi je crois que si on veut sensibiliser l'opinion publique, il faut faire des rappels. Et c'est en faisant des rappels que ça va entrer dans l'esprit des gens. C'est une éducation en fait: il faut éduquer les gens à trier leurs poubelles. Venir leur dire : " tu tries tes poubelles, tu tries pas..." ... euh... non ! (Fatima)

L'avenir de la question du tri chez les non-trieurs doit passer par une conscientisation accrue du pouvoir de chacun au niveau individuel de faire changer les choses au niveau collectif.

Nous concluons ce point sur l'obligation de trier par un résumé des différentes questions qui y ont été abordées. Nous savons qu'un nouveau comportement est d'autant plus difficile à mettre en place qu'il l'est sous le poids d'une obligation externe et non pas d'une conviction profonde d'agir pour un mieux, nous verrons plus loin que l'absence d'obligation offre la possibilité à ceux que rebutent les problèmes logistiques liés à un système de tri sélectif des déchets d'avancer la question de leur doute quant à l'utilité du tri pour justifier leur inaction dans le domaine. Forts de notre constatation, qu'un comportement vécu comme obligatoire et négatif est petit à petit positif de façon à permettre une adéquation entre les gestes à produire et les convictions profondes qui les motivent, et que cette adéquation sera d'autant plus aisée à obtenir qu'elle aura le support d'une bonne information sur le devenir des déchets triés et de rappels fréquents de l'utilité de cet effort, nous ne pouvons que conclure que si l'obligation est bien nécessaire au changement de comportement de demain de la part de la population qui ne trie pas encore ses déchets aujourd'hui, l'inscription mentale de la nécessité de cet acte ne passera que par des arguments informatifs éclairés et des consignes répétées quant au bon déroulement du tri.

3. 4. La pression sociale

a. Le code social de l'observation

La toute première constatation que nous ne pouvons éviter de faire en écoutant nos informateurs est l'importance capitale qu'ils mettent à se défendre de toute attention portée aux poubelles de leurs voisins.

Le dictionnaire des synonymes donne au terme général de « regarder » plus d'une trentaine de verbes dont la signification recouvre une panoplie de sens aussi étendue que « considérer », « juger », « inspecter », « jeter un œil », ou encore « épier ». L'on comprend dès lors qu'en matière de regard porté au voisinage, le code social de bonne conduite est très subtil, et ce n'est que grâce à la somme des entretiens réalisés, aux différentes voies de justification trahissant ces codes inconscients et à la redondance des propos apportés par les uns et les autres que certaines de ces règles tout en filigrane ont pu être retraduites et ici révélées.

La question du regard que l'on porte aux poubelles de ses voisins est toute en contradictions subtiles dont les informateurs n'ont eux-mêmes pas conscience. Ainsi, si l'on se défend bien de reconnaître porter une curiosité quelconque au contenu des poubelles ménagères de ses voisins, on peut reconnaître penser à sortir nos sacs parce qu'on les a vus sortir les leurs, admettre jeter un œil aux objets encombrants du voisinage ou afficher un intérêt général pour ses poubelles et ainsi manifester pouvoir nous éclairer sur le (bon) suivi du tri dans le quartier.

C'est ce que nous allons voir dans les points suivants, différenciés par le contenu des poubelles dont ils traitent : poubelles ménagères et objets encombrants. Le regard que l'on porte à chacune de ces deux sortes de poubelles étant lui-même différent selon qu'il porte sur celles de nos voisins directs ou sur celles du voisinage d'une manière plus générale, nous allons le voir.

b. Les poubelles ménagères, ou le regard désintéressé

Il est important de distinguer le regard et le discours que l'on a sur les poubelles de *son voisin* du regard et du discours que l'on a sur les poubelles de *ses voisins*. Dans le premier cas, le rapport touche à l'individu, au contrôle, au jugement de valeur, à l'épiage, et il est de bon ton d'afficher des valeurs en totale opposition avec cet état de fait. Dans le deuxième, il touche à l'information, à la consultation, au renseignement.

Ceci est particulièrement lisible dans l'extrait suivant :

- E : *Et... est-ce que vous êtes attentifs aux poubelles heu... de vos voisins ?*
Elle : Non. Moi pas.
E : *Je sais pas : ce qu'ils jettent, euh... quelle quantité... Comme on voit au travers...*
Elle : Oh non !
Lui : Non, ça non. Ah non, ça j'ai jamais pensé à ça.
Elle : Mais par contre, je me dis quand il y a beaucoup de sacs bleus, je me dis : « Et bien c'est bien, ceux-là ils trient »...
Lui : Oui, dans ce sens-là oui.
Elle : Oui.
Lui : Je me dis : « Tiens c'est vrai dans la rue... il y a quand même pas mal de gens qui font le tri. » De ce côté-là, oui. Mais quant à savoir quelle est la quantité de poubelles que eux mettent...
Elle : Mais je ne vais pas aller voir euh... s'ils ont bien trié, ça non. (...) Je ne regarde pas les poubelles. Oui, ou bien je regarde les poubelles en me disant « Flûte, j'ai oublié de les mettre »... je vois toutes les poubelles chez les voisins... et je me dis : « Ah oui ! » (Régine et Kim)

La première réponse est représentative de celle qui nous fut sans exception donnée par nos informateurs : tous se défendaient d'emblée de l'attention qu'ils auraient pu porter aux poubelles de leurs voisins. La question posée («Faites-vous parfois attention aux poubelles de vos voisins ?») a rempli tous les suffrages de réponse par la négative, et la première remarque à tirer de cet état de fait se trouve assurément du côté de l'empressement et de la véhémence mis dans le rejet de cette possibilité : le mot d'ordre du comportement social affichable est du côté de la discrétion et du désintéret proclamé. « *Chacun ses poubelles !* » (Sylvia), « *On ne regarde pas les sacs des voisins !* » (Josette), « *Les gens, ils jettent ce qu'ils veulent !* » (David).

Chacun est libre de jeter ce qu'il en a envie et comme il l'entend : la première règle du code social en terme de regard sur les poubelles, c'est le principe de liberté individuelle. Tout regard un peu trop prononcé sur les poubelles ménagères du voisin est susceptible de se voir taxé de curiosité malsaine : le regard est synonyme d'inspection, de vérification, d'entrave à la liberté de jeter comme bon lui semble. C'est d'ailleurs un des arguments que nous donne Fatima, jeune Algérienne naturalisée Belge depuis quelques semaines et qui revendique son droit à ne pas trier ses déchets :

- « Vous savez, moi je viens d'un pays où tout était formulé en terme d'obligation, d'imposition. Ici, on est en démocratie. Alors si c'est pour nous imposer le tri, si c'est pour retomber dans un même système où on oblige, ce n'était pas la peine de partir! » (Fatima)

Sans doute est-ce pour cette raison que notre question aura *toujours* récolté une première réponse négative, même si la suite (et parfois la suite très proche : cfr. l'extrait de Régine et de Kim) de l'entretien aboutissait à une nuance.

Retournons à ce même extrait : « *Oui, dans ce sens-là, oui* ». Kim accepte la justification qu'offre son épouse. Si c'est pour manifester indirectement l'intérêt qu'on porte à la mesure dans laquelle le tri est suivi dans le quartier, on admet concevable de reconnaître qu'on a quand même une idée de la manière dont les gens jettent.

- « Peut-être que je remarque qui fait le tri et qui ne le fait pas... qui a des sacs bleus et jaunes, ça je remarque peut-être un peu. » (Christina)

« Peut-être », et « un peu » : les précautions oratoires témoignent bien de ce qu'il serait nuisible de se risquer à apparaître comme quelqu'un qui surveille plutôt que comme quelqu'un qui voit.

Ce qui est aussi affichable, c'est l'illustration par l'exemple : on peut faire appel aux difficultés du voisinage pour justifier les nôtres, se situer par rapport à la norme.

« Et je crois que ça fonctionne assez bien parce qu'il me semble qu'on voit de plus en plus systématiquement les sacs de couleur sur les trottoirs. Que, au début, ou bien peut-être les gens ne savaient-ils pas quel jour il fallait le faire ou bien ils n'avaient pas pris le rythme mais maintenant, on voit bien qu'une fois par semaine, systématiquement les sacs de couleur sont là donc euh... c'est que le mouvement est quand même bien suivi... me semble-t-il » (Nadine)

« Non, je ne peux pas oublier le vendredi, parce que dès le jeudi, quand on revient du boulot ou quoi, on voit déjà des poubelles dans la rue, ou je vois un voisin qui descend, donc je sais que le vendredi, c'est ça. Donc c'est rare. Ce qui peut arriver, et ça c'est la pire des situations, c'est quand on n'arrive pas à mettre le sac assez tôt ! Le camion généralement ne passe pas avant neuf heures, mais quelques fois on s'est fait piéger, on a oublié ou il est passé un peu plus tôt, donc on a du garder le sac une semaine en plus. Alors là, c'est horrible ! (rigole) Là, ça ne peut être que le hall ou même parfois à la porte, s'il fait beau. Mais je vois : on n'est pas les seuls. » (Axel)

De même, comme on vient de le voir, on peut concéder prendre exemple sur eux en matière de rappel du ramassage : « *Les voisins, eux, ils savent.* » (Marie-Noëlle)

E : *Et vous, vous regardez les poubelles des voisins ?*

Elle : Non.

Lui : Non. Non. Juste le seul, le seul moment c'est quand je rentre, et je vois qu'il y a, soit les grandes poubelles, soit ceci, soit cela... Tiens, on n'a pas oublié ceci ?

Elle : Ça nous fait penser aux nôtres.

Lui : Parce que ça nous fait penser aux nôtres. Mais regarder ce qu'ils jettent, non ! (Jeanine et Frédéric)

Elle : Mais, ici, c'est tous les quinze jours hein, donc on a une semaine les PMC, une semaine, c'est les papiers et puis ça tourne comme ça. Et pour les grandes poubelles, là on regarde surtout les voisins.

Lui : Mais sinon, on regarde, mais même pour le papier et quand on sait plus et le PMC, on regarde quoi, mais on regarde pas le ...euh...

Elle : Mais les voisins, eux, ils savent !

Lui : Quoi : (rigole), on dit qu'ils savent !

Elle : C'est vrai : il suffit qu'on regarde ce qu'ils ont mis à côté, et en fait, à peu de choses près, si on a oublié et bien on les sort.

E : *Et au niveau des poubelles des voisins, c'est juste ce que vous regardez ou vous vous intéressez à ce qu'ils jettent ?*

Elle : Ah, non non, on regarde si ils ont un sac bleu ou un paquet de cartons.

Lui : Ou du carton, oui

Elle : On ne va pas regarder les poubelles !

(...)

Lui : Mais dans la rue, je suis sûr qu'il y a quelques vieux qui regardent quel jour c'est quoi et qui mettent et puis après tout le monde suit, quoi ! On se dit : "Ah oui, oui c'est le sac bleu là, ah oui d'accord " et tout le monde sort son sac bleu !

Elle : Et pour les encombrants, ça s'était passé, je crois qu'il y en avait un qui avait sorti puis du coup, euh, boum, boum, boum, il y avait des trucs partout et puis en fait ils ne passaient pas le lendemain mais le surlendemain et puis il y a eu des brocs devant les portes pendant 2 jours ! (Marie-Noëlle et Denis)

“*On ne va pas regarder les poubelles*”. Et pourtant, il n'est pas dérangeant de faire état d'une anecdote qui prouve le contraire : la bêtise « *des gens* » qui copient aveuglément « *quelques vieux qui regardent quel jour c'est quoi* », au risque de se retrouver avec « *des brocs devant les portes pendant deux jours* ». La référence aux vieux n'est pas anodine, elle fait implicitement référence au temps dont on les suppose disposer davantage que la population active. Nous y reviendrons par après.

A nouveau, nous devons donc souligner l'importance de distinguer le code relatif aux poubelles *des voisins* du code relatif à la poubelle *du voisin*. C'est bien de la première règle du code, du sacro-saint respect de liberté individuelle dont il est question. Tout est cependant dans la nuance. Le respect du principe de liberté individuelle est à évaluer en regard de l'utilisation que l'on pourrait faire de la connaissance du comportement du voisin vis-à-vis de ses poubelles. Ce qui est grave, ce n'est en effet pas de regarder, d'observer, de constater, mais d'en faire état, d'en faire la remarque, de critiquer. Bref : de faire connaître au grand jour le fruit de nos constatations. C'est ce que nous résume très bien Nathalie : « *On ne fait pas la police là-dessus* ». Observer, oui, si et seulement si l'observation est tacite.

C'est ce que nous illustre parfaitement l'extrait suivant, tout en nuances et en contradictions dont le bien-fondé est d'une subtilité remarquable :

- E :* *D'une manière générale, est-ce que vous faites attention aux poubelles qu'il y a dans la rue ? Aux poubelles de vos voisins ?*
- Elle : Moi pas du tout ! Non.
- Lui : Vous savez, on part le mardi à... 7H30 et...
- Elle : Non : moi je suis là le mardi mais c'est pas... Si : je vois quand les poubelles sont sorties, à ce moment-là je pense à regarder. Pour les nôtres. Mais sinon, non ! Non, quand même pas !
- E :* *Parce que les sacs sont transparents, non ?*
- Lui : Les bleus. Ils sont transparents, oui. Ceux-là oui. Mais je ne regarde pas ce qu'il y a dedans !
- Elle : Non. Je ne dis pas que par curiosité, mais... mais je trouve que c'est pas...
- Lui : Je me dis : « Tiens ! Ah il y a beaucoup de canettes dans celui-là, regarde ! » Mais ça ne me regarde pas, c'est pas mon problème !
- Elle : Non ! Non. Je suis de ton avis. C'est un peu l'intimité des gens aussi, hein ! (rigole)
- Lui : Oui. Ça j'ai déjà vu, par exemple à la banque à côté de chez toi, ils boivent beaucoup de Coca !
- Elle : (rigole) Oui, ça je me suis déjà fait la réflexion aussi !
- Lui : Et j'ai vu, parce que tu vois, j'ai dit : « Ça y est : tu vois, ils boivent beaucoup de Coca. » Mais c'est normal ! [de boire du Coca]
- Elle : Et bien déjà en... comme ils mettent leur sac au même endroit que le nôtre !
- Lui : Mais c'est vrai que les gens qui me voient aller verser des bouteilles là-bas, ils doivent se dire : « Celui-là il boit ! »
- Elle : (rigole) Oh, je ne sais pas !
- Lui : Et bien c'est leur problème de le penser, moi je m'en fous !
- E :* *Des bouteilles en verre ?*
- Lui : En verre, oui ! Je m'en fous !
- Elle : Des bouteilles de vin ! (rigole)
- Lui : Des bouteilles de vin, ça oui hein !
- E :* *Ça vous embête, vous, que les sacs soient transparents ?*
- Elle : Non hein !
- Lui : Celui qui ne veut pas savoir il ne regarde pas ! Moi je... ça ne me dérange pas.
- E :* *Il n'y a pas des choses que vous vous empêcheriez de jeter parce que vous... pourriez imaginer qu'on va le voir ?*
- Lui : Non.
- Elle : Bah, si ça ne plaît pas au voisin c'est son problème, hein !
- Lui : Non, parce que si vous commencez à être gêné avec ça, vous n'en sortez plus, hein ! Moi j'ai vu les autres qui boivent beaucoup de Coca, mais c'est leur problème...
- Elle : Mais... oui mais... moi aussi je me suis dis :...
- Lui : ... mais je ne sais pas pourquoi ! Il y a peut-être une raison bien précise mais bon !
- Elle : Mais... quoi ? Moi je ne sais pas. Mais c'est vrai que je me suis déjà fait la réflexion, qu'ils boivent beaucoup de Coca.
- Lui : Mais... je me dis : « Non, je ne vais pas rentrer dans le sujet sinon on n'en sort pas ! »
- Elle : Ce n'est pas... à la limite (... ?) ce n'est pas notre problème !
- E :* *Et est-ce que vous pensez que eux sont attentifs aux vôtres ?*
- Lui : Je crois pas.
- Elle : Non.

- Lui: Du fait que je ne fais pas attention je me dis que les autres ne font pas attention non plus. Il y en a peut-être bien qui font attention, hein! Qui disent : « Oh, celui-là il a beaucoup de canettes de bières... » !
- E: *Oui, qu'est-ce qu'ils pourraient dire, s'ils faisaient attention à vos poubelles ? Qu'est-ce que vous pensez... Ou aux poubelles en général !*
- Lui: « Il boit ! Il a beaucoup de canettes dans son chose » ou... je sais pas : « C'est beaucoup des Jupiler, t'as vu il boit » euh... Ah bien tant mieux, il boit !
- Elle: Tu crois, toi ? Ouais...
- Lui: Ça ne les regarde pas, ce que je fais. Ce n'est pas leur problème ! Moi je n'ai rien à dire ! Je vais dire à ma femme qu'ils boivent beaucoup de Coca mais je n'ai rien à leur dire, ça ne me regarde pas !
- Elle: Puis on ne le dit même pas.
- Lui: Non, même pas !
- Elle: On n'en parle même pas.

Raoul est énervé, le sujet lui tient à cœur. Et cet énervement est sans doute bien plus révélateur de ce code de bonne conduite sociale dont il n'a pas conscience qu'il ne le soupçonne lui-même. S'il est à ce point contradictoire dans ses propos (il souligne le fait que ses voisins boivent beaucoup de coca tout en faisant remarquer que ce n'est pas son problème, il envisage le fait qu'on pense qu'il boit mais il dit s'en foutre, ...), c'est précisément parce qu'il sent quelque part que quelque chose lui échappe dans son raisonnement : il ne sent pas de véritable cohérence à ses propos. Le fil conducteur que lui offrirait la conscientisation des règles auxquelles il se plie lui échappe, s'il est énervé c'est bien précisément parce qu'il n'a pas conscience de l'existence de ce code. Il en connaît implicitement les règles (« *Moi je n'ai rien à dire ! Je vais dire à ma femme qu'ils boivent beaucoup de coca mais je n'ai rien à leur dire, ça ne me regarde pas !* »), mais elles sont trop inconscientes pour qu'il réalise que ce qui le met dans cet état, c'est justement d'imaginer une situation dans laquelle les autres auraient à juger de son comportement. Il peut imaginer que l'on constate qu'il aime le vin (et, d'un point de vue individuel, on peut supposer que s'il prend cet exemple comme un fait dont « on » peut discuter dans son dos c'est parce que lui-même n'est pas à l'aise avec son propre comportement face à l'alcool), mais supporterait mal l'idée qu'on pense qu'il boit ou le fait que ça devienne un sujet de conversation : « *Ça ne les regarde pas, ce que je fais* ». Comme ça ne le regarde pas, lui, que ses voisins boivent beaucoup de coca. Comme il se plie aux règles du jeu (qu'il ne connaît pas consciemment, c'est bien la richesse et le sens caché de ses remarques) en gardant ça pour lui ou pour le cercle fermé conjugal, il trouverait normal que les autres fassent de même. « *Du fait que je ne fais pas attention, je me dis que les autres ne font pas attention non plus* ». D'où son énervement à l'évocation d'une situation où ça ne serait pas le cas. Dénoncer n'est pas jouer, on peut voir, mais ne pas dire. D'ailleurs « *on ne le dit même pas, on n'en parle même pas* », Fleur souligne de façon totalement paradoxale et contradictoire leur désintérêt pour la chose.

Un autre exemple de ce principe de respect de la liberté individuelle et de la force de ce code dont personne n'a consciemment les règles en tête nous est donné par François :

- Lui: Et le fait que ces sacs soient transparents, je trouve que c'est... utile parce que, d'une certaine manière, on n'oserait pas mettre euh... des déchets qui ne sont pas destinés à ce genre de sacs parce qu'ils sont transparents.
- E: *Parce que vous auriez peur que quelqu'un le remarque ?*
- Lui: Oui.
- E: *Oui ?*
- Lui: Enfin, moi je crois, oui !
- E: Donc un des éléments qui pourrait vous pousser à faire plus attention, c'est...
- Lui: La transparence du sac.
- E: *Oui. C'est d'imaginer qu'il y en ait qui puissent venir euh... vérifier. Vous faites attention, vous, aux poubelles de vos voisins, d'une manière générale ?*
- Lui: (réagit) Oh non !

Elle : Non.
Lui : Oh non ! Pas du tout !
E : Non ?
Lui : Non mais je... On observe que autour de chaque arbre, dans la rue, maintenant, à peu près systématiquement, on voit trois types de sacs : les jaunes, les bleus et les déchets... inassimilables.

Même s'il est de bon ton de dire qu'on ne s'occupe pas des poubelles du voisin, il n'en reste pas moins que, conformément à l'extrait précédent, nous ne sommes pas totalement insensibles à ce qu'il pourrait penser des nôtres. Son regard est là, qui nous empêche d'être tout à fait à l'aise quand on se sait « pris en faute ».

Le principe de respect de la liberté des autres peut d'ailleurs se faire totalement aux dépens du propre respect qu'on a pour soi, comme nous l'illustre l'extrait suivant avec Charles, qui nous dit trier systématiquement toute poubelle sortant de la chambre de ses filles si ça n'a pas été fait :

Lui : Si je vois une poubelle qui descend et qui n'a pas été triée, je vais la trier!
Elle : Mais on devrait plus les conscientiser, pour ça.
Lui : Mais c'est pas drôle, vous savez, quand vous devez ressortir des papiers qui sont mélangés avec des cheveux, avec des chewing-gums et une canette, ce n'est pas gai de tout trier!
E : *Et vous faites la remarque?*
Lui : Très peu. très peu parce que ça donne un peu l'impression qu'on contrôle les poubelles, qu'on va surveiller les poubelles des autres, donc... c'est un peu désagréable de faire la remarque.
E : *Pourtant ça vous éviterait d'avoir à retrier avec vos mains dans les détritrus...*
Lui : Oui, ça m'éviterait, oui, oui, mais bon...! On est assez respectueux de la liberté des autres!
Elle : Oui, mais en fait ce serait plus respectueux finalement de leur dire, parce que finalement, en faisant le triage...
Lui : Mmh. Mmh. Oui, mais je leur dis pourtant, très souvent: "Le papier, ne le chiffonnez pas, mettez-le dans notre chambre dans la poubelle jaune" !
Elle : Non, mais il y en a une qui le fait bien, mais l'autre moins bien. Mais c'est vrai que ce sera l'occasion, d'en parler. (Béatrice et Charles)

On voit ici la situation prendre une tournure assez hypocrite au nom du respect de « *la liberté des autres* » : comme tente de le lui faire remarquer son épouse, il serait sans doute plus respectueux de la liberté de ses filles s'il s'arrangeait pour ne pas avoir à retrier leurs poubelles en les informant qu'il y met le nez si ce n'est pas fait. Elle n'aura pas le temps d'aller jusqu'au bout de sa pensée : il la coupera avant la fin de son explication.

Les poubelles ménagères sont de l'ordre du privé. Nous l'avons vu avec Raoul et nous venons de le relire par les mots de François et Charles. Le principe de respect des libertés individuelles est un fait social, une règle observée implicitement par l'ensemble des individus vivant au sein de notre société : elle fait partie de notre construction du réel. Dans notre construction de la réalité, la gestion de nos poubelles ménagères est une liberté à part entière. Dans une plus grande mesure que les objets encombrants, nous le verrons, les poubelles font partie du privé, de l'intime : « *C'est un peu l'intimité des gens aussi, hein !* » (Fleur). Et dans ces conditions où le regard lui-même se trouve codifié, toute rupture physique de la barrière du sac est vécue comme un affront, une transgression, une infraction à ce code tacite.

Elle : J'ai une fois eu ça , on avait descendu un sac poubelle et je crois qu'il n'était pas bien fermé. C'était dans un immeuble de vieux aussi... Et euh...ils ont été regarder ce qu'il y avait dans la poubelle pour essayer de déterminer, comment, d'où ça venait. Et je ne sais pas comment ils ont découvert d'où ça venait, sans doute les cannettes de Coca dedans que... Ah oui ! J'étais...
Lui : Et il n'était pas fermé ?
Elle : Il n'était pas bien fermé je crois ou pas mis au bon endroit ou un truc comme ça, et ils sont venus sonner à la porte en disant, euh : « Votre poubelle n'est pas au bon endroit » ou « n'est pas bien fermée », ou euh...Donc visiblement ils allaient voir dans les poubelles ce qu'il y avait pour euh...

Et ils arrivaient à partir de ça à déterminer d'où venait la poubelle alors qu'il y avait dix appartemenst , je crois, dans cet immeuble !

E : *(rigole)*

Elle : Mais ça c'est fort, quand même ! Ça je trouve fort ! (Marie-Noëlle et Denis)

Au-delà de la stupéfaction que nous relate Marie-Noëlle dans cet extrait, il y a une remarque qu'il est important de soulever parce que nous la retrouvons dans de nombreux entretiens : elle fait référence à un immeuble de « vieux ». Plus loin, elle reprend :

« Les petits vieux c'est ce qu'ils vérifient ! Aussi non ils ne seraient pas venus sonner à la porte ! Il y a des gens qui ont le temps, nous on a pas le temps de faire ça. Maintenant, si je m'emmerdais très fort... mais là je n'ai vraiment pas le temps ! Peut-être que les voisins de gauche, ils ont le temps de regarder les poubelles ! » (Marie-Noëlle)

Nous y trouvons un élément supplémentaire dans le discours de discrédit de ceux qui surveillent les poubelles des autres : pour faire ça, il faut avoir le temps, il ne faut rien avoir à faire d'autre. Nous retrouvons la même source de dénigrement dans la bouche de Kim :

Lui : Je sais qu'il y en a un dans la rue qui aime bien ça.

E : *Qui aime quoi ? Regarder les poubelles ?*

Lui : Il est curieux pour tout ce qui se passe chez ses voisins. Ça peut être les poubelles, ça peut être autre chose. Il avait déjà... je me souviens qu'il avait téléphoné aux flics pour pouvoir... Enfin : il avait convoqué les flics pour leur montrer qu'il y avait des tas de poubelles qui traînaient.

E : *Ho... !*

Lui : Du temps où justement il y avait toutes les poubelles qui traînaient près de la cabine téléphonique, là... Mais ça c'est un type qui... si on voulait savoir ce qui se passe dans le quartier, il faudrait lui poser des questions ! Si le policier du quartier euh... cherche des indices dans une enquête, et bien il va sonner chez ce gars-là, il aura tout ce qu'il faut !

E : *Et vous croyez qu'il regarde vos poubelles ?*

Lui : C'est possible... maintenant qu'on me pose la question, et bien... aujourd'hui peut-être bien. C'est bien possible. Il n'a rien à faire de s... de toute la journée, ce gars-là. Il est au courant de tout, ce type ! (Kim)

Ce gars-là « n'a rien à faire de toute sa journée ». Dans une société où le travail est roi et où le vécu est humiliant d'être au chômage, il est de bon ton de souligner l'aspect négatif de l'occupation-observation : pour regarder les poubelles de ses voisins, il faut avoir du temps à perdre. Ces gens-là transgressent la sacro-sainte référence au respect de la vie privée, il n'y a plus de raison de leur chercher des excuses. Certains font même pire et mettent la main dans le sac. L'entretien offre alors sur un plateau d'argent l'occasion d'en relater les faits.

Lui : Ça... ça pose quand même aussi des problèmes parce que, par exemple... euh... pour tout ce qui est déchets papiers, on observe qu'il y a des personnes qui ouvrent les sacs pendant la nuit. Par exemple, pour prendre des revues, des journaux... euh... récupérer en fait des choses qui sont dans les sacs papiers. La semaine dernière, par exemple, c'est arrivé : un jeune garçon est passé, il a ouvert... il a déchiré le sac. Il n'ouvre pas : il déchire, prend trois revues genre Paris Match et caetera, parce que ça l'intéresse et il laisse tout comme ça. Le brave homme qui vient pour Bruxelles Propreté prend le sac mais il ne voit pas que le sac est ouvert, le prend et tout tombe...

E : *Vous avez assisté à la scène ?*

Lui : Oui.

E : *Et vous n'avez rien dit ?*

Lui : Ah si, je... j'ai réagi vis-à-vis du jeune homme mais enfin bon...

Elle : Il était chez le voisin d'en face!

Lui : J'ai frappé à la f... j'ai frappé au carreau, il m'a regardé en haussant les épaules. Bon, il est parti, je n'ai pas couru derrière lui... Mais ce qui m'a frappé, c'est que, dix minutes après, Bruxelles Propreté est arrivé et le brave... éboueur, et bien il a pris le sac par le dessus et il n'a pas vu que ce sac était en fait déchiré et ouvert et tout s'est écroulé. Le but était inverse...

(...)

Elle : Vous pouvez vous étonner que... on ait assisté à un feuilleton aussi...

Nous : (rigolons)

Elle : ... élaboré! Mais il faut avouer que notre cuisine est en façade et que au petit déjeuner du matin comme... euh... nous sommes en moyenne entre cinq et six dans la maison tous les jours et que on peut... y a moyen de s'asseoir à trois dans la cuisine... y en a toujours un ou deux qui est debout, qui prend sa tasse de café debout et qui regarde par la fenêtre en même temps. Et alors ce qui était vraiment... "T'as vu il est de nouveau... ce clampin est de nouveau venu ouvrir ce sac poubelle!" (rires) Et puis voilà!...

Lui : Tout ça s'est passé en une demi-heure de temps.

E : "*De nouveau*" ? *C'est arrivé plusieurs fois ?*

Elle : Mais... celui qui ouvre les sacs, il est connu hein, je crois, dans le quartier ?

Lui : Oui oui!

Elle : Oui mais oui, si si: il est connu. Il passe souvent sur le trottoir et alors, il regarde tous les sacs et quand il voit une revue qui l'intéresse, il ouvre le sac et il la prend. Il s'est déjà fait... tutoyer par un voisin en face. Parce que c'est vrai, il ne fait pas ça correctement...

Lui : C'est de l'incivisme ! (Nadine et François)

Le comique de la situation tient de ce que Nadine se sent obligée de justifier leur connaissance de la scène par une description de la logistique de leur petit-déjeuner. Au-delà de la marque d'incivisme qui nous est relatée, nous remarquons une fois de plus l'importance qu'accordent nos informateurs à se montrer détachés face à tout événement concernant les poubelles de leurs voisins : s'ils ont assisté à la scène, ce n'est que par le hasard de leur disposition à table lors du premier repas de la journée ! Il n'empêche qu'on ne peut plus fermer les yeux, l'heure est à la dénonciation. Celui qui enfreint la règle en même temps qu'il ouvre le sac est quelqu'un dont on peut parler, surtout pour en rapporter le comportement « hors-le-code » et ainsi se replacer du bon côté de la frontière, dans la norme. Après tout, même s'il arrive de se laisser aller à glisser un regard sur le sac du voisin, ce n'est sans aucune mesure avec le fait d'aller y mettre le nez. Nous avons vu qu'un coup d'œil qui s'attardait trop sur une poubelle ménagère pouvait être vécu comme un empiètement sur le cadre intime de la vie privée, nous venons de voir que quand la violation n'est plus virtuelle mais bien concrète, le non-dit ne suffit plus : on passe à la remarque.

C'est ce que nous confirme l'extrait suivant :

E : *Et à votre avis, petite question simple, est-ce que les voisins pourraient faire attention à vos poubelles ?*

Lui : Oh, je crois bien...

Elle : Mais y en a un tout le temps qui fait que ça je pense... Il passe en vélo là, il habite ici tout près hein... Il est tout le temps occupé dans les poubelles, mais même dans les poubelles de toutes les semaines hein !

Lui : Ménagères, hein !

Elle : Oui.

Lui : Oui. Oui: il gratte, il gratte...

Elle : Je ne sais pas ce qu'il cherche, mais il est toujours occupé dans les poubelles, il aime bien les poubelles.

E : *Et ça ne vous stresse pas un petit peu de vous dire qu'on visite vos poubelles ?*

Elle : Et bien au début ça m'énervait moi... Je dis : « Qu'est-ce qu'il fait dans mes poubelles ? » (rigole)

Lui : Ces poubelles là, oui. Les poubelles ménagères oui. Mais les grosses poubelles, non ça...

Elle : En plus même quand il... Oui mais quand il vient dans mes poubelles euh...

Lui : Il ouvre et il laisse tout comme ça !

Elle : Ouais. Puis je lui dis qu'il doit partir, il n'a pas à regarder dans mes poubelles. Enfin... dans les grosses poubelles ça ne me dérange pas, mais les poubelles de... je ne vois pas ce qu'il va faire ... Et bien oui ! Je ne sais pas ce qu'il fait là-dedans !

En plus du malaise que provoque cette « visite » intempestive dans les poubelles ménagères, l'exemple met en exergue un autre fait éloquent : la différence qui existe entre notre rapport aux poubelles ménagères et notre rapport aux objets encombrants. C'est ce que nous allons analyser dans le prochain point.

c. Les objets encombrants, ou le regard digne d'intérêt

Reprenons l'extrait précédent : Régine et Kim font clairement la différence entre leurs poubelles ménagères et leurs objets encombrants. « *Dans les grosses poubelles ça ne me dérange pas, mais les poubelles de... je ne vois pas ce qu'il va faire là-dedans !* » Si, comme nous l'avons vu, le regard porté aux poubelles ménagères relève de l'infraction de l'intime et de la vie privée, il en va tout autrement pour l'intérêt que l'on peut porter aux objets encombrants. Si l'on supporte mal de voir quelqu'un venir ouvrir ou fouiller le sac de nos ordures ménagères, on est par contre tout heureux de voir un objet déposé aux grosses poubelles trouver une nouvelle vie dans un nouveau foyer. Sans doute cette différence d'état d'âme est-elle à mettre du côté de notre lien à certains objets, de la part de soi qu'on y met et de la difficulté de nous en séparer. C'est ce que nous avons vu dans le chapitre consacré à la fonction de construction individuelle du tri : la difficulté de la séparation est tout en nuance. Se décider à se séparer d'un objet qui nous était cher, c'est perdre une partie de soi mais c'est aussi se libérer. Et en regard de ces deux sentiments complémentaires et contradictoires, le fait de savoir l'objet reparti pour un tour dans le cycle de l'utile (ou du décoratif) met du baume au cœur, comme le fait de ne pas le savoir mis en décharge soulageait la séparation. « *On est content si ça peut encore servir à quelqu'un, si tu veux* » (Jeanine), « *Quand je mets les grosses poubelles, je vais toujours voir si ça a intéressé les gens* » (Ivon). Le passage des objets encombrants est l'occasion d'un débarras à moindre coût. Financier (pas besoin de se déplacer jusqu'à un parc à conteneurs), mais surtout émotionnel (« *Et alors là, quelque part, on est tout content quand on entend les gens farfouiller dedans, en disant : ah, il y en a qui vont trouver leur bonheur, là-dedans, et ça va servir encore une fois.* » (Jeanine)), et de confort pratique. C'est ce que nous expliquent Jeanine et Frédéric :

- Elle : On est content que... si ça peut encore servir à quelqu'un, si tu veux. Non, on n'est pas du genre à aller faire des brocantes.
- Lui : Non.
- Elle : Tu sais, aller mettre ses objets et faire des ventes, et tout ça, mais... Mais si on sait que quelqu'un est intéressé par... et bien, tant mieux!
- E : Ça vous fait plaisir ?
- Elle : Oui.
- Lui : Ce n'est pas jeté, c'est pas à la casse que ça va, ça peut être utilisé par quelqu'un qui récupère des morceaux ou...
- Elle : Il y a des gens qui font des miracles avec ça. Avant, on avait un endroit, quand même, ou on pouvait aller déposer tous ces vieux objets, soi-même. Et il y avait des gens qui campaient presque là. Tu sais, ils avaient un grand brasero et ils étaient occupés à... n'importe quel objet électrique, ou quoi... et ils réussissaient quelque chose avec ça.
- Lui : Oui, ne fût-ce que, ne fût-ce que récupérer les ...comment : les... les prises. En train de récupérer les prises... ce qu'ils savent faire avec les prises ou certains éléments électriques ou autre chose... Et donc, ça veut dire, que quelqu'un réutilisait ça, et que ce, ce n'était pas démolé sans... que ce n'était pas perdu !
- Elle : Et ce n'est pas pour ça qu'on aurait peut-être fait l'effort, nous mêmes, de chercher quelqu'un a qui ça aurait pu servir, tu vois ? (Jeanine et Frédéric)

Les grosses poubelles sont donc un moyen de ne faire que des heureux , de faire plaisir à celui qui « trouve » à moindre coût pour celui qui « donne » : non seulement il est content que ce soit récupéré³¹, mais en plus il n'a pas d'effort supplémentaire à faire que la prise de décision de jeter en elle-même. La séparation s'en trouve donc facilitée, tout le monde trouve son compte dans le passage de ces camions spéciaux.

³¹ Nous avons souligné la diminution de la charge émotionnelle due à la séparation suite à la récupération. Une autre hypothèse que nous pourrions soulever est la « satisfaction écologique » de la récupération des vieilles pièces métalliques.

On en parle d'ailleurs facilement. Et contrairement à l'irritation qu'engendrait le sentiment de contrôle sur les poubelles ménagères, l'observation d'individu qui farfouillent dans les grosses poubelles est relatée un sourire aux lèvres, d'un ton amusé.

« Les gens qui se battent ! Vous savez, quand il y a les grosses poubelles, donc on met tout dehors. Il y a souvent des trucs que les gens jettent qu'on sait récupérer éventuellement. Mais j'ai déjà vu des gens qui se battaient pour une chaise... ou pour une armoire, je ne sais plus, parce qu'ils étaient arrivés avant les autres. Alors ils se sont battus pour avoir l'armoire. Ça j'ai trouvé super ! » (David)

« *C'était super !* », il n'est plus question de cacher l'observation de la scène : ici on peut même en rigoler. La différence entre les objets encombrants et les poubelles ménagères est d'ailleurs dans son discours:

Lui : Je l'ai fait une fois ou deux peut-être parce qu'en passant avec la voiture j'avais vu un truc qui...
Elle : Qui lui plaisait.
Lui : Et bien par exemple c'était ça, tiens :... comme ils nous manque des ... des trucs des tiroirs. On avait vu un vieux meuble, et bien le temps d'aller faire le tour, de refaire, de revenir ici, de retourner, et bien, l'armoire était là mais les ...
Elle : Les poignées...
Lui : Les poignées étaient parties. Donc, il y en avait un autre qui l'avait vu avant moi. Pas de chance. Donc ... des fois c'est utile, des fois. (David et Gisèle)

Et, un peu plus loin, quand il est demandé s'il s'intéresse parfois aux poubelles de ses voisins :

E : *Est-ce que vous faites parfois attention... vous avez déjà en partie répondu, à ça : aux poubelles des voisins ?*
Elle : Des voisins ?
Lui : Non.
E : *Ce qu'ils jettent.*
Lui : Non
E : *Non ? Jamais ? Même pas aux beaux meubles avec des belles poignées ?*
Lui : Ah mais ça c'est les grosses poubelles ! Alors je... quand je passe de là-bas à chez moi, je vois un truc, je dis « Oui, tiens, y'a ça ! », et « j'ai vu ça », « j'ai vu ça » ... Mais sinon non : les gens, ils jettent ce qu'ils veulent ! (David)

Les objets encombrants tiennent donc, d'un point de vue social, d'une autre catégorie que les poubelles. Tant il n'était pas concevable d'observer les dernières, tant on peut rire et afficher le fait qu'on récupère des choses dans les premiers.

Elle : Mais c'est vrai que, si jamais je vois, par exemple... Je dis que je ne regarde pas les poubelles mais... Si je vois sur un trottoir, à côté d'une poubelle un vieux vélo... et bien je vais quand même voir un peu plus près pour voir si jamais on ne peut pas le récupérer.
E : *Mmm.*
Lui : Ça oui.
Elle : Comme ça. Mais sinon... je ne regarde pas les poubelles. Oui: ou bien je regarde les poubelles en me disant " Flûte, j'ai oublié de les mettre "... Je vois toutes les poubelles chez les voisins, je me dis : " Ah oui ! » Donc c'est ça ! Mais aller regarder les poubelles des autres, non ! Et compter combien ils en ont chaque semaine... ça j'ai jamais fait.
Lui : Ça nous est arrivé de récupérer des truc sur une poubelle... quand même.
E : *Comme vous avez dit: un vélo ou quoi...*
Lui : Ce genre d'objet, comme ça.
E : *Qui était en état de marche ?*
Elle : Ah oui, y'a des gens qui jettent euh... Par exemple dernièrement, il y avait les poubelles qui allaient passer, je sais pas c'étaient quelles poubelles, et j'ai récupéré des tas de livres scolaires.
Lui : Ah oui!
Elle : Et donc... ils venaient d'acheter une maison, et ils vidaient toute la maison, parce qu'apparemment il y avait encore des choses qui étaient restées dedans...
E : *Mmm...*

- Elle : ... et c'étaient tous les livres scolaires qui étaient super pour la première année primaire et plus, et j'en avais vu un, deux, et puis alors j'ai regardé un peu plus près et c'était plein de livres, encore en bon état, impeccables, ça j'ai été les prendre !
- Lui : Oui, puis alors...
- Elle : “ Mais attendez, il y en a encore ! ”
- Lui : ... en plus les gens ont vu qu'on les prenait, et ils ont dit “ Si vous voulez, vous pouvez revenir, on va encore en mettre de côté pour vous ”...
- Elle : Oui, parce que justement, les grosses poubelles... passaient le lendemain. (Régine et Kim)

La récolte aura été fructueuse : le rebut de l'un n'est pas forcément le rebut de l'autre. Cependant, si tout est récupérable, on ne peut pas récupérer chez n'importe qui. Ceci semble être la deuxième grande règle implicite du code social relatif à notre comportement vis-à-vis des déchets des autres.

Dans l'extrait précédent, Régine et Kim ne connaissaient pas « les gens » à qui appartenaient ces livres qui faisaient leur bonheur. La récupération semble obéir à des règles à nouveau bien subtiles : ne récupère pas qui veut ! A moins d'être des proches, amis ou familiers³², ou de faire l'objet d'une destination bien précise, nos informateurs ne parlent d'ailleurs pas de « don ». On est content du regain d'intérêt que peuvent trouver auprès de nouveaux acquéreurs les objets qu'on met aux encombrants, mais on ne parle pas de *don* : le mot est à la *récupération*.

Quand le passage se fait à un proche ou à un destinataire bien précis (une association caritative, par exemple), il est alors décrit, représenté comme don. De même, jamais quelque chose qui a été reçu ne sera décrit comme récupéré. Si au contraire l'objet fait l'objet d'un débarras, même si l'on est soulagé de le voir trouver une nouvelle fonction auprès de nouveaux propriétaires, il ne sera jamais décrit comme quelque chose que l'on a *donné*, mais qu'on a *jeté* (à nouveau, indépendamment du fait qu'on puisse ajouter qu'on est bien content de l'avoir vu être *récupéré*).

Pour qu'elle reste socialement acceptable, la transmission par la récupération ne peut donc concerner que des étrangers, des gens à qui l'on n'aura plus jamais à faire. Si elle concerne la population intermédiaire (c'est-à-dire le cercle des voisins directs, ou des simples connaissances), elle sera mal vécue. Par ceux qui jettent (gênés de voir s'intéresser à leur rebut des gens qu'ils ne connaissent pas assez pour avoir imaginé le leur proposer, mais qu'ils connaissent suffisamment pour trouver embarrassant de les voir se contenter de ce qu'ils ont jugé bon de jeter), et par ceux qui récupèrent (pour les mêmes raisons).

C'est ce que nous pouvons tirer des extraits suivants :

- Elle : Mais tu me demandais si ça me gênait de savoir qui se servait des choses qu'on met ? Non. Non... Non... Mais si tu veux, il y a, il y a un certain anonymat entre le moment où tu le déposes sur la rue, et où l'autre vient le prendre...
- E : *Mmh Mmh.*
- Elle : Je ne sais pas. Moi j'aime autant ça.
- (...)
- E : *Vous avez dit, là tantôt, que ça vous faisait plaisir, enfin, que des gens regardent dans vos poubelles ?*
- Elle : Oui. Non mais... et qui peuvent prendre des choses utiles pour eux.
- E : *Et si c'étaient vos voisins ?*
- Lui : Et bien, ça s'est déjà fait... Bien sûr ça... Et bien oui, « Ça vous intéresse ?... et bien prenez ». Oui.
- Elle : Mais à la limite, parfois, à ce moment là, j'aimerais autant avoir pensé à l'avance de, de dire aux voisins « Tiens, on veut se défaire de ça, est-ce que ça vous est utile, ou pas ? »...

³² Nous avons vu à travers la question des jeux et des vêtements dans le chapitre consacré à la famille de notre rapport intermédiaire (décembre 1999) que les objets pouvaient faire l'objet de grands mouvements au sein de celle-ci.

E : *Mmh Mmh.*

Elle : Pour certaines choses. C'est... c'est vrai que, parfois... par rapport aux voisins c'est plus simple que, eux, de venir voir dans ce que tu jettes, par exemple. Quand je dis que j'aime bien quand... enfin, que quelque part ça me satisfait de voir qu'il y ait des choses qui partent, alors j'aime autant que ce soit des inconnus qui soient venus le chercher. Sinon, c'est vrai tu, tu te dis : « Et bien, je n'ai quand même pas fort pensé à mes voisins, pour ne pas avoir pensé que eux, pourraient avoir besoin de ça ». Il ne faut pas aller tout leur proposer mais... il y a des choses qui parfois pourraient leur être utile et si tu n'y a pas pensé toi même, c'est un peu bête. (Jeanine et Frédéric)

« *Quand ça me satisfait de voir qu'il y a des choses qui partent, alors j'aime autant que ce soient des inconnus* ». L'extrait en témoigne : Jeanine ne sait pas d'où lui vient ce sentiment qu'elle s'entend formuler, mais il est là, bien présent. Ses voisins font partie de cette catégorie assez floue vis-à-vis de laquelle la récupération met mal à l'aise. La question qu'elle s'imagine leur poser les resitue en tant qu'individus, en tant que proches, par le seul dialogue et la seule possibilité de choix qu'elle établit : « Est-ce que ça vous est utile ou pas ? » La possibilité est toujours là de laisser à l'autre l'alternative de l'utilité : on ne récupère pas quelque chose chez le voisin qu'il aurait jeté parce qu'il le trouvait laid ou trop abîmé pour lui : la question laisse l'alternative de l'utilité, et resitue le rapport en terme de proximité. (Si on jette, c'est parce que cela ne nous est plus utile : pourrait-il vous l'être ?). Ce qui n'a pas été le cas pour Ivon, et qui l'aurait empêché de récupérer des chaises déposées par son voisin et qu'il trouvait manifestement à son goût si elles n'avaient de toutes façons pas été emportées par d'autres acquéreurs :

Elle : Si les gens ont mis dehors, c'est pour jeter, je ne vole rien... et je récupère!

Lui : Ils avaient mis des chaises, et les deux femmes ont regardé si elles valaient le coup... Manifestement, elles n'avaient rien. Moi, je ne l'aurais pas fait. Je n'ai pas envie d'avoir une chaise du voisin chez moi. (Augusta et Yvon)

« *C'est pour jeter, je ne vole rien... et je récupère* ». A nouveau le sentiment que tout le monde y trouve son compte dans des comportement en parfaite légalité sociale. Quant à Ivon, il exprime très bien la subtilité du bon comportement à observer en matière de récupération : même si les chaises lui plaisaient il ne se serait pas permis de les prendre : « *Je n'ai pas envie d'avoir une chaise du voisin chez moi* ». A moins de faire l'objet d'un don ou d'une proposition d'acquisition, un objet ne change pas de propriétaire dans n'importe quelle circonstance. La récupération a un prix : celui de l'anonymat.

4. Motivations supplémentaires et bénéfiques identitaires

Les motivations supplémentaires rassemblent les diverses questions portant sur les connaissances que les individus possèdent au sujet de l'environnement et du changement climatique, celles concernant les valeurs attribuées au tri et recyclage des déchets ménagers, celles portant sur les activités 'vertes' et celles des conséquences du tri et recyclage. Nous pensons que ces différentes thématiques, abordées dans le cadre du panel, influencent les actions environnementales des individus. C'est cette question que nous allons examiner dans la suite des analyses. Les données brutes sont présentées dans l'annexe 14.

Dans cette section, nous présentons les résultats pour chacune de ces thématiques. Nous procéderons à l'examen de l'influence des motivations supplémentaires sur le tri et l'achat après avoir également présenté la thématique des obstacles.

4.1. La thématique des connaissances sur l'environnement

Cette thématique se compose de 2 questions du questionnaire adulte. Il s'agit de la question : 'pensez-vous que dans une vingtaine d'années le climat de la terre sera : le même, plus froid, plus chaud ou je ne sais pas'.

Pensez-vous que dans une vingtaine d'années, le climat de la terre sera...	
Le même	1
Plus froid	2
Plus chaud	3
Je ne sais pas	4

La seconde question est : 'selon vous, qu'est-ce qui pourrait modifier le climat : le trafic automobile, la pollution des nappes d'eau souterraines, la diminution de la couche d'ozone, le chauffage domestique, les centrales nucléaires, la mise en décharge de produits dangereux, les fumées rejetées par les usines et le déboisement de la forêt amazonienne'.

Qui pourrait modifier le climat ...	oui	non	Ne sais pas
Le trafic automobile	1	2	3
La pollution des nappes d'eau souterraines	1	2	3
La diminution de la couche d'ozone	1	2	3
Le chauffage domestique	1	2	3
Les centrales nucléaires	1	2	3
La mise en décharge de produits dangereux	1	2	3
Les fumées rejetées par les usines	1	2	3
Le déboisement de la forêt amazonienne	1	2	3

Cette thématique se compose de 9 indicateurs, l'individu reçoit 0 quand il donne la mauvaise réponse ou bien dit qu'il ne sait pas et il reçoit 1 quand il donne la réponse correcte. Pour chaque indicateur, nous pouvons établir le pourcentage d'individus qui répondent correctement.

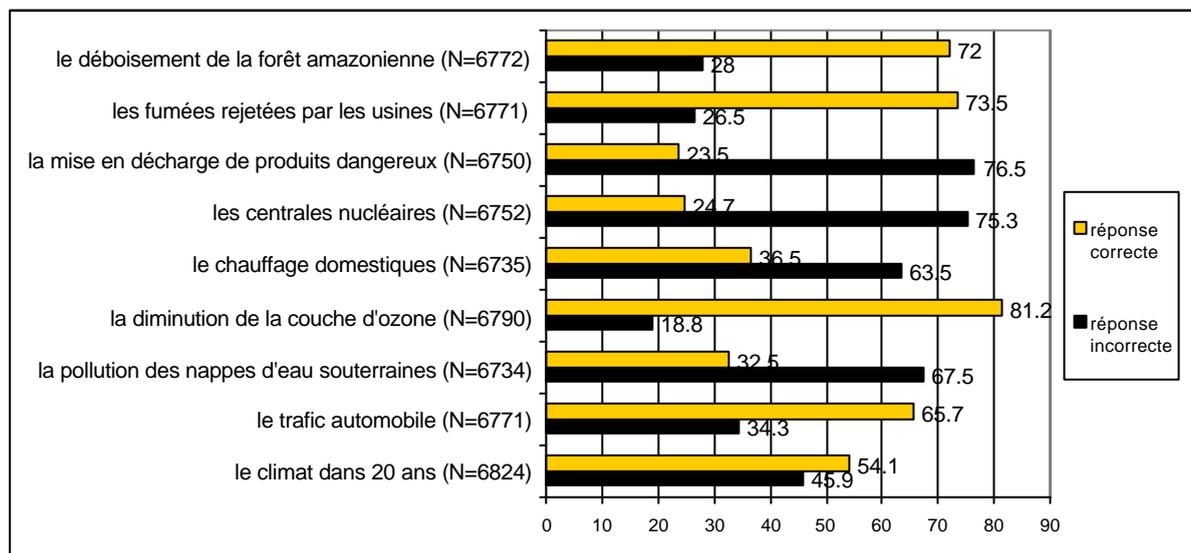


Figure 2.20: qu'est-ce qui pourrait modifier le climat ? (PSBH 1998, tous les répondants)

Nous constatons qu'une moitié des répondants sait que le climat sera plus chaud dans 20 ans. On aurait pu s'attendre à un plus grand pourcentage de réponse correcte étant donné que ces dernières années, les médias ont assez bien parlé du réchauffement de la planète. Concernant les éléments qui modifient le climat, un certain nombre citent le trafic automobile, la diminution de la couche d'ozone, les fumées rejetées par les usines et le déboisement de la

forêt amazonienne. Notons que 36.5% seulement citent le chauffage domestique comme modifiant le climat. On trouve un certain nombre de répondants qui pensent erronément que la pollution des nappes d'eau souterraines, les centrales nucléaires, la mise en décharge de produits dangereux sont des éléments qui le modifient le climat. En règle générale, nous pouvons constater que les individus ont relativement une bonne connaissance des éléments qui modifient le climat.

4.2. La thématique des activités en faveur de l'environnement

Cette thématique est mesurée dans le questionnaire adulte par le biais de la question: 'pendant les 5 dernières années, avez-vous...participé à une réunion d'une association pour la protection de la nature, participé à une réunion d'un parti écologiste, voté pour un parti écologiste, lu un article sur la protection de l'environnement, pris part à une action pour la protection de l'environnement, regardé un programme télévisé sur la protection de l'environnement, fait une promenade dans la nature'. Les 7 indicateurs sont évalués sur une échelle dichotomique où l'option 1 correspond à 'oui' et l'option 2 correspond à 'non' (voir figure 2.21).

<u>Pendant les 5 dernières années, avez-vous...</u>	oui	non
participé à une réunion d'une association pour la protection de la nature	1	2
participé à une réunion d'un parti écologiste	1	2
voté pour un parti écologiste	1	2
lu un article sur la protection de l'environnement	1	2
pris part à une action pour la protection de l'environnement	1	2
regardé un programme télévisé sur la protection de l'environnement	1	2
fait une promenade dans la nature	1	2

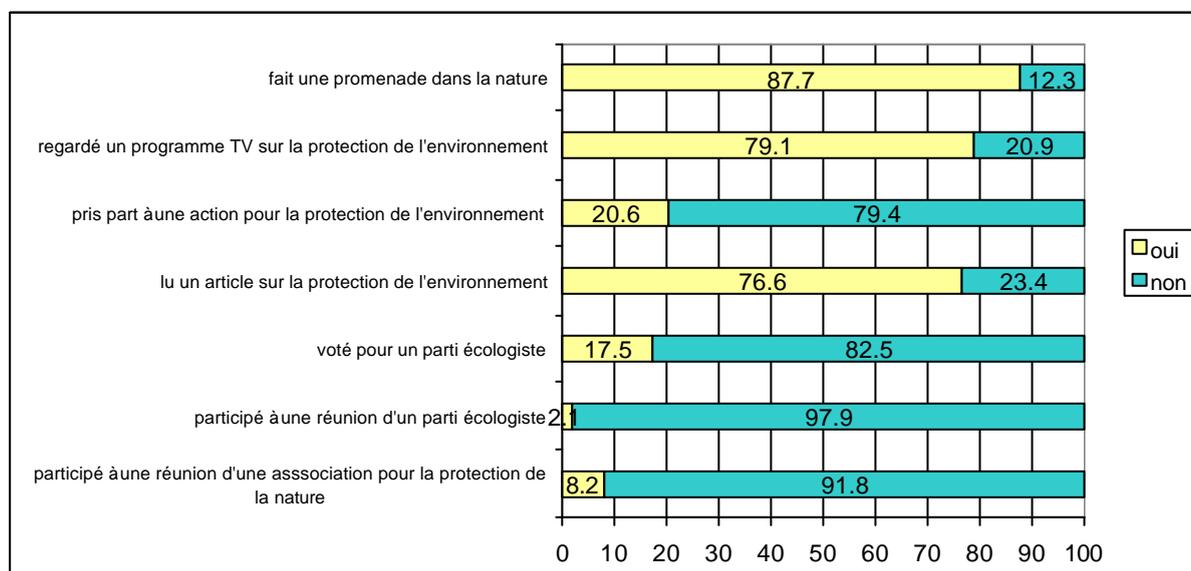


Figure 2.22: Pendant les 5 dernières années, avez-vous... (PSBH 1998, tous les répondants)

Comme on peut le voir sur la figure 2.21, un grand nombre d'individus réalisent des activités telles que se promener dans la nature, regarder un programme TV sur la protection de l'environnement ou lire un article sur la protection de l'environnement. Ces 3 activités sont aussi les activités les plus faciles à réaliser.

D'autre part, on remarque qu'il y a des activités pratiquées par un petit nombre d'individus comme la participation à une réunion d'un parti écologiste, à une réunion d'association pour la protection de la nature. On observe que 20,6 % disent voter pour un parti écologiste et que 20,6 % affirment avoir pris part à une action pour la protection de la nature. De toute évidence, ces activités demandent un investissement personnel plus important.

4.3. La thématique sur les valeurs attribuées au recyclage

La thématique des valeurs attribuées au recyclage est étudiée, dans le questionnaire adulte, par la question : 'voici quelques significations que les gens attribuent au recyclage des déchets ménagers. Dans quelle mesure conviennent-elles à votre ménage ? En recyclant les déchets ménagers : on a le sentiment agréable de faire quelque chose d'utile, on respecte la nature, on respecte les autres, on fait quelque chose de contraignant, on est en harmonie avec soi-même, on exprime sa solidarité avec les autres'.

Voici quelques significations que les gens attribuent au recyclage des déchets ménagers. Dans quelle mesure conviennent-elles à votre ménage ? En recyclant les déchets ménagers...					
	Pas du tout				Tout à fait
on a le sentiment agréable de faire quelque chose d'utile	1	2	3	4	5
on respecte la nature	1	2	3	4	5
on respecte les autres	1	2	3	4	5
on fait quelque chose de contraignant	1	2	3	4	5
on est en harmonie avec soi-même	1	2	3	4	5
on exprime sa solidarité avec les autres	1	2	3	4	5

La thématique se compose de 6 indicateurs et les réponses sont rapportées sur une échelle à 5 points où l'option 1 signifie pas du tout et l'option 5 signifie tout à fait. Les réponses des individus sont représentées dans la figure 2.22. On remarque que les répondants semblent plutôt d'accord avec toutes les propositions. On note toutefois que 61.1% des répondants disent ne pas être (du tout) d'accord avec le fait que le recyclage soit une tâche contraignante. Le recyclage des déchets ménagers ne semble donc pas être vu comme une tâche contraignante.

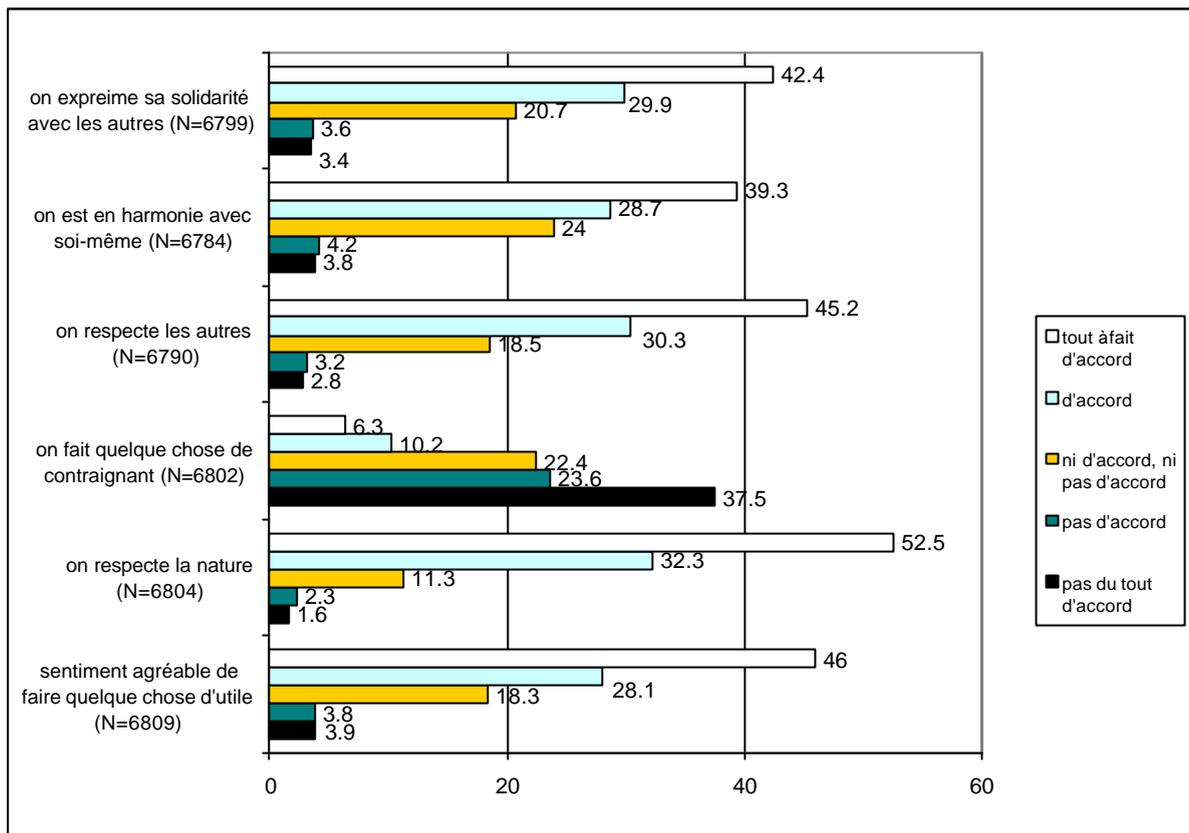


Figure 2.22 : Voici quelques significations que les gens attribuent au recyclage des déchets ménagers. Dans quelle mesure conviennent-elles à votre ménage ? En recyclant les déchets ménagers... (PSBH 1998, tous les répondants)

4.4. La thématique sur les conséquences attribuées au recyclage

La thématique sur les conséquences attribuées au recyclage est étudiée, dans le questionnaire adulte, par la question : ‘selon vous, est-il vraisemblable que le recyclage des déchets ménagers ait pour conséquences que... : on évite de nouvelles taxes, l’environnement est protégé, il faut beaucoup d’argent pour le traitement des déchets triés et on découvre de nouveaux matériaux’.

Selon vous, est-il vraisemblable que le recyclage des déchets ménagers ait pour conséquences que...	Très improbable					Très probable				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
On évite de nouvelles taxes										
L’environnement est protégé										
Il faut beaucoup d’argent pour le traitement des déchets triés										
On découvre de nouveaux matériaux										

La thématique comprend 4 indicateurs et les réponses sont rapportées sur une échelle à 5 points où l’option 1 signifie ‘très improbable’ et l’option 5 signifie ‘très probable’. Les options 2 à 4 servent à nuancer la réponse. Les réponses des individus sont représentées dans la figure 2.23.

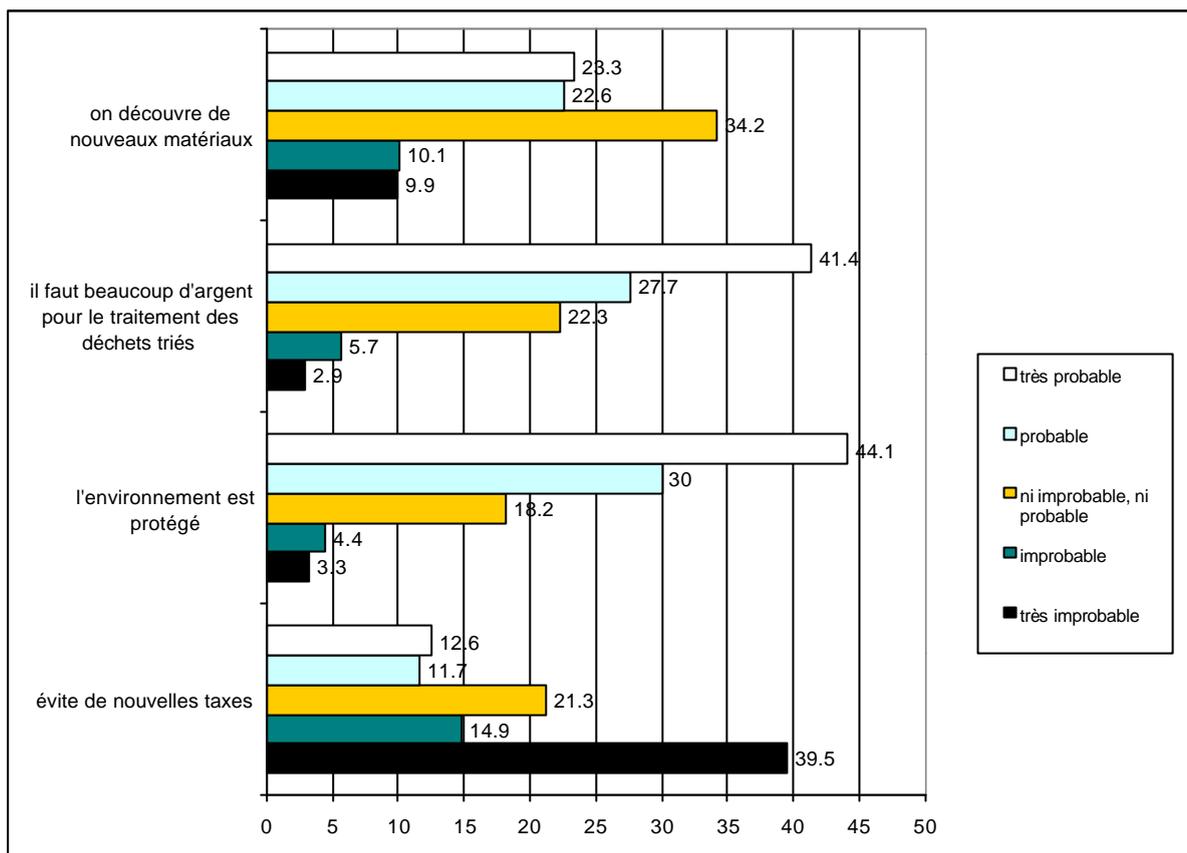


Figure 2.23 : Selon vous, est-il vraisemblable que le recyclage des déchets ménagers ait pour conséquences que... (PSBH 1998, tous les répondants)

4. 5. Bénéfices identitaires

Nous avons analysé précédemment la force de l'obligation communale de trier en terme de pression externe. Nous avons pu conclure que si la contrainte semblait efficace à court terme en regard du changement de comportement qu'elle entraînait, elle ne le serait à long terme qu'accompagnée par une juste intégration du pourquoi de ce comportement par les citoyens : la conscientisation passe par la compréhension. Nous allons dans ce point nous intéresser à un versant beaucoup moins rationnel, car beaucoup moins conscient pour nos informateurs, de leur motivation à trier : les bénéfices secondaires que les uns et les autres peuvent tirer de leur (nouveau) comportement, tant au niveau individuel que conjugal ou familial.

Cette analyse repose sur l'hypothèse que les déchets, même lorsqu'ils sont définis comme tels, parlent encore de leurs propriétaires, de leurs goûts et de leurs dégoûts, de leur vie privée, de leurs manières de vivre... Les déchets domestiques peuvent alors servir d'analyseur du travail jamais terminé de reconstitution identitaire. Le travail de construction identitaire est un processus – particulièrement bien décrit par P. Berger et H. Kellner (1988) – par lequel tout individu construit et reconstruit son identité dans ses interactions avec autrui, grâce à l'appui offert d'un côté par des autrui significatifs pour lui et de l'autre par des schèmes de socialisation du monde propres à sa culture. Constitution du chez-soi, du soi, de son couple et de sa famille sont donc intimement liés et seront donc analysés ici simultanément³³. Auparavant, sera brièvement esquissé le cadre culturel de socialisation du monde qui prévaut dans notre société.

³³ Au contraire de ce qui est fait dans F. Bartiaux (2001), publication dont cette section s'inspire largement.

a. Socialisation du monde

« Que l'on soit adepte des pommes de terre faites maison ou dauphines surgelées, il en restera d'un côté des épluchures, de l'autre un papier carton soigneusement décoré » (Filiod, 1999, p.151). Le déchet rappelle par son omniprésence que notre rapport au monde est d'abord celui de la prédation (Descola, 1999, p.128) même si pour admettre cette idée peu flatteuse, « une coupure radicale entre les humains et les non-humains » (*idem*) est instituée. Ce schème de la prédation « constitue un horizon éthique qui orientent les rapports à l'environnement, autant que la conception du lien social ou de l'échange » poursuit Ph. Descola.

Notre rapport au monde est aussi fait de rejets, d'exclusion. Ainsi, après plus d'une heure d'entretien, l'un de nos informateurs avance la proposition suivante, qui suscite la réprobation gênée de sa femme :

Lui : Moi je suis toujours convaincu que ... que tout devrait aller dans le même sac ! Et qu'on devrait en [des ouvriers] mettre trier là par après !
Elle : Oui ? (très très bas) Et ben moi pas ! (gênée)
Lui : Et même de la main d'œuvre...même gratuite, pour faire ça !
Elle : (tout bas) Comment ça ?
Lui : Dans les prisons !
Elle : Offf !!!
Enq : Ah oui ! ?
Lui : Moi, certainement ! (...)
Lui : Ce serait plus ... ce serait plus rentable ! Parce que... Et qu'ils utilisent les... les usines désaffectées et tout ça pour euh... faire le triage (...)

Les ordures ménagères traitées par les prisonniers dans des usines désaffectées... trois types de rebuts produits par notre société sont ainsi rassemblés. D. Lhuillier et Y. Cochin (1999, p. 143 et sq.) soulignent combien « la relation au déchet renvoie à la problématique de l'altérité et de l'exclusion » et comparent les déchets et ceux « qui se sont fait jeter » ou qui sont « tombés dans la déchèterie » (p. 144). Ils font état de certains projets qui prônent « l'utilisation des déchets sociaux dans le procès de ramassage et de traitement de l'ordure »³⁴.

« Donner ou ne pas donner à autrui, mais aussi s'approprier autrui, le protéger ou le produire sont des actions que tous les humains mettent en pratique, au sein de la cellule familiale ou dans des contextes plus élargis, et qui fournissent un registre de combinaisons élémentaires au sein desquelles chaque culture opère un choix en privilégiant tel domaine de relation plutôt que tel autre. » (Descola, 1999, p.127-8). La famille est l'un des premiers groupes où se met en pratique et se transmet cette socialisation du monde, presque tous nos informateurs le perçoivent : « moi, je pense que cela va se faire naturellement. A partir du moment où nous on le fait [le tri des déchets pour les collectes sélectives], je pense qu'elle le fera » dit Nathalie en parlant de son bébé. « L'enfant est là, il n'attend qu'une chose, c'est qu'on lui apprenne » renchérit une grand-mère.

Le cas des jouets est révélateur à cet égard, car ils semblent plus souvent conservés pour la génération suivante que donnés. Laurence est la seule maman que nous ayons rencontrée qui parle d'éducation au don : « J'apprends tout de suite à mes enfants à donner. Parce que je trouve qu'il y a énormément d'enfants qui ne savent pas donner leurs jouets. »

Jeter, faire recycler, vendre, donner, conserver... notre enquête nous montre que « si la famille peut se concevoir comme une école de gestion des objets du quotidien, elle est aussi un lieu

³⁴ D. Lhuillier et Y. Cochin (1999, p. 148) citent ici A. Corbin (1982).

de construction identitaire » (Mons *et al.*, 1999, p. 80) notamment par le type de socialisation du monde qui y est pratiqué. La famille est donc non seulement le lieu où « des milliers de gestes, de comportements composent toute vie ensemble, et engendrent des hommes et des femmes, des petits et des grands qui vont intégrer dans leur identité cette dimension « avec » [les autres membres de la famille puis de la société] » (Singly, 2000, p. 12) mais aussi avec l'environnement.

b. Constitution du chez-soi, constitution de soi

Les travaux de plusieurs anthropologues montrent bien que la constitution d'un chez-soi ou d'un chez-nous – voire l'humanisation ? – passe par une mise à distance spatiale des déchets. De même, on peut se demander si la constitution de soi ne requiert pas la même relégation, le même tri identitaire.

b.1. Constitution du chez-soi

Pour J.-C. Kaufmann (1997, p. 13), la constitution des déchets ménagers en une sectorialité spécifique fut d'une importance énorme dans l'évolution de l'humanité : « l'homme de Neandertal était encore un rustre, vivant entouré des carcasses de son gibier, qu'il repoussait à peine autour de lui. Vers trente mille ans avant notre ère, un saut qualitatif considérable se produisit, une véritable révolution, avec le stockage des détritrus à l'extérieur du logement : l'espace du chez-soi était radicalement séparé de l'ordure. (...) Ce geste produisit vraiment une extension remarquable du système d'ordre et une sophistication de la pensée qui lui était liée. Aux différentes étapes de l'histoire, le principe de la socialisation a toujours consisté à « mettre de l'ordre, à partir d'un point, dans l'univers environnant »³⁵ ».

F. Zonabend (1999, pp. 97- 8) insiste aussi sur la nécessaire mise à distance des déchets pour fonder l'identité : « être mis en rapport avec ces détritrus, que ce soit réellement ou symboliquement, revient à mettre en péril son identité ou celle du groupe auquel on appartient. (...) La pollution qu'engendre le déchet se propage comme une onde de choc dans le corps social qu'elle contamine de proche en proche entraînant, à chaque fois, une déchéance et une rupture d'identité. (...) Se trouvent alors tracées les limites des relations possibles et définie « la bonne distance » entre soi et autrui, conditions élémentaires de l'identité. »

De même, à l'échelle de l'habitation, « la localisation des déchets révèle les espaces déconsidérés » : outre « les espaces fonctionnels et représentatifs (...) existent aussi les « bas » et les « lointains » vers lesquels sont repoussés les biens obsolètes, les rebuts, les déchets : le débarras, la cave, le grenier, le poubelle (...) : ce sont les périphéries et les marges » (J. Gouhier, 1999, p. 80).

Pour les anthropologues, écrivent D. Lhuillier et Y. Cochin (1999, p. 16), « les déchets (...) [c'est] « ce qui n'est plus à sa place » (Knaebel G., 1991). Ils soulignent, avec M. Douglas, que, si la souillure est une offense à l'ordre, « en l'éliminant, nous n'accomplissons pas un geste négatif, au contraire, nous nous efforçons positivement d'organiser notre milieu » (Douglas M., 1992). »

Cette organisation du milieu n'est jamais définitivement acquise, le chaos menace toujours. Ainsi, Marc, enseignant, qui « a trois filles et une femme qui ne rangent pas », raconte :

« Je n'aime pas, moi, le désordre. Donc je ne dis rien, je ne dis rien, je ne dis rien, puis à un moment donné je dis : « Bon, j'en ai assez, je vais trier. Vous avez..., je ne sais pas : une demi-heure », alors

³⁵ Kaufmann cite ici l'ouvrage d'A. Leroi-Gourhan (1965), *Le geste et la parole. La mémoire et les rythmes*, p. 150.

elles savent à ce moment-là que (...) ça urge, hein ! Alors là, on fonce, on fonce et on cache, on va vite mettre dans sa chambre ce qu'on veut garder. Et la tornade passe et... il n'y a plus rien ! » (Marc)

Comme on le verra plus loin, dans d'autres familles, la mise au rebut d'objets familiers n'atteint que rarement cette intensité dramatique même si la séparation n'en est pas toujours plus simple.

b.2. Constitution de soi

Le processus de tri identitaire serait particulièrement à l'œuvre lors du passage de l'adolescence à l'âge adulte, comme le suggère J.-P. Filiod (1999, p. 154) : « cette mise à distance de l'adolescence n'implique donc pas que tous les objets datant de cette période soient mis au rebut. Certains sont parfois conservés, comme témoins, le nombre réduit permettant de se soulager du poids qu'ils représent(ai)ent dans l'itinéraire personnel. »

Quel est donc ce poids ? Le poids, la surcharge proviendraient-ils de tous ces sois virtuels et rêvés pendant l'adolescence, reflétés notamment par les posters ? La jeunesse est « l'âge des choix » (Gokalp, 1981), « l'occasion de décisions majeures dans la reformulation identitaire » (Kaufmann, 1993, p. 70). Et ces choix, en limitant l'éparpillement identitaire, allègent et rendent possible le travail d'unification personnelle. « Nettoyer le passé, c'est s'alléger » écrit en écho une psychologue interrogée, « j'en ai fait l'expérience ».

A d'autres moments-clés de l'existence, comme le mariage ou l'entrée en maison de retraite, le tri des objets jusque là familiers et la sélection d'une partie d'entre eux font partie aussi du rite de passage, tant pour la personne concernée que pour ses proches, comme le montrent bien les travaux d'E. Maunay (1995) et d'I. Mallon (2000). L'enjeu est souvent similaire lors des déménagements (Desjeux *et al.*, 1998).

c. Identité, altérité

P. Tap (1998, p. 65-66) définit l'identité personnelle comme « ce qui permet de rester soi-même et de devenir soi-même, dans une société et une culture données, et en relation avec les autres. » Il distingue six caractéristiques impliquées dans la construction et la dynamique de l'identité : la continuité, la cohérence, l'unicité, la diversité (nous sommes plusieurs personnages en une même personne), la réalisation de soi par l'action et l'estime de soi.

c.1. La continuité identitaire

La *continuité* identitaire renvoie au sentiment de rester soi-même au fil du temps, et l'enjeu est de rester le ou la même, malgré les changements que la vie amène. A ce sujet, une révolution des habitudes domestiques se produisit lorsque la plupart des communes belges ont imposé à leurs habitants de trier leurs déchets. Comme le dit Daniel avec lucidité : « Ils nous ont forcé à le faire, parce que de nous-mêmes, on ne l'aurait pas fait. »

Cependant, nombreux sont nos informateurs qui jugent positivement cette mesure car, disent-ils « c'est pour un bien » ou « c'est pour un mieux ». On peut cependant se demander si cette référence vague à l'environnement n'est pas saisie comme une bouée de sauvetage par les personnes interrogées, qui cherchent avant tout à garder une image cohérente d'elles-mêmes, alors que leurs pratiques domestiques ont radicalement changé, passant du « tout à la poubelle » au tri des déchets ménagers. L'exigence de continuité identitaire requiert donc des aménagements mentaux, des occultations ou des mises en évidence. Ainsi plusieurs personnes ont établi une continuité entre leurs (nouveaux) comportements de tri de leurs déchets ménagers et leur habitude bien ancrée (« depuis toujours ») de ne pas jeter de papier dans les

lieux publics, sans se demander pourquoi elles n'avaient jamais établi ce lien avant la nouvelle politique de tri.

Cependant, la mise en œuvre du tri est difficile, surtout au début, puisqu'il implique un retour sur soi. J.-C. Kaufmann le dit bien (1997, p. 32), « le rangement des choses familières renvoie à un tri identitaire, qui explique son poids mental ». Plus difficile encore que le rangement est le tri lorsqu'il implique de se séparer d'objets ou de vêtements qui ont contribué à construire le soi pendant un temps. Diverses tactiques ont été mises en évidence par F. Bartiaux *et al.* (1999), comme se séparer vite et bien (selon ses critères) et s'éviter ainsi tout retour en arrière, tenter de se justifier ses hésitations et autres retards dans la séparation d'objets chers en se construisant un scénario improbable (« cela pourra peut-être encore servir un jour... », pour soi ou pour un membre de la famille), ou au contraire, s'empêcher tout regret « sentimental », selon l'expression de Corinne, lorsqu'il s'agit de trier et de jeter.

La continuité identitaire requiert aussi une certaine dose de solitude, comme le souligne C. Dubar (2000, pp. 87-8) : « l'identité narrative, contrairement au « soi intime » uniquement réflexif, ne peut se contenter de la conversation, de la connivence et du partage de « valeurs communes ». Elle a besoin de *solitude*, d'élaboration personnelle et de « récupération de soi », au-delà des rôles parentaux et des interactions amoureuses (...). » Lorsqu'elles parlent du tri des vêtements, de nombreuses informatrices (puisque cette tâche revient souvent aux femmes) mentionnent ou sous-entendent qu'elles sont seules pour ce faire, et plusieurs informateurs notent aussi qu'ils sont seuls pour ranger qui son bureau, qui son garage. D. Desjeux *et al.* (1998, p. 82) notent aussi que « le tri des affaires reste souvent une tâche relativement personnelle, puisqu'il est difficile de déléguer les arbitrages. »

c.2. La cohérence identitaire

La *cohérence* identitaire, « c'est la représentation plus ou moins structurée, plus ou moins stable, que j'ai de moi-même et que les autres se font de moi » (Tap, 1998, p. 65). Elle requiert donc une harmonisation des pratiques et des motivations – afin d'éviter les dissonances cognitives – ou une harmonisation des pratiques dans les différents lieux de vie investis. Cette dernière situation est parfois vécue par des étudiants : ainsi, durant la semaine, Sabine vit en appartement avec un de ses frères dans la ville où ils poursuivent leurs études ; ils partagent les tâches ménagères et trient leurs déchets comme chez leurs parents ; en l'absence de collectes sélectives des déchets dans les quartiers des étudiants, une situation qu'ils regrettent, ils ramènent ce sac « à la maison » pour l'ajouter aux autres sacs mis au recyclage. Sabine et son frère ont donc « bricolé » une solution pour sauvegarder la cohérence entre leurs deux lieux de vie.

L'exigence de cohérence identitaire est aussi présente chez les personnes plus « sédentaires » qui vivent quasiment toujours au même endroit, soit la majorité des couples et des familles que nous avons rencontrés. L'unification identitaire et la stabilisation de soi ne sont donc jamais définitives, leur mise en œuvre est continue durant l'existence. Les proches sont donc souvent sollicités pour ce faire, et plusieurs tactiques de composition conjugale ont été mises à jour par F. Bartiaux *et al.* (1999) : reconnaître les différences et les équilibrer, ou au contraire entretenir les complémentarités entre les conjoints.

Il ressort de nos entretiens à ce sujet que sortir les poubelles est une tâche masculine, cela semble une évidence dans tous les milieux et toutes les générations. Certaines femmes sont prêtes à déroger à ce principe, d'autres, non, car ce faisant, elles auraient l'impression de remettre en cause une part de leur identité féminine. De la même façon, les quelques pères qui, après avoir changé leur bébé, sont rebutés par la manipulation et la mise à la poubelle de

la couche-culotte ne veulent pas accomplir des gestes qui leur semblent trop féminins et qui menaceraient leur identité masculine. La complémentarité des conjoints requiert aussi que chacun se conforme à son identité sexuelle, même si la définition de ces identités varie suivant les générations et les milieux.

Le conjoint a donc aussi pour rôle de révéler la part de soi que l'on ne veut pas être, en plus de sa « fonction de valider l'identité [des] proches en les aidant à révéler toutes leurs ressources cachées », cette dernière fonction ayant bien été mise en évidence par F. de Singly (1996, p. 60). Faire de l'autre le « rebut du moi » pour se dissimuler quelque aspect peu valorisant semble donc une tactique de composition conjugale. Ainsi, puisque trier est parfois si difficile, pourquoi, se disent certains, des hommes surtout, ne pas laisser la femme faire pour son mari ce travail de tri identitaire ? Ainsi, Luc va même jusqu'à demander implicitement à sa femme de faire ce tri tellement discrètement qu'il ne s'en aperçoive pas (« tant mieux alors ») : c'est le tri sans douleur !

Elle : Non. Pour les vêtements, mon mari ne s'occupe pas...

Enq. : Même quand c'est des... pulls... à lui ?

Lui : Hum. Si.

Elle : (elle s'écrie) Aaah, ça... ça m'énerve, ça ! Parce que (imite Luc) « Non ! Il ne faut pas les jeter, je les mettrai pour aller dans le jardin ! » Pour faire des... des saletés euh... peindre, c'est n'importe quoi !

Lui : Si ! Si elle prend des trucs à moi, j'aime bien qu'elle demande comment... (...)

Elle : Ou pour euh... pour faire le grenier ou quoi, et alors non et euh... Et ainsi. Mais alors je ne dis rien, hein... : un jour, elles ne sont plus là ! ... Et je ne sais même pas s'il l'a vu ! Ouh ! (elle rit) Parce que ça, je... Oui, mais alors il faut pousser les murs, alors, hein... Pour les... vêtements ! (...)

Elle : Eh bien, l'an passé, je ne sais même pas si tu l'as vu, hein ? !

Lui : Eh bien tant mieux, alors ! (Anita et Luc)

c.3. L'unicité

L'unicité du soi, c'est le fait d'être unique, singulier, tandis que la continuité et la cohérence identitaires renvoient à l'idée d'unité et au processus d'unification.

Cependant, cette unicité est paradoxale, comme le soulignent plusieurs auteurs. Selon V. de Gaulejac (1996, p. 81), « le terme d'identité contient une contradiction puisqu'il signifie à la fois ce qui est semblable, identique (*idem*) et ce qui est différent, ce qui singularise. Cette dynamique contradictoire est au cœur des processus identitaires. L'individu se définit toujours et de façon indissociable par rapport aux autres et par rapport à lui-même. Il a besoin d'appartenir à un ensemble, une famille, un groupe, une classe, un peuple... et d'être reconnu comme membre particulier de sa communauté d'appartenance. Le besoin d'identification et le besoin de différenciation sont opposés et complémentaires. Cette dialectique existentielle lui permet de s'affirmer comme sujet unique, singulier, « à nul autre pareil », et pourtant semblable à tous les siens. »

Que le motif en soit une volonté de différenciation ou un besoin d'appartenance, l'unicité s'inscrit dans l'espace et renvoie à la constitution du chez-soi et de soi évoquée plus haut : trier – et ses corollaires, jeter, donner, faire recycler, etc. – implique une réappropriation de son espace de vie, et également, une réappropriation de sa vie. Ainsi, le « j'en ai assez, je vais trier » de Marc, qui revendique sa différence face à ses « trois filles et une femme qui ne rangent pas » (voir ci-dessus), croise les souvenirs du protagoniste d'un roman de C. Oster (2001, p. 8) qui se rappelle sa ressemblance avec la femme qui l'a quitté il y a six mois : « On détestait passer l'aspirateur, tous les deux. On s'aimait ».

Mais pour d'autres, la revendication de leur singularité passe par l'abondance de traces, voire par l'annexion des espaces communs : « le déchet, s'il est un « marqueur » de territoire,

devient [lorsqu'il est « sauvage »] un « agent de violation » pour reprendre la terminologie de Erving Goffman, d'un territoire qui est le sien, que l'on a pu faire sien, jusqu'au territoire annexe, puis public, (...) le déchet peut révéler des formules de revendication d'une territorialité » (Harpert, 1998, p. 281). Les exemples ne sont pas rares dans nos entretiens de territoires marqués par des papiers ou des objets à trier, ou des matériaux divers « qui serviront peut-être un jour » ; quelques prises de pouvoir discrètes (à moins que ce ne soient des appels à l'aide inexprimés ?) s'expriment par des emplacements jugés incongrus : piles de linge trié à donner dans la chambre conjugale, cartons personnels à vider dans l'entrée ou dans un couloir, ...

c.4. La diversité identitaire

La diversité identitaire fait référence au fait que nous sommes tous plusieurs « personnages » qu'il s'agit de faire coexister. Le cas des femmes actives et mères de famille illustre bien notre propos et montre encore combien les transactions familiales et les compromis identitaires personnels sont imbriqués. Pour les mères, les vêtements des enfants contribuent sans doute à esquisser quelque trait de leur propre identité de mère, et les enjeux du tri sont donc importants. Ainsi, chez Agnès, au tempérament fort conservateur, la dimension maternelle l'emporte sur le rôle d'amie :

« ça fait euh... un mois que je chipote pour trier, pour donner des vêtements à une copine. Mais j'ai vraiment envie de lui faire plaisir, et en même temps je me dis : « Peut-être qu'elles le mettraient euh... encore une fois ou l'autre, les filles, et... » c'est vraiment... très difficile. » (Agnès)

Notre enquête nous a aussi fait rencontrer quelques jeunes pères, heureux de passer un moment de complicité avec leur bébé au moment du change ; cependant ils « laissent traîner » la couche-culotte, laissée là où s'arrête leur compromis identitaire : pères, oui, « ménagers » (ou puériculteurs ?), non !

c.5. La réalisation de soi par l'action

Léa, étudiante, résume bien la réaction de toutes les personnes que nous avons interrogées et à qui nous avons demandé si la gestion de leurs déchets domestiques pouvaient être une source de satisfaction ou de plaisir ? La question provoque surprise et dénégation, puis souvent une réponse positive :

« C'est une habitude, pas un plaisir. Sauf peut-être le plaisir de faire quelque chose de bien, et de faire de la place dans le garage, pour mieux recommencer. »

La réalisation de soi par l'action de trier, ranger, jeter, donner renvoie à la constitution du soi et du chez-soi évoquée plus haut. « Une fois la décision prise, une fois effectué le rangement de ces objets qui débordent notre identité, en ressort un sentiment de grande satisfaction : les gestes ont enfin pu effectuer ce que le mental reportait toujours à demain, et ce dernier s'en trouve allégé » (Mons *et al.*, 1999, p. 28). C'est une victoire sur soi-même, comme les extraits suivants le montrent :

« J'ai appris [après un déménagement] à bien aimer jeter. Là j'ai fait des progrès ! Ou donner, enfin mais... disons : me délivrer. » (Nadine)

« Il faut du courage pour s'y mettre, mais ça fait plaisir quand c'est fini ! » (Christian)

« Je tenais tout ! On ne sait jamais, ça peut servir ! (...) Non, c'est fini, ça. J'ai eu ce temps-là, maintenant c'est fini. » (Raoul)

Le rôle prépondérant de la femme dans la gestion des déchets domestiques, qu'il s'agisse de jeter, trier, donner ou conserver, ressort de nombreux entretiens. Ce rôle semble faire partie des prérogatives de la maîtresse de maison, à moins que la difficulté de la tâche – qui

accumule les poids de la gestion mentale et des enjeux identitaires – n'en fasse une tâche féminine, probablement à la satisfaction du plus grand nombre. Ainsi, Charlotte se dit fière d'aller avec son copain porter à la bulle leur verre à recycler alors qu'au « départ, il ne prêtait guère d'attention au tri des déchets ménagers ».

Chez Tom et Anne, un couple d'étudiants, c'est Anne aussi qui parvient à imposer son idée de la gestion des déchets, le 'tout-à-la-poubelle' : « il amasse, il amasse, eh bien, moi je vide. » Tom voudrait trier, il « essaye de pousser un petit peu » Anne à le faire : ses parents à lui sont sensibilisés au tri des déchets et le font régulièrement (« j'ai eu une éducation où on montre ça »), au contraire d'Anne (« chez moi, on ne triait pas du tout »). Mais Tom ne veut pas en faire davantage, Anne non plus, et ils ne changeront que si le prix du sac poubelle augmente nettement. Plus loin, elle détaille ses gestes :

« Il ne le voit pas souvent [que je ne sépare pas les déchets] parce qu'en fait, je sais très bien qu'il va trier et comme je sais que s'il trie, il va laisser traîner, ça va m'énerver alors je vais le cacher [dans la poubelle] ».

c.6. L'estime de soi

« L'individu aspire à une valorisation de sa personne, mais cette validation ne peut exister sans une reconnaissance sociale » (Burnay, 2000, p. 36). Estime de soi, reconnaissance sociale et intégration sociale apparaissent donc liées : « l'intégration symbolique des individus s'exprime par leur reconnaissance sociale, c'est-à-dire par la reconnaissance de la place qu'ils occupent au sein de ce système. Elle s'exprime aussi par l'adhésion à des normes collectives, à un projet social partagé qui permette de se projeter dans l'avenir » (Gaulejac *et al.*, 1994, p. 94).

Silvia, d'origine espagnole et immigrée à Bruxelles, participe volontairement au programme de collectes sélectives des déchets ménagers, contrairement à beaucoup de ses voisins ; sa participation a des accents de stratégie d'intégration dans sa ville d'adoption, à l'avenir de laquelle elle entend contribuer :

« Je sens ici – et surtout ici on est en ville – la pollution, le bruit... Enfin, on est stressé par tout, on est agressé. Mais si on est agressé par tout, je dis qu'il faut que chacun y mette un petit peu du sien parce que sinon, ... si tout le monde s'en fout, c'est invivable. » (Silvia)

A contrario, Marie-France et Luis, un jeune couple franco-brésilien, ne vivent en Belgique que pour quelques années :

« Faut pas exagérer. On nous demande de faire quelque chose et en plus, c'est obligatoire. Bon, rien que pour le principe déjà, même sans savoir ce que c'est, je suis contre. Après, je pense. Mais par principe déjà, je suis contre. » (Marie-France)

Et plus loin, elle revendique sa singularité :

« Je suis sûre qu'il y a plein de gens qui trient sans même savoir pourquoi. C'est stupide ! Moi je ne trie pas mais je sais pourquoi ! » (Marie-France)

Garder une image positive de soi et continuer à se sentir valorisé(e) socialement peuvent requérir une adaptation rapide et sans faille à de nouvelles normes, afin de maintenir sa position sociale, sa distinction. La nouvelle politique de tri des déchets ménagers a eu ce genre d'effets : ainsi, une épicière veut se montrer bonne élève et se différencier des gens qui jettent leurs déchets n'importe où, y compris devant son magasin. Une chercheuse à l'Université ne triait pas ses déchets ménagers avant le changement de politique mais le fait parfaitement depuis lors : « tant qu'à faire, autant le faire bien ! »

Maintenir l'estime de soi et le confort identitaire du couple ou de la famille nécessite parfois de sauvegarder le couple ou la famille de disputes inutiles. Feindre d'ignorer des déchets qui

traînent au lieu d'être jetés, et ne pas s'en fâcher permet de protéger tout le monde, y compris celui ou celle qui ferme les yeux. Comme E. Goffman (1974, p. 10) le souligne : « une personne (...) agit dans deux directions : elle défend sa face, et, d'autre part, elle protège la face des autres. Certaines pratiques sont d'abord défensives, et d'autres d'abord protectrices, mais, en général, ces deux points de vue sont présents en même temps ». L'extrait suivant illustre bien cette idée. Christine est agacée en silence et depuis longtemps par la vue des rouleaux vides de papier hygiénique que ni ses filles, ni son mari, ne daignent mettre à la poubelle ; elle ne s'en est jamais plainte. Ce n'est qu'après de multiples relances qu'elle raconte cet 'incident' qui ne s'est jamais produit, pour s'expliquer ensuite, à la demande de l'enquêtrice et de son mari, sur le fait qu'elle n'en aie jamais parlé :

Elle : Il me semble que je fais déjà des remarques pour certaines choses... qui ne sont déjà pas toujours euh... peut-être agréables pour les autres d'entendre, alors bon, eh bien pour un truc de rouleau de papier WC, vous vous dites euh : « Je vais quand même pas encore en rajouter », quoi ! Il me semble que j'en rajouterais un peu trop, alors ! (rigole) (...)

Enq. : Donc vous les épargnez

Elle : Oui, peut-être (...) (rigole) ou... ou je m'épargne moi ! Aussi... (Christine)

Cette situation est proche du mode de fonctionnement conjugal vu plus haut : ici, père et filles assignent implicitement à la mère cette tâche jugée dégradante et incompatible avec l'image d'eux-mêmes qu'ils revendiquent chacun « par et pour soi-même » (Dubar, 1998, p. 136). Si l'on suit C. Harpet (1998, p.282) pour qui « le déchet est le substitut matériel de l'injure non proférée », le ressentiment de Christine est plus clair et on comprend que son silence la défende et protège les siens...

Tout comme la société dans son ensemble, le couple et la famille se construisent aussi par des injonctions silencieuses adressées à autrui pour qu'il ou elle accomplisse l'une ou l'autre tâche jugée «déchéante ». La gestion des déchets domestiques recèle mille et une tâches jugées rebutantes, voire immondes. Pourtant, la séparation entre le soi et l'ordure participent à la constitution du soi et à son inscription territoriale spécifique. Il en est de même pour la formation et la stabilisation du nous.

5. Les obstacles

La thématique des obstacles est examinée par le biais des deux questions suivantes. La question : ‘laquelle des descriptions suivantes convient le mieux à votre situation : les bulles pour le verre et le plastique se trouvent près de chez moi, le parc à conteneurs se trouve tout près de chez moi, on relève fréquemment les déchets triés près de chez moi, j’ai trop peu d’espace chez moi pour trier les déchets et je suis quelqu’un de bien organisé.

Laquelle des descriptions suivantes convient le mieux à votre situation ?					
	Pas du tout				Tout à fait
les bulles pour le verre et le plastique se trouvent près de chez moi	1	2	3	4	5
le parc à conteneurs se trouve tout près de chez moi	1	2	3	4	5
on relève fréquemment les déchets triés près de chez moi	1	2	3	4	5
j’ai trop peu d’espace chez moi pour trier les déchets	1	2	3	4	5
je suis quelqu’un de bien organisé	1	2	3	4	5

L’autre question est la suivante: ‘ parmi les facteurs suivants, lesquels facilitent ou compliquent le recyclage de vos déchets ménagers : la proximité des bulles, la proximité d’un parc à conteneurs, le ramassage fréquent des déchets triés, le manque d’espace et le fait qu’on doive s’organiser. Les données brutes se trouvent dans l’annexe 15.

Parmi les facteurs suivants, lesquels facilitent ou compliquent le recyclage de vos déchets ménagers?					
	compliquent				facilitent
La proximité des bulles	1	2	3	4	5
La proximité d’un parc à conteneurs	1	2	3	4	5
Le ramassage fréquent des déchets triés	1	2	3	4	5
Le manque d’espace	1	2	3	4	5
Le fait que l’on doive s’organiser	1	2	3	4	5

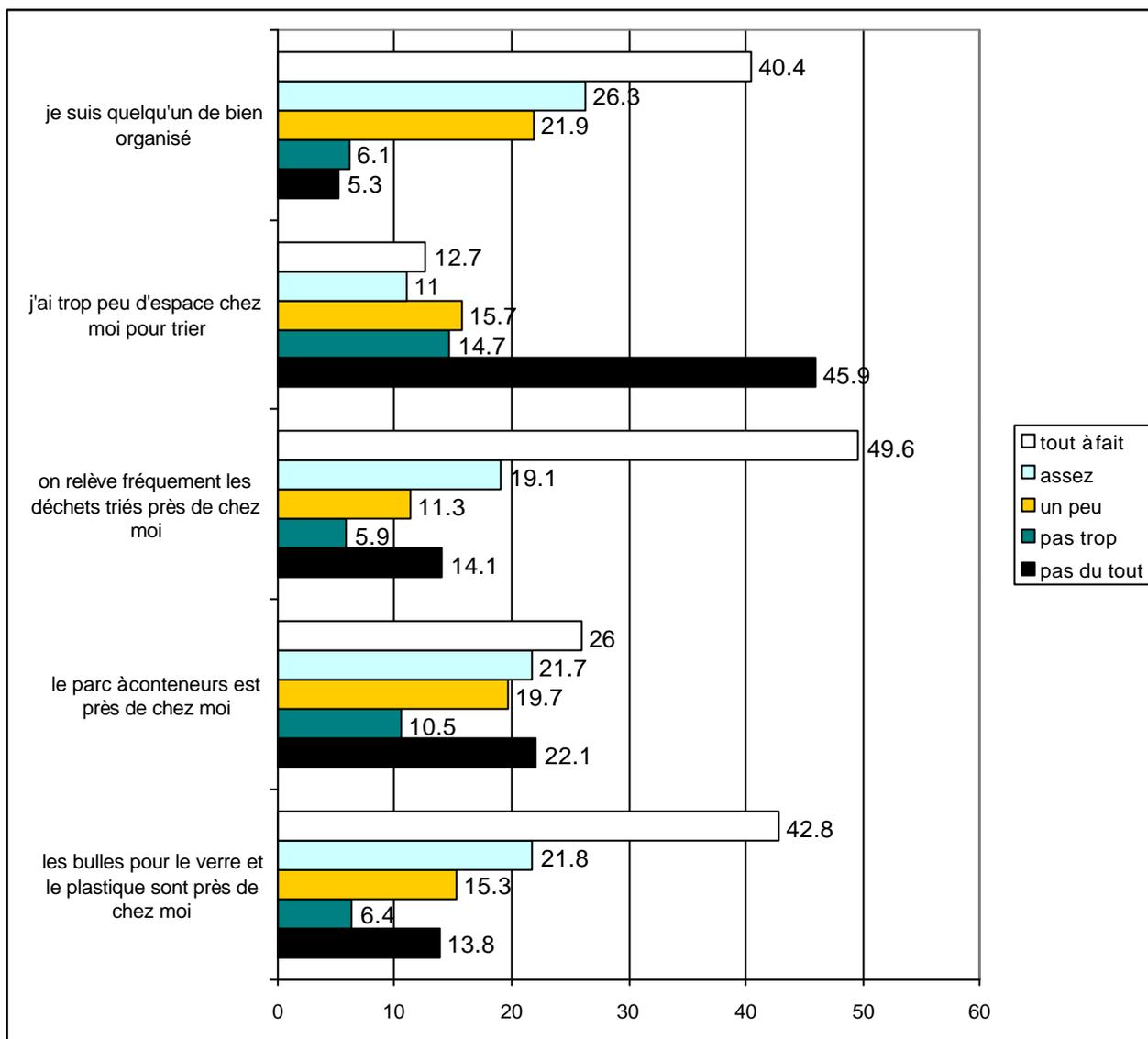


Figure 2.24 : Laquelle des descriptions suivantes convient le mieux à votre situation ? (PSBH 1998, tous les répondants)

On observe que 64,6 % des répondants affirment que les bulles sont près de chez eux, 47,7 % trouvent un parc à conteneur près de chez eux, 68,7 % disent que les déchets sont fréquemment relevés, 60,6 % affirment qu'ils ont assez de place chez eux pour trier et 66,7 % estiment qu'ils sont bien organisés.

Notons que les 2 facteurs qui facilitent tout à fait le recyclage des déchets ménagers sont le ramassage fréquent des déchets triés pour 56 % des répondants et la proximité des bulles pour le verre et le plastique pour 45,5 %. Le fait que l'on doive s'organiser ne facilite ni ne complique le recyclage des déchets ménagers pour 39,4 % des individus. Le manque d'espace est vu comme quelque chose qui complique le recyclage des déchets ménagers par 26,3 % des individus.

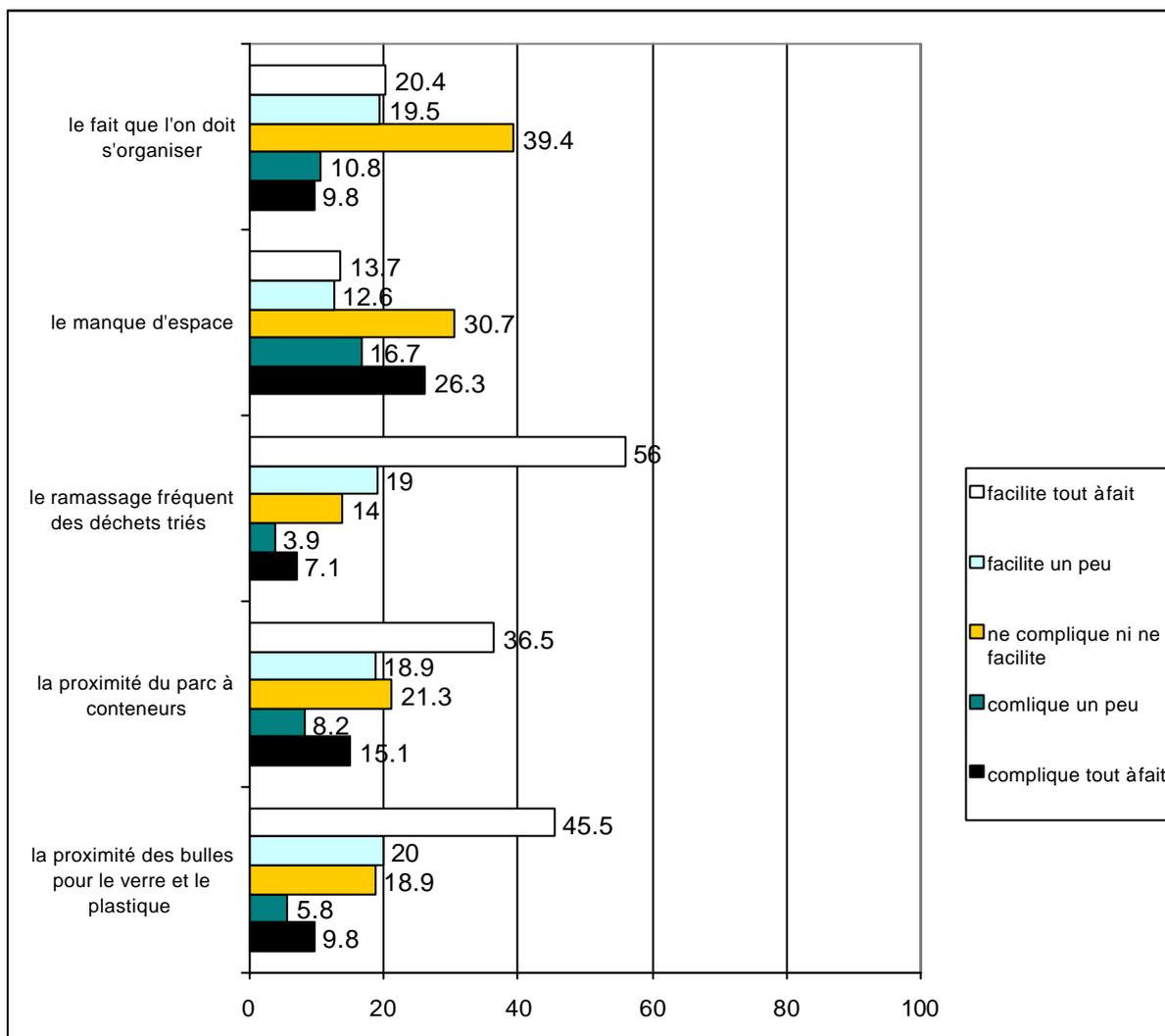


Figure 2.25 : Parmi les facteurs suivants, lesquels facilitent ou compliquent le recyclage de vos déchets ménagers ? (PSBH 1998, tous les répondants)

Afin, d'obtenir une estimation des opinions relatives au contrôle perçu vis-à-vis des obstacles, nous avons recodé l'échelle qui va de l'option 1 à 5 par une échelle qui va de l'option -2 à 2. Ensuite, nous avons pris la moyenne des produits des scores entre les indicateurs des 2 questions sur les obstacles au recyclage. Nous obtenons une thématique composée d'indicateurs qui sont évalués sur une échelle allant de l'option -4 (pas du tout) à l'option 4 (tout à fait). Par exemple, un individu qui dit que le parc à conteneur est près de chez lui reçoit le score +2 et s'il dit que la proximité du parc à conteneur complique son recyclage, il reçoit -2. Il obtient ainsi un score final de -4. Si nous regroupons les scores négatifs d'une part et les scores positifs d'autre part, nous obtenons le tableau suivant.

	Peu de contrôle		Beaucoup de contrôle
Bulles	10.3	27.2	62.5
Parc à conteneur	12.7	32.3	55
Ramassage	10.1	20.9	69.1
Espace	32.5	38.6	28.9
tre organisé	12.5	49.1	38.4

Tableau 2.11 : Scores des obstacles

On peut penser que les gens qui ont beaucoup de contrôle sont ceux qui, par exemple, disent qu'ils ont de l'espace chez eux pour recycler et que le fait de disposer d'espace chez soi facilite le recyclage ou encore qu'ils n'ont pas d'espace pour recycler et que l'espace complique en fait le recyclage. On note que les répondants disent que les bulles, les parcs à conteneur et le ramassage des déchets ne sont pas pour eux des obstacles.

Les gens qui ont peu de contrôle sont ceux qui par exemple disent qu'il y a des bulles près de chez eux et que la proximité des bulles complique le recyclage ou encore que les bulles sont loin et que la proximité des bulles facilite le recyclage.

On remarque que l'espace et le besoin de s'organiser sont deux aspects qui sont plutôt vus comme des obstacles. On peut se réjouir de voir que les individus ressentent un contrôle relativement important pour ce qui est des autres aspects.

5. 1. Les problèmes logistiques

a. La place et les odeurs : la logistique interne

a.1. Trier : un problème de place ?

« Ça prend de la place » (Nathalie) « Ça prend beaucoup de place » (Fatima). En tant qu'obstacle, le problème de la place fut le plus fréquent à être cité en réponse à notre première question, qui laissait le champ libre à toute remarque en rapport avec les poubelles. (« D'une manière générale, qu'est-ce que vous avez à me dire à propos de vos poubelles ? »)

« Euh, et bien, beaucoup trop de poubelles, pas, pas assez éliminées, disons euh, ça prend beaucoup de place déjà, et euh... il n'y a pas assez de gens qui viennent prendre assez souvent. Enfin je trouve, et ça pue. » (Fatima)

Le manque de place et les odeurs dégagées venaient en tête de liste, tant d'ailleurs auprès de nos informateurs trieurs qu'auprès des non-trieurs, la différence entre les deux catégories se situant alors en terme d'énonciation d'une source de motivation supplémentaire pour dépasser ces problèmes logistiques (par exemple la satisfaction d'agir pour un mieux, thème abordé précédemment). Ainsi Marie-France, qui ne trie pas :

E : Si on vous demandait de trier, c'est...

Elle : Et bien, il faudrait avoir de la place. Moi je n'ai pas de place... pour faire le tri de deux ou trois sacs-poubelles différents dans ma cuisine. Je n'ai pas la place pour ça. Si j'avais des facilités, je le ferais certainement. (Marie-France)

Le prétexte peut sembler simpliste. Il est pourtant d'une force remarquable, tant il est bien ancré dans nos convictions profondes. Ainsi le regard que pose Catherine sur ceux qui n'ont pas la place de trier est-il plein de compréhension : bien qu'elle trie ses déchets, elle sait ce que c'est que de vivre en appartement :

« Mais je me dis, je voyais une brave dame, une vieille dame qu'on interviewait : elle a un petit appartement, mais minuscule, sa cuisine, c'est vraiment un petit couloir, un réduit : où peut-elle stocker tout ça ? Même si elle est sensibilisée au problème de la destruction des déchets et du triage, elle est confrontée à un autre problème aussi, c'est de stocker ça chez elle et d'accepter tous les désagréments : quand tu as des enfants... Bon, ici, c'était une vieille dame, mais ça arrive à des jeunes couples qui vivent dans des endroits complètement exigus. Je crois que les gens sont profondément sensibilisés à ce problème, en tout cas du triage ; on voit les bilans chaque année... Ça marche bien. Mais il reste encore un pas à faire pour essayer d'améliorer l'état des conditions : dans les appartements, mettre au rez-de-chaussée une pièce libre pour des salles: un endroit où l'on peut stocker pendant la semaine des déchets. Chez nous, ça ne pose pas encore trop de problème, par rapport à ce qu'on voit dans certaines habitations, l'appartement est pas mal. Mais pour certaines personnes, ça ne m'étonne pas que ça pose problème. A la limite, quand tu as tes déchets tout prêts dans un seul sac, tu descends l'escalier et tu le déposes dehors et tu t'en fous, quoi ; même si ce n'est pas une attitude que j'approuve, je la comprends. » (Catherine)

Habitant elle-même en appartement, mais triant ses déchets, Catherine met ici ses talents de compréhension en avant : tout en se démarquant de ce comportement (elle, elle trie), elle trahit une certaine sympathie pour l'argument du manque de place : elle « *comprend* ». Au-delà du fait que cette différence puisse être un moyen de se distinguer (*Chez nous, l'appartement est pas mal* »), le fond du problème est quand même bien réel : en ville, dans un petit appartement, il faut avoir une source de motivation bien profonde pour vouloir trier ses déchets alors qu'on n'y est pas obligé, « *même si on est sensibilisé au problème* ». La place est un « *luxé* » qui fait souvent défaut. « *Ça, je reconnais, c'est un luxe d'avoir beaucoup d'espace* » (Nadine). Un luxe dont ne peuvent pas se vanter de posséder Christian et Françoise :

E : *Justement, les histoires de sacs, comment ça se passe concrètement, je ne sais pas si c'est dans la cuisine... Comment se répartit tout ça ?*

Elle : De façon problématique ! (rigole)

Lui : On n'est pas très sélectif. On doit vraiment faire des progrès de ce côté-là.

Elle : On a des poussées d'efforts de sélectivité, et puis... Finalement, il n'y a que pour le papier que moi, j'arrive aussi à le faire : le papier, les bottins, les journaux... A la campagne, les enfants le font systématiquement : les boîtes en plastique, les canettes... Ici, le problème c'est que les jours des poubelles sont différents, donc il faut penser mettre la poubelle jaune et bleue tel jour, la grise un autre jour, et donc du coup, il faut que tu apprennes... Une fois, ma poubelle jaune est restée dehors, toute imbibée d'eau, alors voilà, je n'ai plus envie d'y aller, et on n'en parle plus. Et puis alors un mois après, on a à nouveau une espèce de repentir, on se dit qu'on est des mauvais écologistes, et alors on recommence. Donc, on est très mal organisé. Il y a des familles où il y a des bacs à la maison : le bac-ci, le bac-ça... Mais moi ça me fait horreur dans ma maison d'avoir comme ça mes poubelles qui seraient...

Lui : Notre cuisine n'est pas conçue pour avoir des compartiments spéciaux pour les poubelles...

(Françoise et Christian)

Autres temps, autres mœurs. Petit à petit, il faudra faire entrer l'idée de comportements responsables dans tous les aspects du quotidien, y compris durant l'élaboration des plans d'une maison. Parallèlement à ça, des solutions peuvent cependant être mises en œuvre pour faciliter le tri au-delà de la place supplémentaire qu'il nécessite. L'on peut alors voir apparaître des stratégies de facilitation au tri, telle l'utilisation de **petits** sacs-poubelles :

Lui : Il faut avoir une petite poubelle hein, pour trier ! Ça c'est obligatoire ! (rigole)

E : *Il faut une petite poubelle pour trier ?*

Lui : Oui parce que si vous mettez deux bouteilles en plastiques, elle est pleine !

E : *Donc il ne faut pas une petite poubelle !*

Lui : Si si ! Comme ça on fait l'effort de ne pas mettre dans la poubelle destinée au ramassage hebdomadaire des choses qu'on pourrait recycler. Qui sont en général des choses encombrantes : les bouteilles en plastique, les canettes, les journaux et compagnie.

E : *Ah : d'avoir une petite poubelle commune, vous voulez dire.*

Lui : C'est ça. Donc dedans je mets en général les sacs GB, Delhaize ou n'importe quoi...

Elle : C'est pour ça qu'il y a rarement d'erreur, ici. Parce que comme c'est une toute petite ça se voit tout de suite, en fait. (Laurence et Yves)

La solution du petit sac est également reprise par Michèle et Edgar, qui y ajoutent une notion supplémentaire : des zones de pré-stockage qui, loin d'annihiler la notion du besoin d'espace supplémentaire que nécessite le tri, laissent à ses initiateurs la possibilité de se faciliter la vie (ou de le croire, ce qui revient à une facilitation psychologique).

- Elle : Mais, je crois qu'il y a quand même un problème de grandeur de poubelles dans les cuisines : elles sont vite pleines, mais en même temps si on garde des sacs plus grands ça sent vite mauvais donc on a quand même intérêt à fonctionner avec des petits sacs, quoi !
- Lui : Ah : des sacs intermédiaires ?
- Elle : C'est vrai qu'un peu par récupération, j'emploie les sacs de Delhaize, mais c'est vite plein ! Donc si on va commencer à mettre là-dedans des cartons ou des choses, ça va **tout de suite** être plein ! Ça n'ira pas ! Donc il faut des petits déchets dans la cuisine. Il faut des petits déchets !
- Lui : Non, le seul truc c'est la cuisine de plain-pied avec un garage et passer bêtement de la cuisine au garage où tu ouvres tes sacs avec des présentoirs, enfin : des supports déterminés. Ça c'est la seule manière qui ira vite et qui te... Parce qu'à mon avis on perd du temps, hein dans ce système de stockage intermédiaire où on met tout...
- Elle : Ça c'est parce que... Mais non parce que ça va vite pour moi d'aller foutre une bouteille n'importe où dans mon garage, hein ! Tandis que si je dois marcher dessus,... Oui ! Mais ça c'est notre désordre, aussi en même temps, hein !
- Lui : Oui. Ça ne favorise pas l'ordre, il faut le dire.
- E : *Qu'est-ce qui ne favorise pas l'ordre ?*
- Lui : Le fait de devoir trier et que ce tri encombre un certain emplacement au-delà de l'emplacement définitif qui lui sera donné, c'est-à-dire le sac. (Michèle et Edgar)

Maintenant qu'Edgar y réfléchit à deux fois, il réalise que « *Ça ne favorise pas l'ordre* ». Mais là n'est pas le plus important. Cet extrait illustre parfaitement bien ce qui a été décrit plus haut en terme de bénéfice identitaire. Loin de leur simplifier la vie, ce système leur permet non seulement de garder une cuisine libre de tout sac-poubelle supplémentaire, mais en plus (et surtout !) leur permet de valider leur appartenance à un même système de normes : « *Oui ! Mais ça c'est notre désordre aussi, en même temps, hein !* ». Plus qu'un argument raisonné, ce dernier tient lieu de référence commune à un même facteur identitaire : leur (dés)ordre.

a.2. Trier : un problème d'odeur ?

Si l'argent n'a pas d'odeur, on ne peut pas en dire autant de certaines poubelles sélectives, dont le ramassage moins régulier que les poubelles communes laissent parfois à certains déchets le temps de dégager des relents bien rebutants.

- E : *Et pourquoi est-ce que vous ne mettez pas les poubelles qui sont dans le "kotche"(débarras) là-dehors, dans le garage ? C'est juste une question d'odeurs ?*
- Lui : C'est juste une question d'odeurs.
- Elle : Parce qu'il n'y a pas de place à lui) Et de place !
- Lui : Et alors, de placE : on a un petit garage. C'est un petit garage. On a déjà tellement de choses dans le garage... (rigole) Euh... Je bricole assez bien, donc il y a déjà un établi, il y a plein...
- Elle : Y'a la voiture qui doit rentrer, y'a la machine à lessiver, y'a la chaudière...
- Lui : (en même temps) ... Y'a la voiture, y'a la machine à lessiver et tout, donc c'n'est pas très grand. Et ce qu'on stocke pour le samedi, ça ne prend pas beaucoup... C'est dans un coin où ça ne gêne pas. Hein? (regarde Christine) c'est près de la porte euh... Donc là, il n'y a pas de problème.
- Elle : Si on avait un très grand garage, il suffirait...
- Lui : Oui : peut-être qu'on les mettrait dedans, mais encore une fois : il suffit qu'un sac soit percé pour que ce soit intenable, alors... En fin de compte, je crois qu'on le mettrait quand même dans la cabane. (Christine et Daniel)

Christine et Daniel ont des chats, et bien qu'habitant à la campagne, ils ne pourraient imaginer utiliser leur garage comme lieu d'entrepôt des boîtes vides de nourriture pour chat, tant l'odeur qu'elles dégagent au bout de quelques jours est répugnante. Le luxe de l'espace dont il était question plus haut n'est donc pas le seul à devoir être pris en compte en terme de difficulté logistique pour le citoyen : bien que possédant un garage et habitant à la campagne

(où les ramassages sélectifs se font généralement tous les quinze jours, au contraire des villes où il est souvent hebdomadaire), Daniel aurait du mal à supporter l'odeur de la poubelle bleue qui serait en attente dans le garage. Dans la société aseptisée et parfumée qu'est la nôtre, le moindre contretemps dans le ramassage ou peut alors vite faire office de catastrophe.

- Lui : Un sac oublié, c'est un sac qui reste ! Qui pue encore une semaine ici ! Non : c'n'est pas...
E : *Et qu'est-ce qui vous dérange ? C'est le fait que ça sente mauvais ?*
Lui : Et bien, oui ! Comme ça, on ne le sent pas, mais si on a le malheur d'ouvrir le sac et bien... ça pue !
Elle : Oui. Ce qui pue, c'est les bleus, hein ! Parce qu'on a un chat ! Et alors, les boîtes de chat, ça sent déjà mauvais eux... rien qu'à les ouvrir. Mais alors, dis : quand tu les laisses... combien de jours ? 15 jours, que tu dis qu'elles passent, les bleues ?
Lui : Oui.
Elle : Quand tu les laisses, donc allez, je vais les vider ce matin, les boîtes de chat là-bas, tu ouvres le sac, dis ! Moi, j'ai vraiment des nausées, hein !
E : *Donc c'est... (rigole)*
Elle : (rassurée) Aaaaah ! Parce qu'il y a... quand même un peu de restes de nourriture, hein, tu ne sais pas avoir tout le fond de... ou sur le bord, m'enfin il reste... Je ne sais pas, mais ça : ça pue, hein, la boîte de chat ! Seigneur Dieu ! S'il y reste un petit truc... Moi : ça pourrit à l'intérieur, je ne sais pas ! (grosse grimace dégoûtée) Baahhhhhh !
Lui : Oui, c'est vrai que je n'aime pas quand par exemple aussi, euh... le jour du passage des poubelles est un jour férié. Le camion ne passe pas et il est reporté à la semaine d'après. Et ça, ça me contrarie aussi, par exemple. Parce que bon... il y 'a un paquet quand même, c'est vrai que j'ai un paquet de poubelles en plus, quoi ! (Anita et Luc)

Si la place semble donc à première vue être plus un problème en ville qu'à la campagne, la moindre fréquence de ramassage en zone rurale tendrait à compenser la difficulté relative au manque d'espace dans les petites cuisines des appartements.

A propos des appartements, il est encore une difficulté à mettre en évidence, celle du vide-ordure, symbole parfait du désintérêt qui était porté aux déchets dans cette époque pas si lointaine (« *Ça n'existe plus, on ne le voit plus, c'est fini* » Raoul), et qui peut rendre plus difficile encore les pratiques sélectives.

- Lui : (sourit) Quand je pense que quand on a construit, il y a quinze ans, on avait eu l'idée géniale de faire un passage de poubelle depuis le premier ici qui est la cuisine là jusqu'au rez-de-chaussée euh... et heureusement qu'on nous en a dissuadés parce que ça ne correspond absolument pas au...
Elle : Un genre de vide-poubelle. L'architecte avait proposé ça mais...
Lui : On aurait mis dans la toilette en bas l'endroit où on mettait les sacs. Alors on n'avait vraiment plus que 50 cm à faire pour passer ces sacs autour de la porte et les sortir. Mais évidemment, ça ça ne marche pas dans un système de sélection, hein ! (Rigole) On devrait mettre des aiguillages ! Enfin, il y a quelque chose de magique hein à... ce système. On est débarrassé de toutes les... les crasses ! (Michèle et Edgar)

Le système a effectivement un côté magique : non seulement il met hors de la vue cet élément qui nous ramène sans cesse à notre surconsommation (la poubelle), mais en plus il permet l'absence de cogitation quant à la destination à donner à un déchet. Cette magie perd cependant de sa force en cas de tri : comme l'aborde Edgar avec le sourire, « *Il faudrait des aiguillages* ». Ces problèmes de vide-ordure sont bien spécifiques et surtout caractéristiques des logements urbains, difficilement généralisables à l'ensemble de la population belge. Il est cependant bien représentatif de ce qu'il reste à faire en terme d'aménagement des infrastructures mais aussi du changement d'esprit qui s'est opéré ces 50 dernières années.

- Lui : C'est-à-dire que nous étions une génération dans laquelle on nous apprenait à ne pas gaspiller. Mais le déchet, personne ne s'y intéressait. Et nos enfants, ce serait plutôt l'inverse.
Elle : On consomme, mais on jette intelligemment.
Lui : On consomme, oui, mais on sélectionnera les déchets. On se rend plus compte de ce que les déchets peuvent... engendrer. (Nadine et François)

b. Fréquences des collectes et logistique « externe »

En termes conscients, la difficulté de trier n'est pas uniquement due à des problèmes de rangement ou de stockage au sein de l'habitation. Nous venons certes de voir que ceux-ci ont leur importance, mais il n'en reste pas moins que certains éléments mis (ou non) en place par la commune peuvent (ou non) faciliter le tri et ainsi installer un contexte motivant. Il en est par exemple ainsi pour tout ce qui concerne le rythme des collectes. Si nous venons de voir que celles-ci sont plus fréquentes en ville qu'à la campagne, il n'en reste pas moins qu'il est important de définir une **structure** au ramassage sélectif, une règle facile à comprendre et donc aisée à retenir.

Elle : (...) Et je crois que ça fonctionne assez bien parce qu'il me semble qu'on voit de plus en plus systématiquement les sacs de couleur sur les trottoirs. Que, au début, ou bien, peut-être les gens ne savaient-ils pas quel jour il fallait le faire ou bien ils n'avaient pas pris le rythme mais maintenant, on voit bien qu'une fois par semaine, systématiquement, les sacs de couleur sont là donc euh... c'est que le mouvement est quand même suivi... me semble-t-il.

Lui : Je crois que ce qui a un petit peu simplifié les choses aussi, c'est que... les ramassages se font le même jour, maintenant...

Elle : Oui, il y a un seul jour qui est bien... bien net.

Lui : Dans... dans le temps, il y a eu une période où les ramassages du verre se faisaient tel jour, le papier tel autre jour, les déchets ménagers...

Elle : Et... et pas au même rythme. Alors on se trompait tout le temps!

Lui : Et pas au même rythme *et cetera* ça c'était très embarrassant ! Oui : on se trompait, les gens mettaient le verre au lieu du papier, et cetera. Maintenant, c'est plus systématique et le même jour, on sort ses trois petits sacs. Ici, dans la rue, en tout cas, on voit que... les gens suivent ces consignes : toujours le sac noir... gris avec les déchets ménagers...

Elle : Disparates...

Lui : Disparates, plutôt. Les sacs jaunes : papiers. Les sacs bleus : verres. (...) Cette idée de prendre ça le premier ou le troisième mardi du mois, et cetera, ça c'est très mauvais parce que les gens confondent les... les semaines. Et pour que ça fonctionne bien, je crois qu'il faut que ce soit vraiment hebdomadaire, en fait. (Nadine et François)

« *Hebdomadaire* », et un jour fixé, immuable, afin de faciliter la mémorisation des nouvelles pratiques. En ville, le ramassage est même souvent bihebdomadaire, pour éviter l'amoncellement de déchets dans des espaces souvent moins spacieux qu'à la campagne.

Elle : C'est quand même des sacs assez costauds, que j'achète. Parce que ce que je trouve très pénible, c'est quand ça craque, hein !

Lui : Mmh. Ça les chats s'en chargent, hein !

Elle : Oui mais... en général ça va, hein ! On n'a pas trop de... on a rarement des dégâts devant les maisons. Tout ça parce qu'on passe deux fois par semaine et que grâce à ça, ça n'attire pas trop. (Michèle et Edgar)

D'autres vont même jusqu'à penser qu'en ville, le ramassage devrait être quotidien. Ainsi Marie-France, parisienne habitant depuis trois ans à Bruxelles, refuse de se plier à la proposition de tri et estime qu'en terme d'hygiène, il n'y a pas assez de ramassages au sein de notre capitale.

E : *Alors je vais commencer par une question très générale. Si je vous demande de me parler de vos poubelles, qu'est-ce que vous me dites ?*

Elle : Ben nos poubelles... je trouve qu'à Bruxelles, on ne ramasse les poubelles que deux fois par semaine, c'est très peu. Donc si vous me parlez de poubelles, c'est à ça que je pense.

E : *On ne ramasse pas assez souvent.*

Elle : Pas assez souvent. Ça devrait être quotidien. Surtout dans une grande ville.

E : *Quotidien*

Elle : Oui. Et à Paris, c'est tous les jours. (Marie-France)

Si la proposition d'augmenter le ramassage peut paraître intéressante en ce qu'elle permettrait de libérer plus rapidement des espaces encombrés de sacs de tri, nous pensons cependant qu'elle s'avérerait dangereuse précisément en raison de cette libération rapide des espaces réservés aux poubelles. Ce faisant, elle risquerait en effet de diminuer la **prise de conscience**

relative à la production de déchets individuelle ou familiale. (Nous l'avons vu, cette prise de conscience étant un élément facilitateur du tri et de la motivation de celui-ci par la certitude d'agir pour un bien).

De plus, si cette fréquence de ramassage accrue peut paraître attrayante en terme de qualité de vie, elle n'ouvre pas les yeux sur un point que nous avons déjà soulevé précédemment : il est impératif de diminuer la production de déchet à la base, c'est-à-dire au moment de **l'achat**. Augmenter le ramassage et trop insister sur la valeur du tri peut être dangereux puisque ces facteurs oblitèrent le comportement d'achat.

En fait d'achat, le lieu de « distribution » des sacs de tri a aussi son importance. Michèle par exemple apprécie de pouvoir acheter ces sacs sur les lieux où elle a l'habitude de faire ses courses.

- E :* Et les autres sacs : les bleus et les jaunes... vous devez les acheter ceux-là, hein ? Enfin c'est...
- Elle :* Chez Delhaize ou GB.
- E :* Ah ! C'est aussi en grandes surfaces.
- Elle :* Oui.
- E :* C'est pas dans des endroits...
- Elle :* Ah non ! Ah non non : nous ne devons pas aller acheter euh... à la commune. Non non non non non. Ça je dois dire que j'apprécie, parce que quand je vois que des gens doivent aller à tel endroit acheter leurs sacs... (Michèle)

Le déplacement imposé par un lieu de vente ou de distribution bien précis augmente la pénibilité conférée au tri d'une manière générale, comme nous le verrons dans les arguments de nos informateurs non-trieurs, favorables à un système qui offrirait les sacs sélectifs au lieu de les faire payer. De la même manière, la distance séparant une habitation du container à verres le plus proche (« bulle ») et/ou la fréquence de récolte des verres déposés à ces containers sont aussi des facteurs de qualité de vie et d'effort consentis par les politiques dont il faut tenir compte en raison du contexte (non-) motivant qu'ils instaurent. Ainsi Sylvia, immigrée habitant en ville sans voiture et se conformant à un tri sélectif sans aucune obligation communale avait-elle dû renoncer à porter ses verres dans ces containers, tant le déplacement lui était pénible.

- E :* Parc à conteneurs, vous allez parfois ?
- Elle :* Euh... "parc à conteneurs" par ici, y'en a pas beaucoup. On en a un communal, mais il faut aller en voiture. C'est pour les gros déchets euh... Sinon on a la bulle à verres, un peu plus haut là. Ça oui.
- E :* Et ça vous faisiez déjà avant...
- Elle :* La bulle de verres ? Non. Parce que les bulles de verre il n'y en avait pas beaucoup. Alors euh... je me rappelle : je faisais de temps en temps un voyage, j'étais chargée avec les bouteilles de verre, avec des sacs, les bulles de verre étaient loin, j'étais chargée, je n'ai pas de voiture donc j'étais à pied, euh... cette bulle de verre qui débordait de partout parce que euh... je ne sais pas pourquoi : parce qu'on ne venait sûrement pas la vider régulièrement, donc euh...
- E :* Si elle avait été ici tout près, vous auriez été plus souvent ?
- Elle :* Oui. Oui. Et ils en ont mis une.
- E :* Vraiment ?
- Elle :* Oui. Ils en ont mis une ici tout près et... j'y vais. C'est tout récent. Il y a un mois ou deux qu'ils l'ont mise là. Avant elle était plus loin et c'était... plus embêtant. (Sylvia)

« C'était plus embêtant », il fallait dépasser un autre facteur de pénibilité pour se plier aux exigences du tri. De plus, comme le relève prudemment Sylvia, l'amoncellement des verres aux abords de la bulle n'est certainement pas pour motiver au tri : à quoi bon faire l'effort de se déplacer (effort d'autant plus important que la distance à parcourir ou le poids du verre à transporter est important) si le verre n'est quand même pas récolté et qu'on ne voit pas de suite à notre effort ? Avec une bulle plus proche de chez elle, Sylvia a trouvé une nouvelle motivation. Au contraire de Fatima, elle qui ne trie pas mais se présente dans l'argument qui suit, presque comme une victime de cet état de fait.

E : *Donc si vous ne trieux pas, c'est vraiment parce que vous trouvez que le système manque de cohérence.*

Elle : *Oui, parce que par exemple les bouteilles de verre, moi je ne vais pas aller me balader je sais pas où, où il y a un truc de verre! Je sais p... il faut aller au GB ou quoi, à côté... Ici, par ici il n'y a pas. Ici par exemple, il y a euh... un truc où il y a des trucs pour pizzeria juste là-bas à côté du stade. Pourquoi il n'y a pas un truc pour mettre les bouteilles? Alors j'irais là au bout de la rue !*

E : *Oui, là vous iriez ?*

Elle : *Ah oui, j'irais ! Parce que ce n'est pas bien de jeter du verre cassé ! Les... même, je pense souvent: quand je jette, la seule chose à laquelle je pense, je me dis, " les poubelliers, j'espère qu'ils ne vont pas se blesser " Alors, j'emballer ça dans du papier, euh journal... Pour les poubelliers. (Fatima)*

La distance qui sépare Fatima de la bulle la plus proche (dont on apprend plus loin qu'elle ne sait même pas exactement où elle se situe) est probablement un facteur de frein à son envie de trier. A passer tous les jours devant une bulle régulièrement récoltée au coin de la rue, on finit par noter sa présence et sans doute remet-on plus vite en question notre désintérêt. C'est le cas de Corinne et Rudy qui, après les avoir longuement délaissés, ont repris le chemin des containers une fois qu'ils ne les ont plus vus déborder.

E : *Il y avait une autre raison que le fait que les bulles sont encombrées ?*

Elle : *Pff! Non. Non. On ne voyait pas du tout... on n'en voyait pas du tout l'intérêt. Parce qu'on s'imaginait... on se disait...*

Lui : *Moi, ça m'énervait de voir les bouteilles cassées partout autour des bulles, donc ça... on s'est dit : "Et bien on met tout à la poubelle, ce sera plus propre !"*

Elle : *Si les bulles ne sont jamais vidées... Et que... Enfin: on circulait ici dans la commune autour des bulles et on voyait des morceaux de verres, et bien je préfère les mettre dans des sacs et ne pas voir des déchets comme ça quand je circule dans ma commune, là ! Il y a une bulle à côté d'une jolie petite chapelle, c'est... c'était affreux, hein!*

Lui : *Elle y est toujours, il y a toujours un tas de bazar, là!*

Elle : *Mais maintenant ça va mieux: elle ne déborde plus. Sauf si les gens ne prennent pas la peine de mettre le verre dedans, ça ça arrive aussi, hein!*

Lui : *Il y en a qui déposent la caisse là et puis ils s'en vont !*

Elle : *Mais quand on a eu le papier, on s'est dit : "Bon, là on voit qu'il y a un effort qui est fait au niveau de la commune, donc... On peut bien nous aussi refaire l'effort de trier euh... nos déchets ménagers !" (Corinne et Rudy)*

Ces deux dernières phrases sont importantes non seulement par l'efficacité de la logique qu'elles décrivent mais aussi parce qu'elles reprennent exactement l'argument principal de nos informateurs non-trieurs, qui estiment que le système actuel de tri ne place les efforts à faire que du côté du consommateur. En d'autres termes : ils revendiquent un système où le consommateur ne serait plus le seul à faire un effort, un système où les politiques y mettraient du leur.

5. 2. La nécessité d'un effort bilatéral

« *Je veux bien faire un effort, mais je ne veux pas être le seul !* » (Yves). Yves trie volontairement et méticuleusement ses déchets, mais se refuse à ôter les couvercles des bocaux qu'il ramène aux bulles. La sensation d'être le seul à faire un effort est nuisible à un tri correct. Tout comme nous l'avions observé en terme de méconnaissance de ce qu'il advient des déchets triés, le sentiment d'agir isolément ou d'être le seul à faire un effort rend le tri plus difficile, donc suivi moins scrupuleusement. C'est ainsi qu'Yves entend témoigner aux firmes productrices leur responsabilité dans le devenir des produits qu'elles mettent sur le marché. Le point suivant laissera donc la part belle au discours de nos informateurs non-trieurs, tous d'accord sur cette question : il n'y aura pas d'effort à attendre de leur part tant que les Politiques n'y mettront pas non plus un peu de bonne volonté.

« Moi, c'est politique, ça, n'est-ce-pas ! Si le pouvoir politique veut qu'on fasse quelque chose pour les déchets, et bien ... On arrivera à faire quelque chose pour les déchets ! Ce n'est que ça ! » (Rudy)

a. Le déséquilibre dans l'effort

« Moi je trouve qu'on demande beaucoup de choses aux gens : on doit acheter nos sacs-poubelles, on doit laver les « déchets » (entre guillemets). On nous demande beaucoup, on nous demande de stocker. En plus, on ne passe que deux fois par semaine. » (Marie-France)

Nous avons déjà découvert précédemment cette revendication de Marie-France relative à un ramassage des poubelles quotidien. Ce qu'elle nous apprend ici n'en est que l'extension : c'est le consommateur qui a tous les devoirs, on lui « *demande beaucoup de choses* ». Ainsi, Marie-France ne conçoit pas comment on pourrait lui **imposer** de trier (elle habite dans une commune bruxelloise où le tri n'est pas obligatoire) sans offrir de compensation au citoyen pour l'effort consenti. Il n'est ainsi pas concevable pour elle qu'on impose un tri dans un système où les sacs-poubelles sont payants .

Elle : Ah oui ça de toutes façons, ça je continue à dire que les sacs-poubelles devraient nous être fournis par eux, je ne sais pas : par les usines qui fabriquent, je ne sais pas, par qui vous voulez mais... oui ça, je continue à penser.

E : *Et c'est pas une question de prix.*

Elle : Non, mais c'est une question de principe. On veut nous faire trier les poubelles, on nous montre le bienfait de la chose, d'accord. Mais alors on nous fournit... Comme la route devant chez moi, qui avait des trous, et on est... la commune ou le gouvernement, va savoir, est venu pour réparer. Pour moi, c'est la même chose. C'est du même ordre.

E : *Donc si on vous demande de trier...*

Elle : C'est public. Tout ce qui est d'ordre public devrait être fourni par les autorités compétentes.

E : *Vous n'avez aucun sentiment que c'est pour vous aussi ?*

Elle : Je sais que c'est pour moi aussi ! La route aussi, c'est pour moi. C'est le gouvernement qui le fait.

E : *Donc là c'est au gouvernement... de nous donner les moyens d'être bien sur la Terre.*

Elle : Bien sûr ! Mais c'est bien la commune qui vient ramasser les poubelles. C'est pas moi qui emmène ma petite poubelle, je ne sais où ! (Marie-France)

« *On veut nous faire trier les poubelles, (...) d'accord. Mais alors, on nous fournit [les sacs]* ». Il manque une notion d'**échange** dans la demande, Marie-France dénonce l'unilatéralité de l'effort. D'accord de trier, mais avec des compensations, et d'autant plus de compensations que la pertinence du tri est faible pour l'individu.

Le versant dans lequel cette notion d'unilatéralité est le plus stigmatisé est le côté financier. La taxe sur les poubelles étant toujours estimée trop chère ou mal adaptée, c'est en référence à ce coût qu'il faut comprendre le sentiment d'effort **supplémentaire** à produire.

« Ben disons qu'au départ, c'est toujours payer, quoi. On demanderait aux gens de faire le tri et de sélectionner les déchets et que ça soit gratuit, je pense que les gens le feraient beaucoup plus vite, que payant. Les gens maintenant, ce qu'ils ont c'est... « On va essayer de jeter le moins, on écrase le plus possible, quitte

la bouteille en plastique à la mettre sur une bouilloire pour la rétrécir » que... à cause des sacs payants, quoi. (...) Si maintenant il faut commencer à payer pour... » On a déjà une taxe communale à payer ! On reçoit une taxe de la province à payer ! Plus maintenant les sacs !!! Pff... On tire trop sur la ficelle et moi, je ne... Je ne vois pas... Ici en Belgique, on taxe. Mais on taxe pourquoi? Pour trouver des solutions ! Ou alors c'est pour payer les politiciens ? (sourit) **Payer**, je suis tout à fait d'accord de payer. Mais qu'il y ait des résultats ! » (Michel)

Payer sa taxe, c'est déjà faire un effort ou consentir à un sacrifice pour le bien public. Si l'individu ne trouve pas en lui l'injonction à trier ou des éléments motivants suffisants pour qu'il trie en toute conviction (d'agir pour un mieux, d'être un bon citoyen, d'être une bonne mère ...), l'obligation ou la proposition de tri est vécue comme un effort de plus, une demande exagérée en regard de sa contribution au fonctionnement de la société.

E : *Vous vous rappelez ce que vous avez pensé quand vous avez reçu les premiers papiers ?*

Elle : (Plus bas) Que c'était un peu chiant !

E : *Chiant.*

Elle : (rigole) Oui ! Oui.

E : *Parce que ?*

Elle : Beh parce que... Je trouve qu'on paie déjà beaucoup, et qu'on doit encore... c'est encore nous qui devons faire l'effort, quoi ! On paie déjà une taxe à la commune de 3000, plus avant, puisque mon mari était encore là, c'était 900.

E : *Mmh mmh.*

Elle : Maintenant ça va diminuer un peu, mais je trouve que c'est déjà très cher ! En plus ils nous font payer les sacs, donc... (Isabelle)

Nous avons déjà abordé ceci précédemment : dans leur majorité, nos informateurs estiment que le devoir d'information n'est pas de leur côté, mais de celui des responsables politiques. Nous ajoutons maintenant une facette importante à cette conviction : celle de sa légitimité, en regard des traitements concédés à ces mêmes responsables : « on les paie pour ça » (Michel). Tout travail mérite salaire, mais tout salaire doit être justifié par un travail, et il fait partie de celui des Politiques de tout mettre à la disposition de leurs concitoyens pour installer un contexte motivant et ainsi facilitateur du tri qu'ils imposent (ou proposent).

Elle : Oui, mais qu'on ne demande pas que d'un côté ! Ça doit être bi-, alors si on voit que c'est bilatéral, il y a... un échange. Ça c'est, c'est comme ça que je pense moi hein, maintenant euh... Alors, moi je veux bien faire l'effort euh... réfléchir dessus euh..., tout ça... Il faut que l'opinion publique soit sensibilisée ! C'est tout là-dedans en fait hein !

E : *Et vous pensez que quand la commune organise des ramassages sélectifs, et qu'elle rajoute des camions forcément puisque c ne sont pas les mêmes qui ramassent, qu'elle va dans les différentes décharges porter les déchets à recycler, ça c'est pas un effort qu'elle fait ?*

Elle : Mais ça c'est pas mon problème, les gens sont payés pour faire ça . (Fatima)

« Ils sont payés pour faire ça » : Fatima ne considère pas les éléments que nous lui citons comme des sacrifices ou des efforts consentis par la commune : ces moyens mis en œuvre font partie du boulot des élus, de leurs prérogatives.

Dans ce contexte de déséquilibre (ou vécu comme tel), on imagine facilement ce qu'une augmentation de la taxe ou du prix des sacs pourrait avoir comme conséquences. Au « mieux », un laisser-aller dans le tri (pour ceux qui n'y sont pas « obligés »), et au pire, un arrêt total de cette pratique (pour ceux qui ne se trouveraient pas pénalisés financièrement par le sac payant) ou une raison supplémentaire de reporter la décision de s'y mettre (pour ceux qui ne trient pas).

« L'année précédente, on a eu une augmentation des taxes, et là, il y a eu une révolution ! J'entendais des gens dire : "Ah beh puisqu'on paye autant, moi je ne trie plus rien !" Et des gens qui triaient déjà avant ! "Puisque c'est comme ça, je ne trie plus rien !" Et je crois que il y a eu un moment donné où les gens ne triaient plus... **Du tout!** Même si avant, ils le faisaient. Un peu par réaction à cette augmentation de taxe. » (Corinne)

- Elle : On a pu aller chercher des sacs gratuits pour ce qui est les plastiques et les boîtes de conserve.
 Lui : C'est des sacs obligatoires, hein, donc euh... jusqu'à présent, ils sont gratuits. J'espère qu'ils vont le rester, parce qu'alors, là on, on va... ça n'ira plus : si on paye une taxe déjà assez élevée pour les déchets...
 Elle : 3000 ou 3500, c'est presque 4000 francs...
 Lui : 4400, oui!
 Lui : 4400, qu'on paye!
 Elle : Pour les poubelles.
 Lui : Alors s'ils font payer les sacs en plus, là euh... ça n'ira plus. (Christine et Daniel)

De l'indignation passive (un tri moins scrupuleux) à la révolte (la cessation du tri ou le report de son commencement), le déséquilibre est donc nuisible, il conviendrait que les responsables étendent leurs efforts de manière plus visible s'ils veulent installer un contexte qui motive au tri.

b. Comment soutenir le tri ? (Suggestions)

b.1. L'aide logistique

Une grande partie du refus de nos informateurs non-trieurs de trier tient donc au déséquilibre qu'ils estiment entre l'effort « qu'on » leur demande et les moyens « qu'on » met en œuvre pour les y inciter. Nous l'avons dit précédemment : outre la conviction que le tri serve à quelque chose, des moyens logistiques comme la fréquence des ramassages ou le relèvement des bulles à verres sont des facteurs qui semblent influencer le regard qu'on porte au tri et du degré de facilité qu'on lui attribue. (Celui-ci étant d'autant plus élevé que la conviction d'agir pour un mieux est profonde).

- E :* *Donc là, vous parlez des poubelles uniquement en termes de contraintes, c'est ce que vous me dites : " ça me prend du temps, ça prend de la place "...*
Elle : *Oui : c'est une contrainte, les poubelles, c'est une contrainte. Vous savez, en Hollande par exemple, mon copain est hollandais, sa mère trie les poubelles parce qu'ils sont obligés en Hollande. Mais ils ont un système organisé pour ça. Ici en Belgique on nous demande de faire quelque chose mais la commune donne rien, on fait que de demander aux gens. C'est comme les impôts hein: c'est la même chose. On ne donne pas de l'autre côté, donc les gens ne sont pas motivés. (Fatima)*

Pour Fatima, le système n'est pas cohérent, et cette incohérence est à la source de son refus du tri : elle ne conçoit les poubelles qu'en terme de contraintes. Il faut ramener ces propos à un autre manque : celui de son incertitude totale quant à la nécessité d'un tri. Se retranchant derrière sa méconnaissance de cette utilité et appuyant la responsabilité des pouvoirs politiques dans ce manque d'information, Fatima se justifiait de ne pas trier en affirmant ignorer totalement l'utilité de ce comportement. Les problèmes logistiques jouent donc un rôle de frein d'autant plus important que l'injonction interne à trier est faible. Pour Fatima et Marie-France pour qui celle-ci est quasi inexistante (bien qu'appuyant toutes les deux, nous le verrons, le principe « sympathique » du tri, se ralliant ainsi au comportement « bien pensant » qu'il est de bon ton d'afficher), le déséquilibre entre l'effort demandé et les moyens fournis pour le simplifier est donc d'autant plus inacceptable et les exigences en matière d'aide logistique extérieure d'autant plus importantes.

- E :* *Oui mais alors, qu'est-ce que ce serait l'effort ? Vous dites que si, si eux faisaient un effort... qu'est-ce qu'on devrait vous donner ?*
Elle : *L'effort que eux feraient, c'est d'abord de bien m'informer, régulièrement, de me **fournir** les sacs, ou alors de les vendre au GB, au même prix que les autres sacs. (...) Et ne pas imposer une couleur spéciale ou quoi. Bon, s'ils veulent imposer des couleurs spéciales pour que ça facilite le tri, alors il faut **donner** ces sacs-là. Faut pas les faire d'abord acheter! Et... Peut-être aussi des plus petits sacs : si je vous montre ma cuisine, elle est minuscule, trois sacs comme ça je mets ça où je vais les mettre sur le balcon ? Les poubelles sur un balcon, c'est laid !*
E : *Et si, vous dites que si la commune donnait les, enfin vous permettait d'avoir...*

Elle : (interrompt) Des grands et des petits : des gens qui ont des grandes maisons, ils auraient par exemple chez eux des grandes poubelles, qui ont une cuisine qui donne sur une cour, on leur donne trois sacs, on leur dit pourquoi est-ce qu'ils trient. Ou d'abord d'où part cette poubelle qu'on trie, elle va où. Est-ce qu'on recycle? OK, si on recycle, pourquoi est-ce que c'est bien de recycler? (Fatima)

Élément nouveau : des sacs de tailles différentes. Fatima met ici le doigt sur un point qui nous semble important car aussi relevé fréquemment auprès de nos informateurs trieurs : en plus de la fréquence de ramassage, le tri serait facilité si la taille des sacs de couleur était adaptée à l'espace disponible dans une cuisine. Un petit sac est plus vite rempli, donc plus fréquemment changé, donc dégage moins d'odeurs et incommode moins le citoyen qui se plierait au principe du tri. Celui-ci est donc mieux accepté.

Mais pour Fatima, l'idéal se situerait encore ailleurs :

« L'idéal au fond, serait quoi ? Ça serait, au fond, même pas qu'il y ait des sacs de couleur, l'idéal ça serait, parce que je vous dis: en Hollande, et en Autriche, où, où ça marche très bien, ils ont pas des sacs de couleur ! Ils ont des containers, devant chaque maison, il y a un container avec trois compartiments. Et dans les poubelles, il y a trois compartiments. C'est trois bacs trente sur trente. Ils ont chaque soir trois sacs. » (Fatima),

Nous avons vu l'importance du facteur pratique dans l'acquisition de nouvelles habitudes et la motivation à changer de comportement. Nous le vérifions une fois de plus dans l'extrait suivant, relatif à l'emplacement des bulles à verres dont nous avons déjà parlé précédemment :

Elle : Moi je ne changerai que si je vois un changement. Des sacs-poubelles, la praticité de la chose, le ramassage un peu plus régulier.
E : *La praticité de la chose, ça c'est plus...*
Elle : Je ne sais pas, il y a peut-être des moyens, hein ! Je ne sais pas, s'il y avait dans chaque rue, pour le papier, des petites poubelles qu'on viendrait vider tous les jours... Je ne sais pas moi, des trucs comme ça !
E : *Les bulles : vous mettez vos verres aux bulles ?*
Elle : Ah oui ? Moi je n'ai pas de voiture ! Où est-ce qu'il y a une poubelle à bulle? Ici, je n'en sais rien, je n'en ai jamais vu. Il n'y a pas de poubelles à bulles ! Si j'en avais une dans ma rue...
E : *Vous iriez ?*
Elle : Ah ben c'est certain ! Bon on ne veut pas que ça prenne de la place dans une rue ? On les fait plus petites ! On vient les ramasser deux fois par jour, j'en sais rien. Il n'y a rien qui est fait ! On nous demande de faire tout et finalement il n'y a rien qui est fait pour nous aider. (Marie-France)

Pour qui n'a pas de voiture et qu'une injonction limitée à faire un effort au niveau individuel pour le bien général, l'argument semble aisément présentable : un nombre accru de bulles permet de limiter la distance de déplacement et donc permet de transporter plus souvent des charges plus faibles... la voiture n'est plus indispensable.

Notons cependant que la (non-) motivation au tri ne se limite pas qu'à des facteurs raisonnés aussi pragmatiques que ceux qui sont cités dans ce point, comme nous avons pu le présenter en traitant les bénéfiques identitaires secondaires. Nous verrons d'ailleurs que ceux-ci peuvent jouer en défaveur du tri. Il n'en reste pas moins qu'en termes conscients, nous pensons important d'installer dans son ensemble un contexte qui motiverait le citoyen à trier, et que dans le cadre de celui-ci les facteurs logistiques externes ont certainement un rôle à jouer.

b.2. L'aide financière

Plus terre-à-terre encore que l'aspect logistique, s'il est un facteur dont le changement ne manquerait pas de ravir nos informateurs, c'est bien l'aspect financier. S'il est difficile de trouver des leviers qui augmenteraient l'injonction individuelle au tri, il est en effet beaucoup

plus facile (théoriquement parlant) d'imaginer pouvoir jouer sur la corde sensible du contenu du portefeuille pour inciter à un comportement favorable au tri.

« On nous demande tellement de payer de choses et en plus on doit encore payer les sacs euh... ils n'ont qu'à le déduire des impôts, alors oui, OK, je le fais! (rigole) Qu'ils le déduisent des impôts, pour qu'on trie ! »
(Fatima)

L'argument plaît à de nombreux informateurs puisque nous l'avons retrouvé tant du côté des non-trieurs que de celui des trieurs (mais obligés, c'est vrai, donc à l'injonction interne initialement limitée). Comme Isabelle par exemple, qui serait heureuse de pouvoir cesser de poursuivre ce système de tri imposé par un sac communal payant.

E : *Donc vous seriez contente si on vous disait qu'on arrêterait tout.*

Elle : Oui !

E : *Parce que c'est lourd et que ça vous prend du temps.*

Elle : Oui, ça me prend du temps.

E : *Et si on vous disait qu'on diminuait la taxe ?*

Elle : Ce serait déjà peut-être mieux ! Je trouve qu'on paie beaucoup. Qu'on paie beaucoup pour les déchets, et on doit encore faire des efforts, quoi ! Je ne sais pas si c'est autant dans chaque commune, mais ici je trouve que c'est beaucoup. Quand je fais le compte, rien que les taxes c'est déjà 4000 F par an, quoi. Plus les sacs poubelle. C'est ça qui est lourd, quoi !

E : *Et vous croyez que si on vous disait qu'on diminue la taxe vous feriez ça plus volontiers ?*

Elle : Je trouverais ça plus log... Peut-être que je ne le ferai pas plus volontiers mais je trouverais ça plus logique.

E : *C'est ça. Oui. Ce serait une manière de vous...*

Elle : De motiver les gens. Parce que je suis sûre qu'il y a beaucoup de gens qui ne font pas très attention. J'en parlais justement, que vous alliez venir, tantôt à mon amie là plus loin : elle disait qu'elle triait mais pas vraiment... pas vraiment sérieusement, quoi. (Isabelle)

C'est là tout le risque de la contrainte, que nous avons déjà analysé auparavant : mal acceptée, l'obligation reste efficace, mais moyennement. La tentation est grande de chercher à esquiver le système, d'autant plus que le sentiment de déséquilibre dont il vient d'être question dans le point précédent est important. Si le tri ne parvient pas à correspondre à la conviction profonde d'être un comportement utile (ou à répondre à n'importe quelle autre fonction ou attente en terme de bénéfice secondaire), le mot d'ordre risque de se trouver du côté de la tentative de s'y soustraire plutôt que de celle de s'y conformer. « Elle triait mais pas vraiment... pas vraiment sérieusement, quoi ». D'où l'intérêt de faire passer le sens de l'utilité du tri pour permettre un comportement responsable des individus (incluant une manière d'acheter plus responsable), de sorte que le geste ne corresponde plus à une obligation mais à une injonction interne. Et si ce n'était pas le cas, au moins des facteurs d'aide extérieure comme une diminution de la taxe pour ceux qui se soumettent au tri devraient-ils permettre de motiver, même si le pourquoi du geste n'est pas intégré. (« Peut-être que je ne le ferais pas plus volontiers, mais je trouverais ça plus logique »). Et puis, comme les autres facteurs externes, une diminution de la taxe correspondrait à ce que certains attendent en terme « d'échange » :

E : *Donc vraiment si on vous laisse le choix, donc vous triez ou vous ne triez pas, comme vous voulez, mais si vous triez on vous diminue votre taxe. Vraiment ? Ce moteur financier-là pourrait...*

Elle : Oui parce qu'à ce moment-là, il y a un échange ! Là où moi je ne suis pas d'accord c'est qu'on me demande de faire tout. Je veux qu'il y ait des deux côtés un échange. Maintenant si on me dit : « Oui, on déduit de tes impôts un certain pourcentage et alors tu tries » ... Oui ! (...)

E : *Mais que vous soyez d'accord avec le concept, ça je comprends tout à fait. Effectivement, il y a un échange donc c'est plus facile à imaginer quand on le fait. Mais est-ce que vraiment vous le feriez, est-ce que vraiment vous changeriez ?*

Elle : Je le ferais ! ! ! Mais c'est pas seulement avec une base d'argent mais il faut voir aussi qu'on m'explique. Il faudra qu'on m'explique. Donc il faut motiver les gens, d'une façon ou d'une autre, et ça ça manque. (Fatima)

Motiver, voilà bien le maître-mot : installer un contexte motivant en expliquant, en informant, bref : en mettant en œuvre des moyens supplémentaires pour que le citoyen se sente soutenu

dans sa démarche. Et en tenant compte des bénéfiques secondaires que tirent les uns et les autres du comportement qu'ils adoptent, conscients ou non de ceux-là. C'est sur ce point que nous terminerons.

Plus qu'un simple refus conscient d'un effort vécu comme unilatéral, nous voyons que le refus du tri trouve aussi sa source dans des bénéfiques identitaires beaucoup plus inconscients et profonds. A défaut de pouvoir les utiliser en terme de leviers (leur nombre et leur diversité étant trop importants), nous pensons cependant qu'il est important de connaître leur existence en regard de l'éclairage qu'ils peuvent nous apporter lors de l'élaboration de ces « solutions » pour un changement durable des comportements.

5.3. Ne pas trier : un facteur de distinction ?

Ce que nous allons développer ici est important, car au-delà des arguments raisonnés que nous venons d'exposer (le désir d'un échange entre les pouvoirs publics et le consommateur en terme d'efforts à faire pour donner la motivation à trier ou, d'une manière plus générale, à changer son comportement) existe toute une série de facteurs moins (ou pas du tout) raisonnés, mais tout aussi puissants dans le frein qu'ils constituent au tri : ce sont les bénéfiques secondaires que l'on peut tirer du refus de trier.

a. La mise en avant de valeurs démocratiques

« *Je suis encore libre !* » (Marie-France). Nous l'avons vu précédemment dans la partie concernant l'efficacité de l'obligation : les non-trieurs voient arriver l'obligation de trier d'un œil très noir, car contraire au principe de liberté individuelle. La force avec laquelle cette idée est défendue est cependant pour nous plus importante par sa virulence que par son propos direct : si on la retrouve dans la bouche de nos informateurs non-trieurs, jamais nous ne l'avons entendue être dite par nos informateurs trieurs. Son intérêt réside donc plus pour nous dans tout ce que nous avons déjà abordé précédemment : la résistance première à voir arriver un système obligatoire, que dans le fait qu'elle fasse référence à des valeurs démocratiques ou libertaires.

E: *Quelle idée est-ce que vous avez des gens qui le font?*

Elle: Ils le font peut-être parce que c'est obligatoire. C'est obligatoire hein! A Tervuren, qui est à côté, c'est obligatoire. Et ils ne ramassent pas s'ils voient une petite saleté dans... sur les boîtes ou sur les bocaux. Donc évidemment on vous fait le coup une fois, la deuxième fois, vous lavez vos bocaux j'imagine. Ça c'est évident! Ça marche, hein!

E: *Et donc là, « obligatoire »...*

Elle: Obligatoire, ça marche!

E: *Oui mais « obligatoire »: c'est quoi l'obligation? C'est que si c'est pas fait...*

Elle: On ne ramasse pas les poubelles. Qu'est-ce que vous faites, après, de vos sacs poubelles? Moi je suis encore libre! On n'en est pas arrivé là à Bruxelles. (Marie-France)

« *On n'en est pas arrivé là à Bruxelles* »: la phrase a un accent de reproche totalitaire : Marie-France assimilerait presque l'obligation à une dictature. C'est dans le même état d'esprit que Fatima rejette le caractère obligatoire d'un système qui serait imposé :

« Je ne vais pas acheter des sacs à 100 balles, c'est trop facile! Je trouve que c'est trop facile, c'est fort, on est dans un pays euh démocratique et je ne comprends pas qu'on puisse imposer des choses euh... non je ne suis pas d'accord du tout. Je ne suis pas d'accord quoi, parce que... non. Mais si on m'explique, on me dit, et on me demande mon avis et je dis -ce qui me dérange, je ne sais pas... Alors je veux bien faire un effort mais me dire comme ça : « Tu dois ! »... Si je ne veux pas le faire alors?! Quoi? » (Fatima)

Ces deux extraits sont intéressants parce qu'ils proviennent tous deux d'informatrices « immigrées » (Marie-France est française, Fatima d'origine algérienne et récemment

naturalisée Belge) et intellectuelles. Outre ce que nous connaissons des raisons qui incitent à râler quand arrive un devoir de changement (on râle pour le fait, pour suivre la masse mais aussi pour la difficulté du changement pratique), la contestation par référence à des principes démographiques ou libertaires a donc, même de façon inconsciente, un petit accent de démarcation, de distinction. « *Bon, je fais ce que je veux ! Je veux dire... chacun fait ce qu'il veut !* » (Fatima). Une chose est de râler sur le prix des sacs qu'on juge trop élevé, une autre est de faire référence à des valeurs démocratiques pour en discréditer le principe : afficher son opposition peut alors être un moyen comme un autre de se distinguer, d'afficher ses compétences de réflexion en regard de mêmes valeurs, mais prises à l'envers. (Nos informateurs trieurs faisaient eux appel à des valeurs de sens civique pas si éloignées de celle des valeurs démocratiques, toutes deux visant à un meilleur « vivre-ensemble »).

E: *Mais vous croyez honnêtement que si on vous distribuait les sacs bleus...*

Elle: Peut-être!

E: *... parce que le fait que vous ne trie pas, c'est plein de choses, forcément!*

Elle: C'est plein de choses. M'enfin, 'faut bien commencer à nous aider. Faut pas exagérer. On nous demande de faire quelque chose et en plus, c'est obligatoire. Bon, rien que le principe déjà, même sans savoir ce que c'est, je suis contre. Après je pense. Mais par principe déjà, je suis contre. (Marie-France)

« *Par principe déjà, je suis contre* »: afficher son adhérence à un principe qui se veut à l'opposé d'un régime dictatorial permet à Marie-France (même si ce n'est pas conscient : nous touchons ici à des processus sans doute peu **raisonnés**) de se distinguer, de s'élever par ses valeurs. Ceci d'autant plus que, nous allons le voir, elle ne cesse d'afficher son adhérence au principe du tri (« *Je trouve bien le principe, ce n'est pas ça !* »), et que par là même elle peut rejoindre cet autre moyen de distinction dont nous avons déjà traité.

b. La distinction par la réflexion (et ... l'identité culturelle)

b.1. L'adhérence au concept

Nous l'avons vu précédemment : la mise en avant de l'effort consenti a, pour nos informateurs trieurs, valeur de facteur de distinction : on trie, il est de bon ton de le dire et de faire valider l'effort. La démarche semble être la même auprès de nos informateurs non trieurs : s'ils dévoilent leur refus et en développent de manière très raisonnée le pourquoi, leurs témoignages révèlent quand même la nécessité d'afficher leur adhérence au tri dans son principe : « *Mais je trouve très bien, les gens qui trient, moi !* » (Marie-France).

E: *Bruxelles est encore une des rares places en Belgique où on laisse le choix aux gens, où il n'y a pas vraiment de sanction si on ne le fait pas, en fait.*

Elle: C'est pour ça que je ne le fais pas. Si il y avait une sanction, je serais bien obligée.

E: *Là vous le feriez?*

Elle: Evidemment! Ça ne m'intéresse pas de payer une amende pour ne pas avoir trié ses poubelles. Mais enfin... je ne trouve pas le principe sympathique.

E: *Et pourtant vous trouvez l'idée [du tri] sympathique?*

Elle: Bien sûr! C'est évident! Bien sûr que je trouve l'idée sympathique.

E: *Oui mais c'est très comique ce que vous me dites. Parce que...*

Elle: Oui mais je n'ai pas envie de me casser la tête, c'est ça mon idée! C'est très simple, ça, ce n'est pas très compliqué.

E: *Donc l'idée est sympathique, mais pas suffisamment pour vous faire changer d'attitude.*

Elle: Non. (rires). Je ne me vois pas en train de laver ma boîte de tomates... Non, je ne me vois pas faire ça! (Marie-France)

« *C'est évident !* »: l'assurance rend bien compte de l'importance sociale de l'adhérence au principe, même si on a de bons arguments pour justifier le fait qu'on ne s'y plie pas (et que ces mêmes arguments peuvent faire office de moyen de distinction, comme nous le verrons dans le point suivant).

- E: *Vous connaissez des gens qui trient ?*
- Elle: Oui, j'en connais des gens qui trient. Ça vous intéresse aussi les gens qui trient? (rigole)
- E: *Vous trouvez qu'ils correspondent à l'idée que vous vous faites des gens qui trient?*
- Elle: Mais je trouve très bien les gens qui trient moi! (rire)
- E: *Mais vous ne vous trouvez pas quelqu'un de pas bien.*
- Elle: Mais... Je sais bien que ce n'est pas bien ce que je fais! Mais bon, ça me... Ça n'est pas une priorité pour moi et c'est vraiment trop compliqué... (ironique) Alors dans la poubelle jaune on ne peut mettre que ça, dans la poubelle bleue... Non: c'est trop compliqué!
- E: *Et... Pourquoi vous me dites « je sais bien que c'est pas bien ce que je fais »? C'est comme s'il y avait un fond de...*
- Elle: Non parce que je trouve ça chouette: je trouve ça très bien de recycler. Je trouve ça très très bien, hein! (rigole) Je ne suis pas contre, hein! Vous pensiez que j'étais contre?! La place, les sacs poubelle... et le fait que ça soit compliqué. Je crois que c'est ça.
- E: *Parce que vous avez quand même pris le temps de tout lire! Sinon vous n'auriez pas vu que c'était un peu compliqué, hein! Il y en a qui planquent tout et puis c'est au fur et à mesure des mains rouges, ils se disent « tiens qu'est-ce que j'ai fait que je ne pouvais pas? ». Non, vous l'avez lu.*
- Elle: Oui, moi j'ai lu!!! Ça m'intéresse! Je me suis dit « pourquoi pas? » mais quand j'ai lu, je me suis dit « non non non, trop compliqué! ». (Rires) (Marie-France)

« *Je ne suis pas contre* » « *je trouve ça très bien (...)* mais *c'est trop compliqué* »: si l'effort n'est pas là (nous avons précédemment vu l'importance pour Marie-France d'un système où l'effort serait considéré en terme d'échange, et non unilatéralement du côté du consommateur), l'adhérence au concept est pourtant soulignée. L'extrait suivant renforce cette observation, en même temps qu'il soulève un problème très important en terme de levier : la nécessité pour l'ensemble du monde politique d'adopter un comportement **cohérent** en matière de mesures environnementales s'il veut voir les consommateurs considérer l'effort qu'on leur demande de manière **durable**.

- Elle: (...) Je crois qu'il y a un manque de sensibilisation des médias. Je crois qu'on ne fait pas assez de publicité à la télévision, il n'y a jamais eu une pub à la télé pour, pour motiver les gens à faire quelque chose, hein! Je veux dire, bon, mes parents ils ont vécu à Vienne trois, quatre ans, c'est des méditerranéens, et trier les poubelles c'est même pas la peine de leur en parler, mais ils triaient leurs poubelles! Ils triaient leurs poubelles! Quand j'allais chez eux, bon moi ça m'embêtait mais je le faisais quand même. Mais eux ils triaient parce que, il y a tout un système mis en jeu par la commune et par l'état pour. Mais... ce n'est pas seulement les poubelles, c'est tout le mode de vie qui est écolo! C'est pas seulement les poubelles, donc en fait, on est entraîné par ce système puisque finalement il y a toute l'infrastructure... pour, hein! Donc dans chaque immeuble il y a des grands containers de couleurs différentes, très grands,... les gens ont chez eux, déjà, quand ils arrivent dans l'appartement des casiers exprès pour poubelles blancs, jaunes etc. Trois, il y en avait trois.
- E: *Et vous dites que toute l'infrastructure est écolo...*
- Elle: Oui par exemple euh... il y a plein de poubelles dehors partout, euh... il y a tout un... je sais pas moi, ... les transports par exemple aussi: ça pollue, toutes ces voitures, tout ça... ben, eux ils ont un système tellement bien géré de transport public que beaucoup de gens ne prennent plus la voiture parce qu'ils n'attendent pas entre deux bus ! Enfin: c'est tout un mode de vie! Donc je crois que quand je dis "écolo partout", je parle... de tout un style de vie. Je veux bien, les poubelles: OK, c'est important, mais je crois que si on commence par les poubelles, il faut, je crois qu'il faut faire le tour euh...
- E: *Justement, si moi je vous dis: " il faut bien commencer par quelque chose " ?*
- Elle: Oui, c'est vrai, je suis d'accord qu'il faut commencer par quelque chose, moi je ne suis pas du tout contre, trier ! Mais moi je ne ferais, jamais rien euh... qui va me prendre du temps, de la place, qui ne va que me donner des... comment dire: pour moi, ça ne me donne que des contraintes! (Fatima)

« *Moi je ne suis pas contre, de trier. Mais je ne ferais jamais rien qui va me prendre du temps, de la place, qui ne va que me donner des contraintes !* » La contradiction est sublime et témoigne bien de ce qui se passe dans les têtes : tout le monde est pour **l'idée** du tri, même si les gestes sont plus difficiles à mettre en route. De même dans les extraits précédents : Marie-France maintient qu'elle est pour l'idée du tri alors qu'elle ne le fera jamais d'elle-même. Si on peut donc affirmer ne pas trier (et d'autant plus qu'on dénonce les incohérences du système), mais on ne peut pas ne pas trouver l'idée du tri sympathique ou avouer ne pas adhérer à l'idée du

tri. Le pression « verte » sociale est telle qu'il est de bon ton de défendre des idées en accord avec elle, même si le comportement ne l'est pas. Fatima et Marie-France ne mentent pas quand elles disent adhérer au concept du tri : sans doute effectivement est-il profondément ancré en elles. Ce sont les moyens qui font défaut, les raisons fondées du changement, de l'effort. Oui, le tri, c'est bien. Mais qu'on nous aide dans notre effort, par des moyens logistiques ou des motivations plus profondes au changement. Ne pas trier deviendrait une preuve de démarcation, de différence sociale, de possibilité de réflexion. C'est ce que nous allons voir tout de suite.

b.2. Je pense donc ... je ne trie pas

Nous avons vu précédemment comment le tri pouvait être utilisé comme facteur de distinction (en référence à son bien-fondé écologique ou au sens civique). Nous allons ici observer que le concept de facteur de distinction est certainement plus difficile à gérer (en terme de levier) qu'il y paraît : au contraire des témoignages précédents, le fait de ne **pas** trier ses déchets peut être valorisant, s'il est relié à une explication basée sur un travail de réflexion intellectuelle.

E: Qu'est-ce que vous auriez envie, besoin de savoir pour vous y mettre?

Elle: Ce qu'on en fait. Si ça apparaissait sur les produits, ça ne serait pas une mauvaise idée, ça. Ou par livrets... Moi je lis tous les livrets qu'on m'envoie. Je ne sais pas si tout le monde lit mais... ce genre de choses, oui. Il y a plein de moyens d'information: les médias, les livrets de la commune. Ou les propres supermarchés! Ou les propres je ne sais pas moi: les usines...

E: Les producteurs.

Elle: Les producteurs. Je n'avais pas pensé à ça mais c'est vrai qu'on ne les voit pas...! Avouez franchement...!

E: On n'est pas valorisé. On n'a aucun retour des...

Elle: Non! Non! On ne sait même pas! Je suis sûre qu'il y a plein de gens qui trient sans savoir même pourquoi. C'est stupide! Moi je ne trie pas mais je sais pourquoi. (Rire). Et je sais qu'il faudrait! (Marie-France)

La dernière phrase est porteuse d'une richesse infinie qui échappe sans doute à son auteur même : « *Moi je ne trie pas, mais je sais pourquoi. Et je sais qu'il faudrait !* » Sa deuxième partie témoigne de ce qui a été développé au point précédent : l'importance d'afficher son **adhérence** au **concept** de tri. La première révèle elle le bénéfice que tire Marie-France de son comportement : ne pas trier est pour elle un moyen d'afficher sa supériorité intellectuelle, sa capacité de raisonnement étant démontrée à travers la dénonciation des failles du système (« *Moi je ne changerai que si je vois un changement. Des sacs poubelles, de la praticité de la chose, un ramassage un peu plus régulier... (...) On nous demande de faire tout et finalement il n'y a rien qui est fait pour nous aider* »). Tant que les pouvoirs publics n'y mettront pas du leur (ou que le tri ne sera pas obligatoire), elle ne triera pas.

Lui: Depuis le moment où c'est devenu obligatoire, les gens trient.

E: C'est pas obligatoire, ici!

Elle: C'est suggéré.

Lui: C'est pas obligatoire, mais depuis le moment que ça a été suggéré...

Elle: Les gens ont commencé à le faire.

Lui: Il a commencé à avoir des petites menaces, d'avoir des...

Elle: De toutes façons, c'était sous-entendu comme ça: qu'un jour ce serait obligatoire, qu'il fallait commencer à le faire.

Lui: Oui c'est ça. Alors par exemple nos voisins ici, pendant un temps ils faisaient pareil que nous! Puis au moment où ils ont entendu à la radio que ça va bientôt être obligatoire, ils ont dit « merde », c'est son expression, « je vais le faire! ». Mais ça les dérange! (Marie-France et Luis)

Cet extrait nous rappelle la force de l'effet de l'obligation dans les actes même s'il témoigne à nouveau de son manque d'efficacité, si elle est utilisée seule, à opérer sur la motivation (« *Mais ça le dérange* »). De plus, il offre une nouvelle occasion au couple d'afficher la

cohérence de leur comportement, en même temps que leur capacité de réflexion : ajoutant cet extrait au précédent, Marie-France et Luis stigmatisent le fait que si c'est pour trier sans y trouver une raison profonde (outre l'obligation) ou en étant dérangé de devoir le faire, mieux vaut ne pas le faire (et c'est ce qu'ils font !). La même mise en avant de la nécessité de compréhension du geste qu'on pose (le tri) est reprise par Fatima, qui y voit aussi l'occasion de valoriser sa capacité de réflexion.

E: *Quelles sont les caractéristiques qui vous viennent à l'esprit quand vous pensez aux gens qui trient? Quelle image vous avez des gens qui trient?*

Elle: Pfff... Je pense qu'il est... maniaque, ou... Oui.

E: *Quelqu'un qui trie, c'est quelqu'un de maniaque.*

Elle: Maniaque, oui mais faut pas dire ça parce que je connais des gens qui trient et qui ne sont pas du tout maniaques, qui sont bordéliques et tout ça, mais je trouve qu'il est un peu fou quoi, il est un peu... Il perd son temps, excusez-moi mais il est un peu con quoi.

E: *Il perd son temps, il est un peu con, parce qu'il fait quelque chose sans savoir à quoi ça sert.*

Elle: Oui, c'est ça.

E: *C'est ça que vous voulez dire?*

Elle: Oui : parce qu'on lui a dit de faire ça, il le fait. Et parce qu'il pense qu'on ne va pas prendre ses poubelles ou j'en sais rien mais il fait ça... on lui a dit de faire ça, il le fait comme un âne quoi. Pour moi c'est un âne, excusez-moi, mais bon, j'ai tout à fait le respect hein... dans mes voisins d'en haut, c'est, pour moi c'est pas des cons loin, de là. Ils trient, quand je vais dans leur cuisine, ils sont allés en vacances, ils m'ont donné leur clé, j'étais dépassée par la place que les bouteilles de lait, elle a un bébé, les cartons qu'elle plie l'un sur l'autre, et les papiers, et les machins, ça prend tout le mur de la cuisine. C'est laid, c'est horrible, c'est le bordel, et alors il y a un autre truc avec tous les journaux de son mari, et un autre truc avec... elle trie, hein! Moi je, je peux pas faire ça.

E: *Et si vous donc euh...*

Elle: Moi je ferais ça si... si je connaissais les tenants et aboutissants de ce qu'on me demande, et que ces tenants et aboutissements me convainquent que ça en vaut la peine. (Fatima)

« *C'est laid, c'est horrible, c'est le bordel* », outre la valorisation de sa démarche intellectuelle, Fatima pointe ici un élément qui nous semble capital dans la compréhension de la perception sociale du déchet : ou bien sujet de conversation (comme c'était mis en avant chez Raoul et Fleur), ou bien puant, de l'ordre de l'indicible. Le tri est facilité quand il devient une pratique sociale, acceptée par tous et renforcé par une politique gouvernementale cohérente. En clair, quand on lui offre une place dans le langage, quand il devient sujet de conversation.

E: *Vous avez toujours vécu en Belgique?*

Elle: Non, dix ans ici en Belgique. J'ai vécu dans d'autres pays, en Europe et partout un peu dans le monde, hein. (...) J'ai vécu en Suisse, bon j'étais en Suisse, là c'est super propre, super écolo, tout ce qu'on veut, l'Autriche et tout ça. Mais là où on triait, c'est vrai qu'il y avait l'infrastructure. C'est toujours la même chose avec laquelle je reviens. Il y a mes parents qui trient...

E: *Si eux ont trié, c'est qu'ils s'étaient bien organisés, c'est ça que vous voulez dire?*

Elle: Oui, parce que franchement ma mère pour trier...! Et elle triait! Mais moi bon, trier ça m'embêtait, ça m'embêtait mais en bas, il y avait le bac spécial pour et tout bon... je le faisais.

E: *L'obligation était...*

Elle: Est-ce qu'elle était obligée? Non, elle n'était pas obligée mais elle le faisait parce qu'il y avait les trois poubelles prévues pour et on lui avait dit que c'était comme ça et que tout le monde faisait ça comme ça et qu'ils sont très écolos là-bas. Elle voyait bien que tout était très écolo à Vienne, en Autriche, que l'eau du Danube était super propre, que les gens sont éduqués comme ça, à l'extérieur on voit, les gens ne polluent pas, ils ne jettent pas, il n'y a pas trop de voitures. Tu sais, alors on apprend à vivre comme ça, c'est un esprit. Les gens, ils ont ça en eux, cette mentalité où il y a...

E: *C'est culturel.*

Elle: Je crois que c'est culturel, oui. Ça devient culturel peut-être. Il y a beaucoup d'argent dans le pays si vous voulez qui est destiné dans le... Il y a un budget **pour** rendre les choses moins toxiques. Il y a un budget, on est conscient, on en parle à la télévision. On envoie des journaux à la maison... Il y a une dynamique qui en fait fait que les gens sont comme ça, et les gens parlent de ça entre eux, et qui fait que...

E: *Justement, c'est une question que j'avais envie de vous poser: est-ce que vous avez déjà parlé de ça avec quelqu'un? Avec votre copain, ou des amis...?*

Elle: Non, tout ce dont je me plains, c'est que ça pue et c'est grand... Je me plains souvent de ça à mon copain mais c'est tout. Mais je ne parle pas des poubelles. (Fatima)

« *Les gens parlent de ça entre eux* »: c'est bien là qu'on observe la caractéristique du passage dans le culturel. Ce n'est plus de l'ordre du caché, du sale, de l'indicible : on en parle et on le voit (Fatima révèle l'existence de containers devant chaque maison, aux Pays-Bas). Les poubelles quittent la sphère du caché pour entrer dans les discours, le dicible. Actuellement, tout ce que l'on entend dans notre pays est de l'ordre de la plainte. L'amélioration est là (au moins, on en parle !) mais négative. La contradiction de Fatima en est d'ailleurs bien révélatrice : « *Tout ce dont je me plains c'est que ça pue et que c'est grand. Je me plains souvent de ça à mon copain mais c'est tout. Je ne parle pas des poubelles.* » Si on en parle, ce n'est que pour s'en plaindre. Ça on peut le reconnaître. En dehors de cette plainte, pas de discours, et on le souligne : tout comme « on ne regarde pas les poubelles de ses voisins », « je ne parle pas des poubelles ». L'absence de discours sur le sujet est révélateur, fait social. Au contraire des pays où le tri est assimilé dans sa pratique, et peut donc trouver une place dans la conversation usuelle (« *et les gens parlent de ça entre eux* »). Le changement des pratiques passera par un comportement global cohérent du gouvernement, et le passage dans les conversations en signera une des premières victoires.

Revenons à la possibilité de se distinguer par l'intellectualisation du refus de trier, avec un nouvel extrait de notre entretien avec Fatima.

E: *Est-ce que vous pensez que le fait d'avoir des enfants influence la manière de gérer les déchets?*

Elle: Pas du tout.

E: *Non? Il ne peut pas y avoir un lien?*

Elle: Je ne pense pas, non. Moi je crois que les gens qui disent "ça fait du bien à la planète" et tout ça, sont un peu utopiques. C'est des gens que je trouve, c'est des gens qui me disent "oui, je trie parce que j'ai des enfants et il faut bien les habituer parce que eux c'est le futur", tout ça.. Je n'y crois pas. C'est vrai que ça serait bien, parce qu'alors... ils ont la planète tout ça mais... Il y a tellement de choses qui ne sont pas bien faites et tout que finalement, commencer à leur bourrer le crâne avec ça euh.. pour qu'ils jettent dans trois poubelles différentes, pour les habituer, les éduquer comme ça.. parce que moi je ne suis pas convaincue, alors je ne vais pas le faire, non. (Fatima)

De façon similaire à ce que nous avons observé au début de ce chapitre (considérer le tri comme une possibilité de se donner bonne conscience à moindre frais, sans remettre en question notre comportement d'achat, par exemple), nous pouvons ici considérer le comportement de Fatima comme semblable, mais contraire.

E: *Et donc justement, vous qui remarquez que vous faites énormément de déchets, ça ne suffit pas à vous dire "Nom d'une pipe, c'est quand même vrai que... peut-être que je devrais m'arranger pour qu'on fasse quelque chose de tous les trucs que j'ai!" ?*

Elle: En fait c'est vrai, ça ne me touche nullement. Pourtant je ne peux pas dire que je suis quelqu'un euh... je veux dire euh j'essaie toujours de faire les choses, comment dire euh, pour pas ne porter de préjudices ou pour ne pas... Vraiment, ça c'est ma morale hein: vraiment aider l'autre. Mais je dis bien: l'être humain, hein! Mais... là euh non puisqu'on ne m'a pas.. de toutes façons, non, je ne sais même pas ce qui se passe avec tout ça. Moi je ne suis pas convaincue qu'on vit dans une société, je trouve ça presque hypocrite, quoi, de commencer à s'acharner sur les problèmes alors qu'il y a tellement de choses à gérer plus écolo, que vraiment m'embêter maintenant avec les poubelles...

E: *Ce qui fait que je dis que c'est presque un moyen de se donner une bonne conscience...*

Elle: C'est ça! C'est hypocrite, je trouve! Par rapport aux gens qui le font.. Moi je ne le fais pas et c'est presque, en fait je vais vous dire la vérité: je ne le fais pas, c'est presque... pas « rebeller », c'est trop fort mais c'est presque pour euh... pour montrer qu'en fait non, quand je vais faire... non!

E: *Marquer une opposition*

Elle: Oui, c'est ça. Parce que je ne suis pas tout à fait d'accord qu'on me dise de faire ça alors qu'il y a plein, plein, plein de choses qui ne vont pas, quoi! (Fatima)

En se persuadant du non-fondé du tri, en se plaignant de ne rien connaître de ses tenants et aboutissants tout en ne faisant rien pour se renseigner à ce sujet, nous pouvons en effet

considérer que Fatima se donne aussi bonne conscience à moindre prix. Se persuader de l'inutilité du tri, quand on ne trie pas, c'est le même principe que de se persuader de son utilité quand on trie ! La logique est la même, mais déplacée.

Ne pas trier peut donc être un facteur de distinction : ceux qui ont du mal à changer leurs habitudes peuvent y voir l'occasion de démontrer leur supériorité intellectuelle. Il est cependant une toute autre raison au non-tri, bien plus inconsciente peut-être encore que cette dernière, et dont nous retrouvons une ébauche dans le dernier extrait : l'identification **identitaire** comme bénéfice secondaire au non-tri.

« Je veux dire, bon, mes parents ils ont vécu à Vienne trois, quatre ans, c'est des méditerranéens, et trier les poubelles c'est même pas la peine de leur en parler, mais ils triaient leurs poubelles! Ils triaient leurs poubelles! Quand j'allais chez eux, bon moi ça m'embêtait mais je le faisais quand même. Mais eux ils triaient parce que, il y a tout un système mis en jeu par la commune et par l'état pour. Mais... ce n'est pas seulement les poubelles, c'est tout le mode de vie qui est écolo! » (Fatima)

La volonté de « rébellion » décrite plus haut par Fatima a un sens beaucoup plus révélateur qu'elle ne semble le laisser entendre (sans doute ne le connaît-elle elle-même pas consciemment) : elle témoigne de l'importance de se protéger d'un régime totalitaire.

E: *Vos voisins, vous parliez de vos voisins du dessus qui triaient... Vous faites parfois attention à ce qui se passe?*

Elle: J'ai compris qu'ils mettaient tout ce qui est boîtes dans des sacs bleus. Ils aplatissent les boîtes. Et ils ont des sacs noirs, voilà. Où ils mettent le reste. Et les bouteilles de verres, ils ne les jettent pas. Je ne sais pas, je n'ai pas discuté avec eux... Ils trouvent peut-être que je suis un peu sauvage de pas trier... (rigole) mais je crois que ce sont les seuls qui font ça, dans la rue.

E: *Et vous, (rigole) vous dites: " Peut-être qu'ils croient que je suis un peu sauvage "...*

Elle: Ben oui, puisque eux ils sont tellement en... en...

E: *Maniaques?*

Elle: Non, mais en règle ou je ne sais pas quoi... Ils suivent les règles.

E: *Parce que vous dites " Il y a des gens qui sont vraiment maniaques "...*

Elle: Oui! Maniaques, oui, bon ils ne sont pas maniaques. Ils ne sont pas naturellement maniaques mais... C'est une manie... pas une manie de l'ordre, mais une manie de suivre la règle. C'est presque comme des gens du communisme (rigole). On leur dit "C'est rouge " et ils admettent que c'est rouge. Parce qu'on sait que c'est rouge et que... (rigole), c'est un peu ça! C'est ça qui me fait rire en fait. (Fatima)

Elle qui nous a déjà témoigné de son vécu d'une obligation de tri comme contraire à la conception même d'une démocratie (« Vous savez, moi je viens d'un pays où tout était formulé en terme d'obligation, d'imposition. Ici, on est en démocratie. Alors si c'est pour nous imposer le tri, si c'est pour retomber dans un même système où on oblige, ce n'était pas la peine de partir! ») voit dans le refus du tri un moyen inconscient de rester fidèle à ses origines culturelles. Le refus conscient du tri trouve une source inconsciente dans la nécessité qu'elle a de rester identifiée à sa culture natale.

E: *C'est drôle que vous parliez de ça parce que... c'est quelque chose qu'un autre informateur a soulevé, il a dit: « Les Belges font ce qu'on leur dit de faire. » Et moi j'étais pas...*

Elle: Mais c'est vrai!

E: *Mais c'est vraiment très comique parce que c'est pas du tout comme ça que je perçois le peuple belge, moi. Au contraire, j'ai plutôt l'impression que les Belges sont récalcitrants...*

Elle: Ah non!

E: *...et qu'ils râlent et...*

Elle: Ils râlent mais... il suit la règle quand même! Plus que les Méditerranéens en tout cas. Certainement plus, oui (rigole). Les Espagnols, les Italiens... ils ne suivent pas les règles. Ici, c'est le Nord quand même hein! Pour nous, c'est le Nord hein ! Les gens qui suivent bien les règles euh... Quoique, dans la rue, je n'ai pas vu beaucoup de sacs bleus! On voit des sacs gris.

E: *Et ce côté « sauvage » que vous dites. 'Fin...c'est quand même un mot fort, « sauvage », hein?*

Elle: Oui parce que quelque part, je ne suis pas les règles. Et donc peut-être que ces gens-là pensent que moi je suis de la Méditerranée et que... c'est connu, on pense les gens de la Méditerranée, c'est le

bordel quoi! On fait ce qu'on veut, c'est l'anarchie, on ne suit pas les règles. Il n'y a pas de loi, il n'y a pas de code de la route.

E: *Et peut-être que c'est une revendication, ce que vous dites-là. C'est presque.. " Moi je viens de là, je fais pas et c'est normal, c'est parce que je viens de là."*

Elle: Non, ce n'est pas normal! Mais je ne sais pas... Peut-être qu'eux pensent que je suis sauvage. Moi je ne pense pas que je le suis mais peut-être qu'eux pensent que " Ah oui, elle ne trie pas ses poubelles, elle est sauvage ", je ne sais pas moi! L'anarchie! (rigole) Et je m'en fous au fond. Je ne fais pas attention à ce que les gens vont penser de moi, je m'en fous. (Fatima)

Dans le Nord, on suit les règles. Pour elle, ne pas trier ses poubelles, se « rebeller » comme elle disait, c'est inconsciemment un moyen d'affirmer son appartenance à la Méditerranée, un moyen de se définir par ses origines. Elle se voit « sauvage » en référence à un pays civilisé dans lequel on lui demande de trier ses déchets. De même pour Marie-France et Luis, qui affirmant le caractère « en règle » des Belges n'ont cessé de vanter les systèmes parisiens ou brésiliens et nous déclarent qu'ils vont bientôt quitter la Belgique. Donc pas d'utilité de s'y intégrer, pas d'enjeu d'intégration à travers le tri. (Comme nous l'avions au contraire précédemment observé à travers le témoignage de Sylvia). Plus haut dans l'entretien, Fatima définissait ses parents comme méditerranéens « *et pourtant, ils trient!* » L'identification à un peuple ou à son comportement peut donc freiner ou favoriser la poursuite d'un comportement ou une conduite. De même, Fatima définit et revendique comme un droit le fait de ne pas trier dans un pays démocratique où chaque individu est sensé être libre (par opposition aux régimes totalitaires : ici l'Algérie ou le communisme). L'imposition est donc d'autant plus vécue comme un frein à sa liberté individuelle, et donc diabolisée, rejetée.

Elle: Vous savez, c'est marrant hein mais ce n'est pas seulement la place, hein! C'est aussi quelque chose, c'est toujours la même chose, c'est une chose qu'on m'impose, on ne me dit pas pourquoi...

E: *Oui oui c'est ça, j'ai bien compris. Ce n'est pas juste une question de place, d'être en ville...*

Elle: Non! Ce n'est pas de la mauvaise foi ou... J'ai bien dit: « Ils pensent peut-être que je suis sauvage » mais... J'ai dit: « **Ils** pensent peut-être que... » Mais moi je ne pense pas que je suis sauvage, hein! Je ne pense pas du tout que en faisant ça... Je suis sauvage dans le sens que je ne fais pas comme les autres, hein. Je suis marginale. Marginalisée parce que bon, je crois que... pour moi, c'est comme ça mais peut-être que pour quelqu'un d'autre, il suffit de lui dire " Voilà du papier, c'est poubelle, parce que ce n'est pas bien pour la société ou parce que c'est... tu pollues ", ça lui suffit ! Pour moi, ça ce n'est pas normal. Je trouve que c'est des gens un peu cons, bornés, ceux qui font ça. A moins qu'eux soient allés se renseigner et qu'ils sont convaincus ! Moi, si il y a un trieur qui vient m'expliquer pourquoi il le fait et tout et bien et machin, OK je le respecte. Un trieur qui fait ça comme ça, c'est qu'il est con. Il est idiot. (...) Parce que faire comme ça, comme un âne, alors que d'un autre côté, on fait euh, je ne sais pas moi,... (silence). Il faut faire les choses de façon intelligente. On a un cerveau, on réfléchit, on raisonne, on fait des choses. Voilà. (Fatima)

Dans le contexte de ce vécu extrêmement négatif de l'imposition, la marginalisation est une marque de discrimination positive, car elle stigmatise la population de référence par rapport à laquelle elle se définit : « *des cons, bornés, ceux qui font ça* ». Effectivement, dans un tel contexte, on a tout intérêt à être marginalisé (et donc à rappeler ses origines méditerranéennes !) Le non-tri est donc un moyen de se distinguer et, au-delà, d'être fidèle à sa culture d'origine.

Plus qu'un simple refus conscient d'un effort vécu comme unilatéral, nous voyons que le refus du tri trouve aussi sa source dans des bénéfices identitaires beaucoup plus inconscients et profonds. A défaut de pouvoir les utiliser en terme de leviers (leur nombre et leur diversité étant trop importants), nous pensons cependant qu'il est important de connaître leur existence en regard de l'éclairage qu'ils peuvent nous apporter lors de l'élaboration de ces « solutions » pour un changement durable des comportements.

6. Les variables psychosociales

Sous la dénomination de variables psychosociales, nous allons rassembler la pression externe, les motivations supplémentaires et les obstacles. Nous pensons que ces thématiques influencent les actions environnementales du tri et de l'achat et nous voulons étudier l'influence que ces variables exercent sur le tri et l'achat.

Dans le but de simplifier l'interprétation, nous désirons travailler sur un score unique par thématique plutôt que sur chaque indicateur. Nous avons vérifié par des analyses statistiques, à savoir l'analyse en composante principale et l'alpha de Cronbach, que les indicateurs d'une thématique renvoient bien à un seul construit et qu'ils peuvent donc être regroupés en un seul score.

6.1. Elaboration d'un score unique

a. Connaissance

Pour la thématique de la connaissance, 3 facteurs apparaissent suite à l'analyse en composante principale et expliquent 60% de la variance. Les résultats de l'alpha de Cronbach indiquent une certaine cohésion entre les indicateurs pour chaque facteur : $\alpha = .71$ pour le facteur 1, $\alpha = .67$ pour le facteur 2 et $\alpha = .56$ pour le facteur 3. On remarque que seuls les coefficients des 2 premiers facteurs présentent un niveau acceptable. Le détail des analyses se trouve dans l'annexe 16.

Sur base de ces résultats, nous allons créer 2 groupes en nous basant sur les facteurs de l'analyse en composantes principales : les groupes « effet de serre » et le groupe « pollution de l'air ». Les indicateurs du troisième facteur seront analysés individuellement.

b. Valeurs

On remarque qu'un seul facteur apparaît suite à l'analyse en composante principale et qu'il explique 55 % de la variance. Les résultats de l'alpha de Cronbach standardisé indiquent une forte cohésion entre les différents indicateurs : $\alpha = .82$. Nous pouvons utiliser un score unique pour parler des valeurs des individus vis-à-vis du recyclage des déchets ménagers. Le détail des analyses se trouve dans l'annexe 16.

c. Activités

On remarque que 2 facteurs émergent suite à l'analyse en composante principale et qu'ils expliquent 50 % de la variance. Les résultats de l'alpha de Cronbach indiquent une faible cohésion entre les différents indicateurs : $\alpha = .64$ pour le facteur 1 et $\alpha = .53$ pour le facteur 2. Nous allons donc prendre les 7 indicateurs séparément. Le détail des analyses se trouve dans l'annexe 16.

d. Conséquences du recyclage

On remarque que 2 facteurs apparaissent suite à l'analyse en composante principale et qu'ils expliquent 64 % de la variance. Les résultats de l'alpha de Cronbach indiquent une faible cohésion entre les différents indicateurs : $\alpha = .43$ pour le facteur 1 et $\alpha = .39$ pour le facteur. Nous allons donc prendre les 4 indicateurs séparément. Le détail des analyses se trouve dans l'annexe 16.

e. Obstacles

On remarque que 2 facteurs émergent suite à l'analyse en composante principale et qu'ils expliquent 58 % de la variance. Les résultats de l'alpha de Cronbach indiquent une faible cohésion entre les différents indicateurs des 2 facteurs : $\alpha = .70$ pour le facteur 1 et $\alpha = .29$ pour le facteur 2. Nous n'allons pas réaliser de regroupements entre les indicateurs et nous allons prendre les 5 indicateurs séparément. Le détail des analyses se trouve dans l'annexe 16.

7. L'influence conjointe des variables démographiques et psychosociales

Dans les analyses précédentes, nous avons mis en évidence l'influence que la pression externe exerce sur le tri. Nous désirons maintenant observer l'impact des variables démographiques sur les actions environnementales du tri et des critères d'achat. Nous souhaitons aussi examiner l'influence conjointe des variables démographiques et des variables psychosociales (la pression externe, les obstacles et les motivations). En effet, nous pensons que ce dernier modèle prédira mieux le tri et l'achat que les modèles s'appuyant seulement sur les aspects démographiques ou psychosociaux. Nous allons examiner ces relations par le biais d'analyses de régression multiples et nous présenterons les variables qui prédisent significativement les actions environnementales du tri et de l'achat.

7.1. Influence sur le comportement de tri

Pour rappel, dans le modèle qui teste l'impact de la pression externe sur le tri, on observe que la pression externe prédit le tri ($R = .39$). Nous voulons vérifier si un modèle plus complet prédit beaucoup mieux le tri. C'est pourquoi, nous ajoutons les variables démographiques au modèle précédent. Nous pouvons aussi examiner si le modèle précédent améliore encore la prédiction lorsqu'il est complété par les variables psychosociales. Seules les relations significatives ($p < .01$) sont représentées dans le tableau. Le détail de l'analyse se trouve dans l'annexe 17.

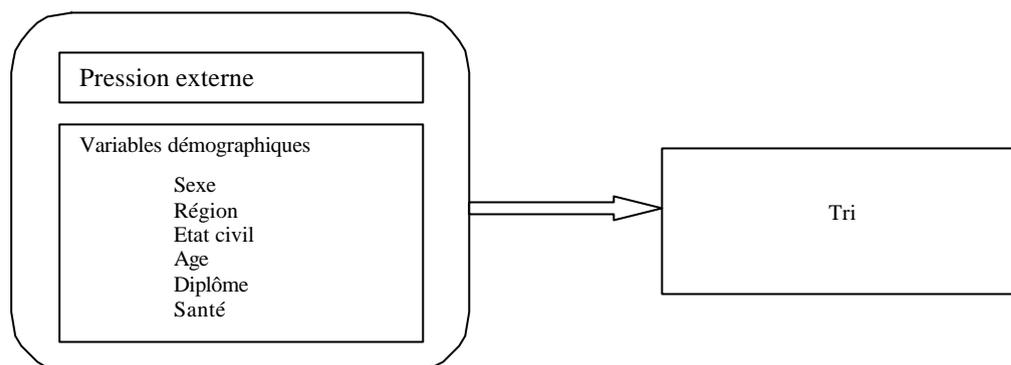


Figure 2.26 : la pression externe et les variables démographiques comme prédicteurs

Tri R ² = .45	Coefficient	T
Pression externe	0.38	45.91****
Régions	0.56	19.43****
Flandre-Wallonie	0.11	11.01****
Marié	0.16	8.75****
Diplôme	0.01	5.74****
Santé	0.04	4.14****

Tableau 2.12 : moyennes pour les critères d'achat (PSBH 1998, tous les répondants)

Ce modèle prédit mieux le tri (R^2 augmente de manière significative, $F(9, 6297) = 21.09****$) même si la pression externe reste le prédicteur du tri le plus important. Parmi les variables démographiques, c'est principalement la région et l'état civil qui prédisent le comportement de tri. En effet, les personnes qui habitent en Flandre trient plus que celles qui habitent en Wallonie. Et les personnes qui habitent la Wallonie trient plus que les personnes qui habitent Bruxelles. Au niveau de l'état civil, ce sont les personnes mariées qui montrent le comportement de tri le plus intense. On note aussi que le niveau d'étude (diplôme) prédit le tri. Ainsi, plus les personnes ont un diplôme élevé, plus elles disent qu'elles trient leurs déchets ménagers. La santé semble jouer un rôle dans la prédiction du comportement de tri. En effet, plus les individus se disent en bonne santé, plus ils disent trier.

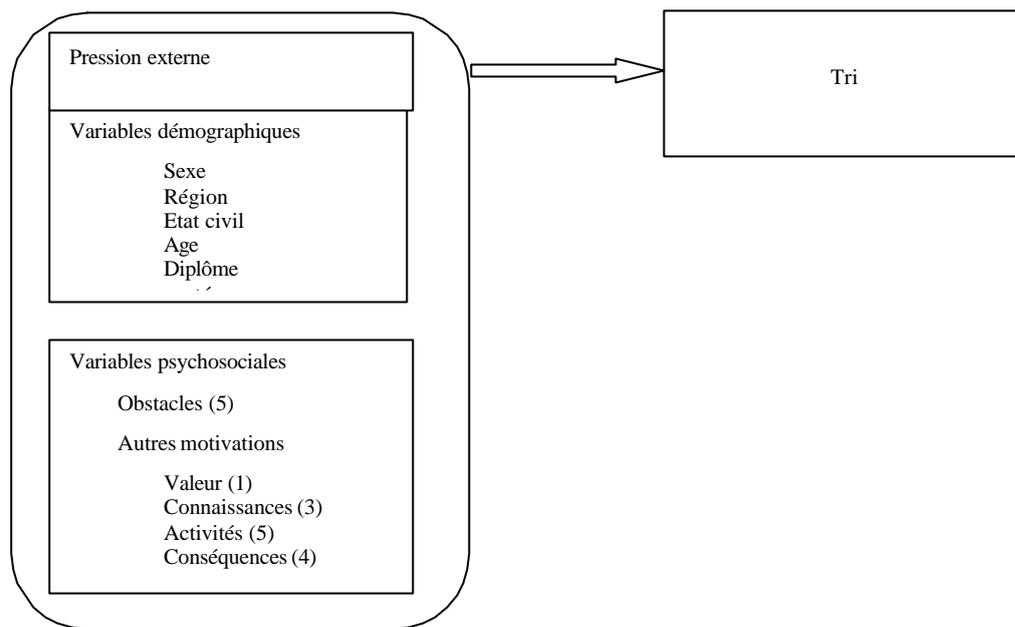


Figure 2.27 : la pression externe, les variables démographiques et les variables psychosociales comme prédicteurs

Tri R ² = .49	Coefficient	T
Pression externe	0.34	38.60****
Régions	0.54	18.08****
Flandre-Wallonie	0.28	12.52****
Valeur	0.15	11.22****
Marié	0.16	7.53****
Avoir pris part à une action pour la protection de l'environnement	0.15	6.67****
Espace disponible pour trier	0.02	5.19****
Ramassage fréquent	0.02	5.52****
Diplôme	0.01	4.09****
Age	0.001	3.69***
Avoir lu un article sur la protection de l'environnement	0.08	3.54***
Évite de nouvelles taxes	0.02	2.76**

Tableau 2.13 : moyennes pour les critères d'achat, (PSBH 1998, tous les répondants)

On remarque que ce modèle prédit encore un peu mieux le comportement de tri (augmentation significative du R²). Comme nous l'avons vu précédemment, la pression externe ainsi que la région influencent massivement le tri. Les autres variables démographiques continuent aussi de jouer un rôle important.

On remarque que les valeurs et deux types d'activité à savoir «avoir pris part à une action pour la protection de l'environnement» et «avoir lu un article sur la protection de l'environnement» améliorent la prédiction du comportement de tri. Enfin, on note deux obstacles qui prédisent de manière significative le comportement de tri à savoir «le ramassage fréquent des sacs-poubelles» et «l'espace que l'on a chez soi pour trier les déchets».

7.2. Influence sur les critères d'achat

Dans le modèle qui teste l'impact de la pression externe sur les critères d'achat, on observe une très faible prédiction de ceux-ci ($R^2 = 007$). Nous voulons voir si la prédiction s'améliore lorsque que le modèle est complété par les démographiques. Ensuite nous allons tester le modèle mais complété par les variables psychosociales. Nous pensons que ce dernier modèle donnera la meilleure prédiction d'arguments d'achat. Seules les relations significatives ($p < .01$) sont représentées dans le tableau 16. Le détail de l'analyse se trouve dans l'annexe 18.

Arguments d'achat $R^2 = .03$	Coefficient	T
Diplôme	0.02	6.83****
Pression externe	0.05	6.33****
Marié	0.09	4.82****
Santé	0.05	4.43****
Sexe	0.05	3.19**
Célibataire	-0.08	-2.87**

Tableau 14 : la pression externe et les variables démographiques comme prédicteurs, (PSBH 1998, tous les répondants)

On remarque que même si ce modèle prédit mieux les arguments d'achat favorables à l'environnement, la prédiction reste très faible. Les variables démographiques qui les prédisent sont principalement le diplôme, l'état civil et la santé. La pression externe prédit aussi les arguments d'achat mais contrairement à ce qui se passe pour le tri, la pression n'est pas la variable qui prédit le plus l'achat.

Arguments d'achat $R^2 = .12$	Coefficient	T
Valeur	0.12	8.88****
Avoir pris part à une action pour la protection de l'environnement	0.17	7.26****
Avoir voté pour un parti écologique	0.17	7.18****
Avoir lu un article sur la protection de l'environnement	0.11	4.80****
Pression externe	0.04	4.45****
Effet de serre	0.17	4.05****
Avoir participé à une réunion d'une association pour la protection de la nature	0.13	3.92****
Marié	0.07	3.35***
Santé	0.03	3.00**
Flandre-Wallonie	0.06	3.04**
Évite de nouvelles taxes	0.02	2.70**

Tableau 2.15 : la pression externe, les variables démographiques et les variables psychosociales comme prédicteurs, (PSBH 1998, tous les répondants)

Le modèle complet (pression externe, variables démographiques, variables psychosociales) donne la meilleure prédiction des arguments d'achat. On note que ce n'est plus la pression externe ni le diplôme mais les valeurs qui les prédisent le mieux. De plus, les activités et les connaissances liées à l'environnement interviennent dans la prédiction du comportement, plus encore que les variables démographiques.

En conclusion, on remarque que le tri est surtout prédit par la pression externe, par le fait d'habiter en Flandre ou en Wallonie plutôt qu'à Bruxelles et par les valeurs vis-à-vis du recyclage des déchets ménagers. Par contre, les variables qui prédisent le mieux les arguments

d'achat sont les valeurs vis-à-vis du recyclage des déchets ménagers, le fait d'avoir voté pour un parti écologique et d'avoir pris part à une action pour la protection de l'environnement.

7.3. Prédications pour les deux groupes de pression externe

Nous allons examiner si les variables qui prédisent le tri et les arguments d'achat sont les mêmes dans les deux groupes de pression externe. L'intérêt de cette analyse est de pouvoir apprécier le rôle des variables démographiques et des variables psychosociales en ne se préoccupant plus de l'impact massif de la pression externe.

Dans un premier temps, les analyses basées strictement sur les prédicteurs démographiques (voir annexe 19) permettent d'observer que, lorsque la pression est faible, le coefficient de corrélation multiple est relativement important ($R^2 = .20$) pour la prédiction du tri mais demeure très modeste ($R^2 = .05$) pour la prédiction des arguments d'achat. De manière attendue, cette relation se trouve réduite lorsque la pression externe est forte. En effet, le coefficient de corrélation multiple s'avère cette fois modeste ($R^2 = .08$) pour la prédiction du tri et quasiment nul ($R^2 = .02$) pour la prédiction des arguments d'achat.

La prise en compte des variables psychosociales permet d'améliorer nettement la performance des modèles prédictifs. De fait, lorsque la pression est faible, le coefficient de corrélation multiple atteint un niveau assez impressionnant ($R^2 = .30$) pour la prédiction du tri et relativement important ($R^2 = .20$) pour la prédiction des arguments d'achat. Comme on peut s'y attendre, cette relation est moins nette lorsque la pression externe est forte. En effet, le coefficient de corrélation multiple est toujours honorable ($R^2 = .14$) pour la prédiction du tri tandis qu'il n'est plus que modeste ($R^2 = .10$) pour la prédiction des arguments d'achat.

En somme, on constate que la pression externe s'accompagne d'une diminution assez marquée de la relation entre les variables démographiques et psychosociales d'une part et le tri et les arguments d'achat d'autre part. Un autre fait intéressant concerne la meilleure capacité des variables à prédire le tri qu'à prédire les arguments d'achat. Enfin, et surtout, nous observons le rôle prédictif important des variables psychosociales au-delà des seules variables démographiques. Par exemple, on multiplie par 4 la variance expliquée dans la prédiction des arguments d'achat lorsque l'on passe d'une prise en compte des variables démographiques à un modèle complet qui comprend les variables psychosociales.

Nous présentons les résultats pour le tri et pour l'achat de manière comparative en indiquant les variables qui prédisent significativement ces 2 comportements. Le détail de l'analyse se trouve dans l'annexe 19.

		Tri		Achat	
		pression faible t	pression forte t	Pression faible t	pression forte t
Région d'habitation	Flandre-Wallonie	11.92	10.83	4.25	
	Régions	14.21	10.36	2.88	
Marié		3.74	7.44		2.76
Age			3.27		
Diplôme		4.08			
Obstacles	Ramassage		7.35		
	Espace disponible	2.69	5.32		
Valeurs		5.71	9.60	5.48	6.71
Connaissances	Effet de serre			3.47	

Activités	Participer à un réunion d'association de protection de la nature				3.69
	Voter pour un parti écologique			3.82	6.24
	Lire un article sur la protection de l'environnement		3.38	2.91	3.78
	Prendre part à une action pour la protection de l'environnement	4.71	3.60	5.68	5.05
	Regardé un programme TV sur la protection de l'environnement				2.82
Conséquences	Evite de nouvelles taxes	3.63			

Tableau 2.16 : les variables démographiques et les variables psychosociales comme prédicteurs du tri et de l'achat, en fonction de la pression externe, (PSBH 1998, tous les répondants)

Note : Seuls les coefficients significatifs sont repris dans le tableau. Les coefficients en gras indiquent la présence d'une interaction entre la pression externe et le prédicteur.

Si on examine les variables qui prédisent spécifiquement le tri ou les arguments d'achat, on remarque par exemple que les obstacles tels que le ramassage et l'espace prédisent le tri surtout quand la pression est forte. Quand la pression est faible, c'est plutôt le diplôme qui prédit le tri.

Quand la pression est forte, les arguments d'achat sont prédits par les activités comme la participation à une réunion d'association de protection de la nature et la lecture d'un article sur la protection de l'environnement. Les connaissances sur les éléments qui contribuent à l'effet de serre prédisent les arguments d'achat quand la pression est faible. Notons que seules les valeurs prédisent le tri et les arguments d'achat, quelque soit l'intensité de pression auquel on est soumis.

Nous pouvons illustrer de façon concrète les différences entre les variables qui prédisent le tri et les arguments d'achat dans les deux groupes de pression. Pour le tri, nous pouvons prendre le niveau d'étude et examiner les moyennes pour chaque groupe et pour les arguments d'achat, nous prendrons la variable 'Prendre part à une action pour la protection de l'environnement'.

a. Exemple pour le tri

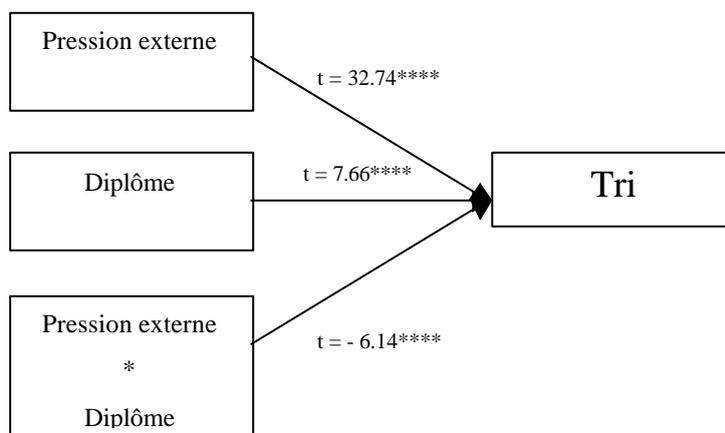


Figure 2.28 : prédiction du tri à partir de la pression externe et du diplôme

	Faible pression	N	Forte pression	N
Primaire	2.25	258	3.61	728
Secondaire inférieur	2.39	402	3.64	1216
Secondaire supérieur	2.60	468	3.68	1497
supérieur	2.70	539	3.68	1344

Tableau 2.17 : moyennes du tri dans les différentes catégories de diplôme en fonction de la pression externe

On note que les individus trient plus dans le groupe forte pression, quel que soit le diplôme. Par contre, dans le groupe faible pression, plus le diplôme est élevé, plus les individus trient.

b. Exemple pour les arguments d'achat

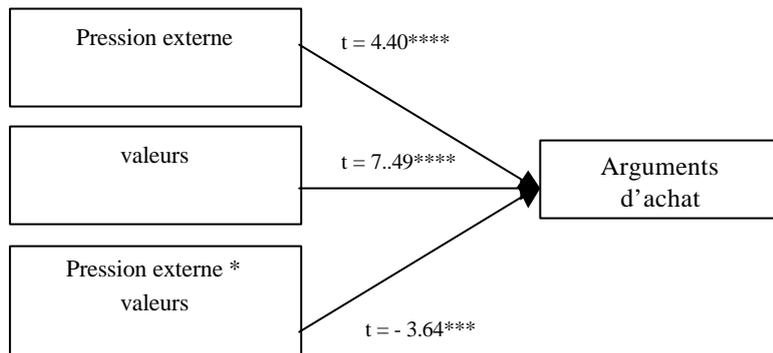


Figure 2.29 : prédiction des arguments d'achat à partir de la pression externe et des valeurs attribuées au recyclage

Les valeurs	Faible pression	N	Forte pression	N
Pas importante	1.34	28	1.62	53
2	1.54	143	1.69	228
3	1.75	597	1.87	1612
4	1.93	806	2.01	2104
Très importante	2.09	258	2.03	789

Tableau 2.18 : moyennes pour les arguments d'achat dans les différentes catégories de participation à une réunion d'association de protection de la nature en fonction de la pression externe

Le tableau 2.18 confirme l'interaction entre les deux variables à savoir que le gain provoqué par les valeurs attribuées au recyclage en matière d'attention aux critères d'achat est plus net en cas de faible pression qu'en cas de forte pression. Nous avons représenté cette relation dans la figure 2.30.

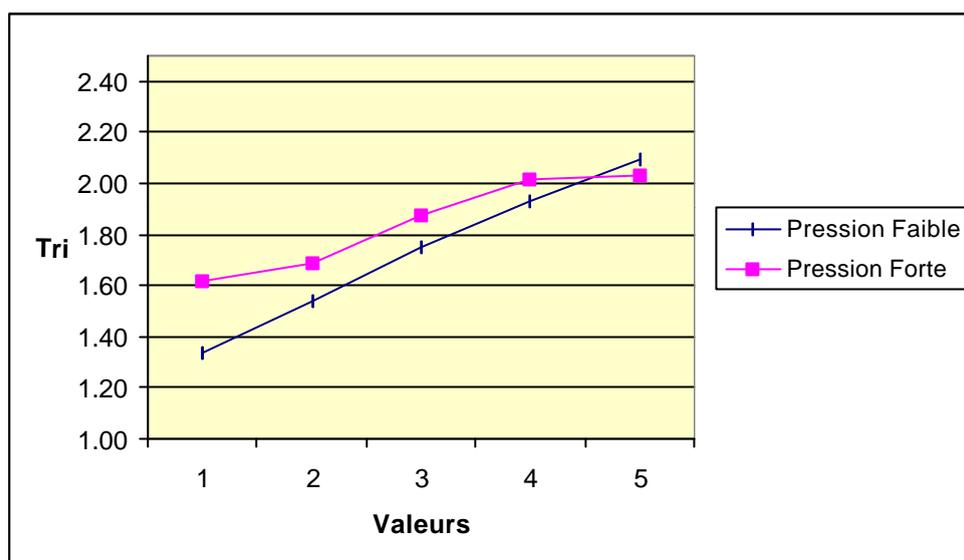


Figure 2.30 : prédiction des arguments d'achat à partir de la pression externe et des valeurs attribuées au recyclage

7. 4. Corrélation canonique

Après avoir étudié indépendamment les prédictors du tri et des arguments d'achat, nous allons aussi les examiner en même temps. De fait, alors que la régression ne prédit qu'une seule variable dépendante à la fois, la corrélation canonique nous permet de prédire plusieurs variables dépendantes en même temps. Cette approche, même si elle s'avère un peu plus complexe à l'énorme avantage de tenir compte des liens qui existent entre le tri et l'achat.

Afin de nous guider dans l'interprétation des données, nous allons réaliser deux analyses différentes en corrélation canonique, une sur le groupe des individus qui ressentent une forte pression externe et l'autre sur le groupe des personnes qui ressentent une faible pression externe. Nous pourrions ainsi voir les variables qui différencient ces 2 groupes. Le tableau suivant présente les coefficients canoniques standardisés pour les fonctions linéaires retenues. Le détail des analyses se trouve dans l'annexe 20. Nous avons indiqué en gras les fortes corrélations entre les variables démographiques et psychosociales et les comportements de tri et d'achat.

		Fonction canonique 1		Fonction canonique 2	
		Faible	Forte	Faible	Forte
Pression externe					
Sexe		-0.01	-0.00	-0.17	0.08
Flandre-Wallonie		0.51	0.40	-0.35	-0.23
Régions		0.54	0.35	-0.58	-0.32
Marié		0.16	0.32	-0.02	-0.06
Veuf		0.00	0.12	-0.05	0.02
Célibataire		-0.04	-0.10	0.03	0.08
Age		0.07	0.14	-0.02	-0.05
Etude		0.17	0.09	-0.04	0.04
Santé		-0.07	-0.08	-0.19	-0.07
Obstacles	Bulles	0.01	-0.03	0.09	-0.12
	Parc à conteneur	0.02	-0.01	-0.23	0.00

	Ramassage	0.08	0.26	-0.16	-0.24
	Espace disponible	0.09	0.20	-0.11	-0.10
	Organisation	-0.01	0.03	0.03	0.04
Valeur		0.32	0.50	0.15	0.09
Connaissances	Serre	0.09	-0.01	0.31	0.18
	Air	-0.01	-0.02	0.04	0.04
	Nappe d'eau souterraine	0.03	0.08	-0.04	0.08
	Centrale nucléaire	0.00	0.03	-0.11	-0.11
	Décharge de produits dangereux	-0.07	-0.06	0.07	0.01
Activités	Réunion d'association de protection	0.03	0.02	0.10	0.23
	Réunion d'un parti écolo	0.10	-0.07	0.08	0.03
	Voter écolo	0.13	0.08	0.22	0.33
	Lire un article	0.08	0.20	0.22	0.12
	Prendre part à une action	0.26	0.21	0.22	0.17
	Regardé un programme TV	0.06	0.03	-0.05	0.17
	Promenade dans la nature	0.05	-0.02	0.12	0.11
Conséquences	On évite de nouvelles taxes	0.16	0.08	-0.01	0.07
	L'environnement est protégé	0.06	-0.04	-0.02	0.00
	Il faut beaucoup d'argent pour le traitement des déchets triés	-0.05	-0.06	0.07	-0.07
	On découvre de nouveaux matériaux	-0.04	-0.00	-0.13	0.08
Coefficients canoniques standardisés pour les critères					
Tri		0.80	0.87	-0.71	-0.52
Achat		0.39	0.36	1.00	0.95

Tableau 2.19 : poids des fonctions canoniques (PSBH 1998, tous les répondants).

Nous allons nous intéresser au signe et à l'importance des poids canoniques assignés à chaque variable. Les variables qui possèdent un coefficient standardisé élevé contribuent plus à la détermination de la fonction canonique que les autres.

Nous remarquons que le tri et les arguments d'achat déterminent chacun une fonction. En d'autres termes, le tri et l'achat sont relativement indépendants et sont prédits par un ensemble de variables assez distinct. Toutefois, on constate que le tri et l'achat sont plus liés quand la pression externe est faible (voir tableaux 2.18 et 2.19). Ce résultat confirme de façon indiscutable l'absence relative de lien entre achat et tri que nous avons déjà constaté dans les analyses de régression.

Corrélation	Faible pression	Forte pression
Tri-Achat	0.35	0.17

Tableau 2.20 : Corrélation entre tri et achat au sein de chaque groupe de pression

8. Variables complémentaires

Les variables complémentaires sont composées de 5 thématiques. Les questions ont été posées à chaque adulte du ménage. Les données brutes sont présentées dans l'annexe 21.

Dans un premier temps, nous présentons les tableaux de fréquences relatifs aux thématiques qui composent les variables complémentaires. Ensuite, nous étudierons les relations entre ces variables et les 4 groupes.

8.1. Présentation des variables complémentaires

a. Les termes associés à l'environnement

Dans la liste suivante, choisissez 3 termes qui sont, selon vous associés à l'environnement				
%	Premier terme associé à l'environnement (N=6788)	Deuxième terme associé à l'environnement (N=6774)	Troisième terme associé à l'environnement (N=6741)	Total
Air	31.4	16.8	10	58.2
Animaux	3.2	6.0	6	15.2
Futur	5.1	5.7	6.6	17.4
Beauté	1.4	1.8	2.6	5.8
Calme	2.3	3.1	2.9	8.3
Campagne	4.3	5.7	5.4	15.4
Eau	8.7	22.7	12	43.4
Écosystème	9.0	5.9	7.1	22
Famille	2.8	3.2	2.5	8.5
Humanité	4.3	5.4	6.1	15.8
Patrimoine	0.7	1.3	2.2	4.2
Planète	6.1	5.1	7.3	18.5
Politique	0.7	0.9	1.6	3.2
Présent	0.2	0.3	0.6	1.1
Santé	16.9	9.8	12.8	39.5
Végétation	2.0	4.8	9.7	16.5
Ville	0.4	0.4	1.2	2
Voisinage	0.7	1.1	3.4	5.2

Tableau 2.21 : Tableau récapitulatif des différents termes associés à l'environnement en fonction de leur ordre de sélection

b. Le principal responsable de la pollution

Quel est, selon vous, le principal responsable de la pollution de l'environnement ? (N=6560)	
Les entreprises	59.6%
La population	34.3%
Sans opinion	6.1%
	100%

Tableau 2.22 : Tableau récapitulatif de la principale responsabilité de la pollution

c. Les solutions pour résoudre les problèmes posés par les déchets

D'après vous, quelles sont les deux principales solutions pour résoudre les problèmes posés par les déchets ? Ils peuvent être résolus... (N=6742)			
	Premier choix	Second choix	total
Avec de l'imagination	4.1	2.9	7
Par une modification des modes de vie	30.1	13.2	43.3
Par des actions menées au sein de chaque foyer	15.1	13.4	28.5
Par des actions menées par des autorités publiques	11.2	13.2	24.4
Par des actions menées par des organisations internationales	5.0	7.6	12.6
Par des actions menées dans chaque quartier par les habitants	2.5	5.7	8.2
Par le développement de l'attrait économique des déchets	13.8	18	31.8
Par une amélioration des systèmes de production industrielle	14.5	16.9	31.4
Par des campagnes de sensibilisation	3.8	9.1	12.9

Tableau 2.23 : Tableau récapitulatif des solutions aux déchets

d. Pollueur

Vous considérez-vous comme quelqu'un qui pollue l'environnement ? (N=6840)	
Non	30%
Oui, moins que les autres	31%
Oui, comme les autres	38.6%
Oui, plus que les autres	0.4%
total	100%

Tableau 2.24 : Tableau récapitulatif de la responsabilité personnelle de la pollution

e. Les conséquences du recyclage des déchets ménagers

Selon vous est-il vraisemblable que le recyclage des déchets ménagers ait pour conséquence que...						
	Très improbable				Très probable	total
On évite de nouvelles taxes (N=6784)	39.5	14.9	21.3	11.7	12.6	100%
L'environnement est protégé (N=6818)	3.3	4.4	18.2	30.0	44.1	100%
Il faut beaucoup d'argent pour le traitement des déchets triés (N=6773)	2.9	5.7	22.3	27.7	41.4	100%
On découvre de nouveaux matériaux (N=6747)	9.9	10.1	34.2	22.6	23.3	100%

Tableau 2.25 : Tableau récapitulatif des conséquences du recyclage

La lecture des tableaux 2.21 à 2.25 nous amène tout naturellement aux commentaires suivants :

- *les termes associés à l'environnement* : Ce sont les termes air, eau, santé qui sont le plus souvent associés à l'environnement
- *le principal responsable de la pollution* : la majorité des répondants attribuent la principale responsabilité de la pollution aux entreprises
- *les solutions pour résoudre les problèmes posés par les déchets* : les solutions pour résoudre les problèmes des déchets sont tout d'abord entre les mains des individus (modification des modes de vie et action au sein des foyers). Ensuite, les solutions sont de type économique et technique.
- *le fait de se considérer comme quelqu'un qui pollue l'environnement* : les répondants ne se considèrent pas plus pollueurs que les autres individus.
- *les conséquences du recyclage des déchets ménagers* : les conséquences sont perçues à la fois comme étant écologiques, mais également très coûteuses.

8.2. Liens entre les variables complémentaires, le tri et la pression externe

Nous allons examiner les relations qui existent entre les variables complémentaires, le tri, la pression externe et l'achat au moyen d'analyses de correspondances multiples. Pour faciliter l'examen des relations entre ces différentes variables, nous avons tiré profit du croisement entre la variable tri et la pression externe pour composer 4 groupes. Ces groupes sont les mêmes que ceux définis précédemment dans l'analyse de régression entre le tri, la pression externe et les critères d'achat. Après analyse des résultats, nous n'avons retenu que la thématique des mots associés à l'environnement. En effet, nous avons constaté que les 3 autres thématiques différenciaient très peu les groupes. En somme, la présente analyse vise à caractériser les quatre groupes et à voir, par le biais des associations de mots, comment chacun de ces quatre groupes perçoit l'environnement.

L'analyse de correspondances multiples comprenant les 4 variables complémentaires est reprise dans figure 2.31 (pour les détails de l'analyse, voir annexe 22).

a. Les groupes, l'achat et les mots associés à l'environnement

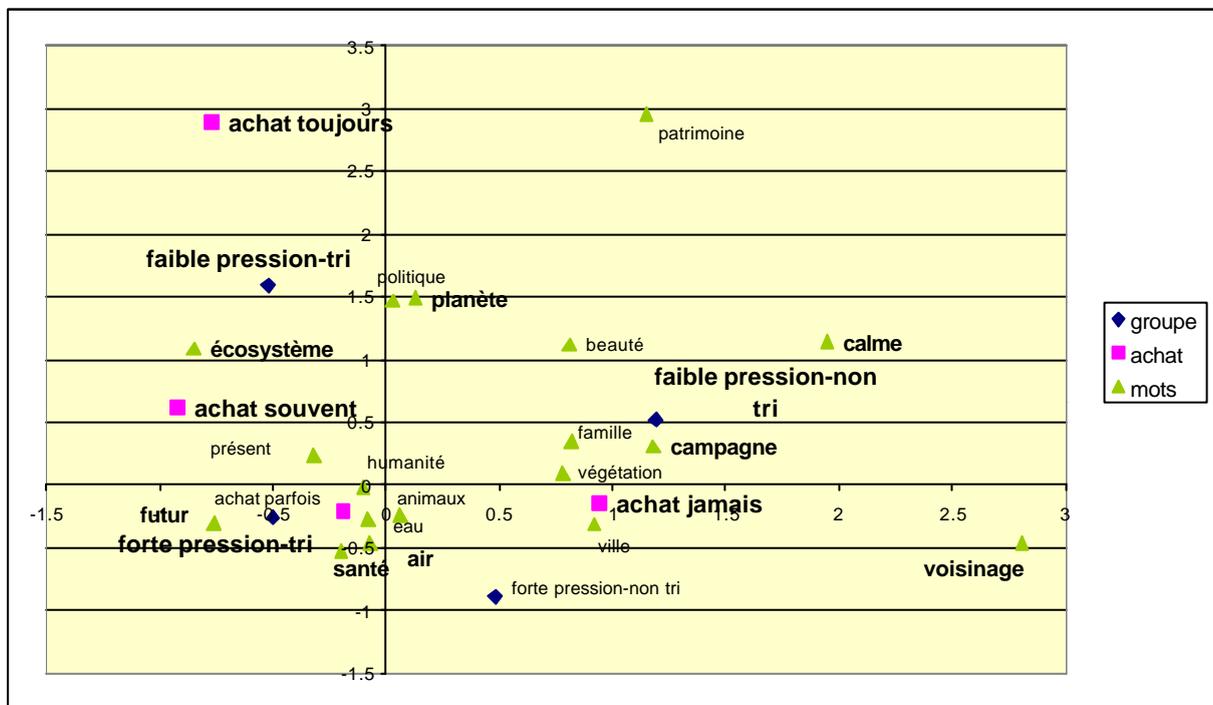


Figure 2.31 : l'analyse de correspondances multiples sur les groupes, l'achat et les associations de mots (PSBH 1998, tous les répondants)

Nous avons indiqué en gras les modalités qui apportent la plus grande contribution à la construction de l'espace et qui vont servir à caractériser les relations entre les variables.

La première dimension oppose les 'indifférents' (pas obligés de trier et ne trient pas ainsi que jamais attentifs aux achats) aux 'réactifs' (obligés de trier et trient ainsi que souvent attentifs aux achats). Les mots associés à chaque groupe touchent des niveaux de préoccupations différents. Le groupe des 'indifférents' associe à l'environnement des mots tels que 'campagne', 'calme' et 'voisinage'. Le groupe des 'réactifs' associe à l'environnement des mots tels que 'futur', 'air' et 'santé'.

La deuxième dimension oppose les 'proactifs' (pas obligés de trier mais trient et toujours attentifs aux achats) aux 'réfractaires' (obligés de trier mais ne trient pas et souvent attentifs aux achats). Le groupe des 'proactifs' associe plutôt à l'environnement des termes comme 'planète' et 'écosystème'. Notons que le groupe des 'réfractaires' joue peu dans la définition de l'espace et on ne remarque aucun mot ayant assez de poids pour caractériser ce groupe.

On remarque donc une évolution des préoccupations en fonction des actions environnementales. Les individus les moins actifs ont des préoccupations plus personnelles, liées au confort propre et à l'environnement immédiat. Les individus réactifs ont des préoccupations plus concrètes telles que la qualité de l'air, la santé mais ces préoccupations restent également à un niveau assez local. Par contre, les proactifs ont des préoccupations d'ordre plus global, qui touchent toute la planète. Nous pensons que ces derniers ont une vision élargie des problèmes liés à l'environnement et qu'ils mettront plus facilement en place des comportements durables.

Section 4. Etudes complémentaires

1. Les étudiants en droit et les normes

Une des ambitions de notre travail de recherche consistait à mettre en évidence l'imbrication étroite des facteurs identitaires et normatifs dans l'émergence des comportements de recyclage et de tri. Pour aborder cette hypothèse, nous nous sommes tournés vers le modèle de l'action raisonnée de Fishbein et Ajzen (1975) et du comportement planifié de Ajzen (1986). Comme nous avons déjà pu le préciser dans les rapports intermédiaires, ces modèles postulent que les comportements s'enracinent dans les intentions des individus. Ces intentions comportementales sont elles-mêmes directement fonction des attitudes des individus ainsi que des pressions normatives perçues dans le chef de l'entourage des individus. A ces deux variables, le modèle du comportement planifié ajoute le contrôle perçu par les individus quant à la réalisation du comportement cible.

Alors que les travaux en matière de prédiction du comportement soulignent le rôle important et prépondérant de la composante attitudinale (les gens font quelque chose parce qu'ils ont une attitude favorable à l'égard de ce comportement), des développements récents permettent de remettre à l'honneur la composante normative. En effet, à partir des travaux portant sur le rôle des appartenances sociales et de l'identification dans l'adoption des opinions et des normes comportementales, on a émis l'hypothèse que les individus s'engageront plus volontiers dans un comportement lorsque celui-ci est prôné par un groupe social auquel s'identifie l'individu. L'essence de cette nouvelle lecture des modèles de prédiction des comportements est donc de souligner le fait que les messages normatifs ne seront guère susceptibles d'avoir une portée significative sur le comportement si les personnes ne s'identifient guère à la source considérée ou si la source n'est pas jugée pertinente pour le comportement-cible.

On doit à Terry et Hogg (1996) les premières démonstrations empiriques soulignant l'intérêt de la prise en compte conjointe de l'identification à la source de la pression normative et de la pertinence du groupe social pour le comportement considéré. Au vu des résultats encourageants recueillis par ces auteurs, nous avons souhaité mettre à l'épreuve la même idée dans un contexte qui nous intéresse directement, c'est-à-dire le comportement de recyclage.

Concrètement, nous avons contacté un échantillon de 88 étudiants de la Faculté de Droit de l'Université catholique de Louvain et nous leur avons soumis un questionnaire dans lequel nous avons mesuré les différents aspects nous permettant de mettre à l'épreuve nos hypothèses. En particulier, nous avons sondé leur attitude à l'égard du recyclage, les normes qui d'après eux sont véhiculées au sein du groupe des étudiants de Droit à propos du recyclage et leur identification au groupe des étudiants de Droit. Nous avons également recueilli des informations sur le contrôle perçu, sur le comportement passé et sur le sentiment de devoir par rapport au recyclage. Dans le présent rapport, nous nous limitons à évoquer l'analyse impliquent les aspects attitudinaux, la dimension normative et l'impact de l'identification. Les résultats de cette analyse ont été présentés dans Mons et al. 1999.

2. Enquête chez Delhaize

Le but de cette recherche est d'aller voir sur le terrain, c'est-à-dire dans les supermarchés, ce que les gens achètent dès l'instant où des problématiques comme l'achat de produits respectueux de l'environnement ou l'élimination des déchets ménagers sont rappelées peu avant qu'ils n'effectuent leurs achats.

Nous nous sommes inspirés des techniques d'amorçage et de l'engagement. En effet, ces techniques se basent sur l'idée que la réalisation d'une demande peu coûteuse et qu'on ne peut refuser peut amener les personnes à se comporter autrement qu'elles ne l'auraient fait spontanément (Leyens & Yzerbyt, 1997). En donnant aux clients un petit questionnaire (sur le recyclage ou sur le lien entre l'achat et le tri) où ils ne pouvaient répondre que par 'oui', nous voulons les amener à se lire davantage comme recycleur ou personne attentive à l'environnement dès le moment de l'achat. Nous voulons voir si les gens vont s'efforcer d'instaurer une certaine consistance entre leur réponse initiale et leur conduite ultérieure. Si les personnes cherchent à se montrer consistantes, elles seront plus attentives à acheter des produits plus respectueux de l'environnement. Par produits respectueux de l'environnement, nous entendons les produits tels que les boissons en bouteilles, les bouteilles consignées, les recharges, les produits de lessives concentrés, les papiers recyclés (mouchoirs,...).

2.1. Hypothèses de recherche

Afin de voir si une intervention minimale à l'entrée d'un magasin peut conduire les gens à acheter différemment, nous avons construit 3 questionnaires, chacun portant sur un thème différent: un premier questionnaire sur le tri et le recyclage des déchets, un autre questionnaire sur l'achat et le recyclage et, enfin, un questionnaire sur l'Euro. Seul le questionnaire sur l'Euro n'a aucun lien avec le développement durable.

Nous avons émis l'hypothèse que les clients qui répondent à un questionnaire qui touche une thématique du développement durable (l'achat ou le tri) achèteront plus de produits respectueux de l'environnement que les clients ayant répondu à un questionnaire qui n'évoque pas le développement durable (l'Euro). En outre, nous faisons aussi l'hypothèse que le questionnaire achat amènera plus d'achat « vert » que le questionnaire tri .

2.2. Méthodologie

Nous avons pris contact avec les responsables de Delhaize afin de pouvoir réaliser notre étude dans un de leurs magasins. L'idée était de présenter aux clients qui entrent dans le magasin un

questionnaire très court portant sur une thématique précise et de vérifier ensuite les achats qu'ils réalisent. Chaque client ne répondait qu'à un seul questionnaire parmi les 3 thématiques suivantes : le lien entre l'achat et le recyclage, le tri et le recyclage, et l'Euro.

La technique utilisée était originale. Chaque client recevait un bon de 20fb en remerciement de sa participation. Ce bon, qui était scanné à la caisse, nous a permis de retrouver l'ensemble des achats effectués par les clients ayant répondu à un même questionnaire, et ceci en respectant scrupuleusement leur anonymat.

L'enquête a été réalisée pendant 3 jours. Un total de trois cents clients du Delhaize de Wavre y ont participé. Nous avons interrogé les clients seuls ou accompagnés d'enfants. En outre, nous nous intéressions uniquement aux personnes effectuant un grand nombre d'achats et pas aux clients qui n'achètent que 2 ou 3 produits. Pour cette raison, nous avons seulement interrogé les personnes qui entraient dans le magasin avec un caddie.

2.3. Résultats et discussion

Nous n'avons pas trouvé de différences significatives entre les achats des 3 groupes de clients. Nous n'avons donc pas vérifié nos hypothèses. Le groupe qui a répondu au questionnaire 'achat' n'a pas acheté plus de produits verts que le groupe 'tri'. Ces 2 groupes n'ont pas non plus acheté plus de produits verts que le groupe qui a répondu au questionnaire Euro.

L'absence de résultats directement liés à notre hypothèse de départ n'empêche évidemment pas, bien au contraire, d'examiner d'autres caractéristiques propres aux comportements des clients. Ainsi, en examinant les données de plus près, nous avons remarqué un certain nombre de clients (1/3) qui n'utilisaient pas de sacs en plastiques jetables pour emballer les courses. En partant du constat que des clients utilisaient des box ou sacs réutilisables, nous avons émis l'hypothèse que ce dernier type de clients achètent plus de produits verts que les clients qui utilisent des sacs jetables. Les résultats vont dans le sens de notre hypothèse. Le nombre d'achat vert est significativement plus élevé chez les clients utilisant un sac réutilisable ou un box que chez ceux qui recourent à des sacs jetables (voir tableau 2.26).

$X^2_1 = 7.2, p < .007$	Achats verts	Achats non verts	Total achats
Sacs jetables	19.6%	80.4%	100%
Box ou sac réutilisable	34.1%	65.9%	100%

Tableau 2.26 : Proportion de clients qui effectuent des achats verts en fonction du recours à des box ou sacs réutilisables

Parmi les clients qui utilisent des sacs jetables, 19.6% des achats sont verts alors qu'on comptabilise 34.1% d'achats verts parmi les clients qui utilisent un box ou un sac réutilisable. Ce résultat est très intéressant dans la mesure où il suggère à tout le moins que le recours à des box ou des sacs réutilisables pourrait être exploité comme un déclencheur d'achat plus respectueux de l'environnement.

En somme, même si nos hypothèses de départ ne se vérifient pas, nous avons trouvé un résultat particulièrement intéressant. Rappelons que l'intervention à l'entrée du magasin était minimale et que l'on a mesuré les achats juste après avoir répondu au questionnaire. Dans la mesure où notre technique d'observation des achats se révèle particulièrement facile à mettre en place et respecte totalement l'anonymat des participants à l'étude, nous pensons avoir identifié une démarche de recueil de données extrêmement prometteuse. Nous pensons que d'autres recherches plus élaborées doivent être réalisées sur le même modèle. On peut par exemple demander aux clients de s'engager à acheter des recharges et on mesure ses achats

lors de ses prochaines courses. C'est sur base de cette idée que nous avons décidé de mettre au point une nouvelle enquête en collaboration avec Espace Environnement Wallonie.

Section 5. Synthèse des résultats

Tous les déchets ne se valent pas !

Nos résultats suggèrent que tous les déchets ne s'avèrent pas également faciles à trier. D'une part, les journaux, le papier, le carton d'emballage et les bouteilles en verre ne semblent guère poser de gros problèmes. Les bouteilles plastiques, les tétrabriques et les déchets alimentaires posent davantage de problèmes. Ainsi, les répondants ont tendance à trier l'ensemble des différents déchets surtout s'ils disent trier les déchets plus difficiles. A l'opposé, le fait de ne pas trier les déchets plus difficiles n'empêche pas forcément de trier des déchets plus faciles. C'est seulement lorsque les déchets faciles ne font l'objet d'aucun tri que l'on n'observe aucune trace de recyclage, quel que soit le déchet.

Le lien entre le tri et les autres actions environnementales

Alors qu'on pourrait s'attendre à ce que les personnes triant de manière assez intensive adoptent des comportements de récupération nettement différenciés, c'est loin d'être le cas. Certes, il y a un lien entre le tri et la récupération en ce sens que les comportements de récupération sont plus prononcés dans les cas où le tri est intensif que dans le cas où le tri est quasiment absent mais cet effet demeure relativement modeste.

En ce qui concerne le traitement de certains objets particuliers, on constate que le recyclage l'emporte pour les magazines et les médicaments et que le don à des associations est l'option préférée pour les chaussures et les vêtements. Ce pattern est essentiellement dû à l'action des gens qui trient et parmi ces derniers à ceux qui trient de façon assez scrupuleuse l'ensemble des déchets même difficiles. En effet, à l'exception des vêtements, les gens qui ne trient globalement pas ont tendance à jeter les autres déchets à la poubelle.

Dans un grand nombre de résultats de l'enquête, nous observons l'absence de relation entre le tri et l'achat. Autrement dit, les répondants ne songent généralement pas à prendre en compte des critères de développement durable lorsqu'ils effectuent leurs achats. Même si elles demeurent globalement assez catastrophiques, les performances les plus satisfaisantes au niveau de l'achat concernent le fait d'acheter des produits dont l'emballage est cautionné et des produits pour lesquels existent des recharges. La protection de l'environnement en tant que telle est un facteur largement négligé et le fait que certains produits pourraient générer moins de problèmes au moment du recyclage est une dimension qui ne rentre pas en ligne de compte au moment de l'achat. En somme, les répondants n'adoptent pas du tout le raisonnement selon lequel les déchets sont d'autant plus faciles à recycler qu'ils n'ont pas franchi le seuil de la maison. Tout se passe au contraire comme si le fait de recycler n'était soit pas lié du tout à l'acte d'achat ou, pire, comme si le fait de recycler justifiait une relative insouciance au moment de l'acquisition. L'enquête qualitative montre bien que lors des achats, les arguments écologiques ne sont que très rarement avancés, et que, s'ils le sont, ils ne constituent jamais un critère déterminant. Les critères déterminants sont la facilité et le moindre coût économique, et, dans une moindre mesure, le goût, l'affinité avec le produit. C'est donc par le canal de l'un ou l'autre de ces trois critères qu'un changement pourrait s'opérer lors des achats.

Il est clair que des incitants majeurs sont encore absents du paysage et que, dès lors, les consommateurs ne sont pas enclins à faire le lien entre leurs comportements d'achat et de consommation et le recyclage des déchets. Soit par facilité, par habitude ou par intérêt économique, ils continuent de favoriser des comportements qu'ils doivent ensuite s'empresse de réparer par le biais du recyclage. Il ne semble pas y avoir de lien entre le bénéfice individuel et sociétal au niveau du recyclage et les actes d'achat. Si une répercussion claire des coûts du recyclage était notifiée au moment de l'achat, les consommateurs risqueraient sans doute d'en tenir mieux compte. Inversement, on pourrait imaginer de récompenser explicitement les consommateurs pour des décisions d'achat qui sont respectueuses de l'environnement un peu à l'instar de ce qui se passe dans le contexte des produits électroménagers lourds. L'idée d'une éco-détaxe est ici à creuser.

Le poids de pressions externes

En ce qui concerne la pression au recyclage, près des trois quarts des participants disent la ressentir de manière importante. Ce taux est en outre nettement plus fort en Flandre qu'en Wallonie. La pression est la plus faible dans la région bruxelloise.

« *Ils nous ont forcés à le faire, parce que de nous-mêmes, on ne l'aurait pas fait.* » Peu de nos informateurs ont la lucidité et l'honnêteté de Daniel, rares aussi sont ceux qui avaient anticipé le changement en matière de tri par une initiative personnelle dans ce domaine. L'obligation faite par les communes à leurs habitants de trier leurs déchets semble donc à première vue tout à la fois nécessaire et efficace. Nécessaire dans une optique de développement durable, ce que plusieurs personnes résumant par « *c'est pour un bien* » ou « *c'est pour un mieux* ». Efficace, pour plusieurs raisons, qu'il faut préciser, car cette « obligation » communale n'en est pas toujours une, parfois c'est une proposition. Cette « proposition-obligation » est assortie d'une contrainte financière (le sac payant pour les ordures ménagères non triées), d'un flou sur la sanction (rumeur sur le risque d'amende, et aussi, crainte de rester avec ses déchets) et d'une certaine information sur l'utilité du tri et les modalités pratiques à respecter) ; enfin, les communes ont mis en place une organisation logistique pour assurer les collectes sélectives des déchets.

Un des enseignements majeurs de la présente enquête est que la perception d'une forte pression au recyclage conduit effectivement à la mise en œuvre d'un comportement de tri, du moins si l'on en croit les données auto-rapportées par nos participants. De manière intéressante, la pression joue d'une façon plus marquée sur les comportements qui sont a priori difficiles à poser. Ainsi, le tri des tétabrikettes, des bouteilles en plastique et de déchets alimentaires bénéficie largement de l'introduction d'une certaine pression.

A l'inverse de ce qui se passe pour le tri, la pression ne semble affecter le comportement d'achat que d'une façon limitée même si l'influence est bien significative. Il est manifeste que les liens entre les deux actions environnementales sont plus étroits dans le groupe des individus qui ne subissent que peu de pression. Lorsque l'on prend en compte simultanément la pression externe et le comportement de tri pour prédire l'achat, on constate que la relation entre le tri et l'achat s'inverse. Un tel pattern suggère que le tri est fortement influencé par la pression externe mais que l'introduction de la contrainte ne génère pas une amélioration de même amplitude sur la prise en compte de critères d'achat. Reste que l'instauration d'une obligation de tri semble promouvoir le tri et le recyclage des déchets et permet, par ce biais, d'attirer l'attention sur les critères d'achats.

On revient ici à la question des pressions qui peuvent peser sur le comportement d'achat. Il est souhaitable de voir les pouvoirs publics de plus en plus soucieux de lier de façon beaucoup

plus explicites les obligations et les incitants en matière de tri et les obligations et les incitants en matière d'achat. Comme exemple illustratif, on peut imaginer une disposition qui permettrait d'accumuler au moment de l'achat de certains types de conditionnement des crédits en vue d'une réduction de la taxe portant sur le ramassage des immondices. D'autres formules du même genre sont envisageables.

Cependant, les entretiens ont aussi montré que l'obligation de trier ses déchets ménagers avait pu être le plus souvent respectée grâce aussi au fait qu'elle rencontrait une préoccupation générale (bien qu'elle ne soit jamais formulée explicitement par nos informateurs) : la gestion de l'extériorisation du déchet est fondatrice du soi. En effet, la séparation du soi et de l'ordure participe à la constitution du soi et à son inscription territoriale spécifique. Les déchets ménagers contribuent à la construction identitaire des membres du groupe domestique, et à la construction identitaire de ce groupe lui-même, par les processus que ces objets déchus requièrent pour leur production (par les achats), leur définition et leur gestion. Qu'il s'agisse de catégoriser, différencier, reléguer, jeter, trier, faire recycler, donner ou vendre, la définition du soi, du couple ou de la famille est impliquée et réactualisée : l'identité se construit et se reconstruit donc dans les actes les plus anodins. Au vu de ces résultats, on peut raisonnablement poser l'hypothèse que les facteurs identitaires sont certainement aussi des déterminants puissants lors des achats, notamment de produits alimentaires, qui produisent la plus grande partie des déchets ménagers. Il faudrait donc poursuivre la recherche dans cette voie afin de pouvoir proposer des leviers d'action vers une consommation plus durable.

Les obstacles

Les différents aspects qui peuvent rendre plus aisé ou plus complexe la réalisation du tri ne semblent pas donner lieu à de grandes difficultés. En réalité, la majeure partie des répondants déclare ne pas rencontrer d'obstacles majeurs dans la réalisation du tri. Le seul bémol se situe sans doute au niveau de l'espace qui semble poser un problème pour une partie non négligeable des participants à l'enquête.

Les variables démographiques et les variables psychosociales

Lorsqu'on ajoute les variables démographiques à la pression externe, on parvient à bien mieux prédire le comportement de tri. Tant l'appartenance régionale que l'état civil jouent un rôle. Le fait d'appartenir à la région bruxelloise diminue nettement la propension à trier. De même, le fait d'habiter en Wallonie diminue le comportement de tri. Le tri est en outre plus important chez les répondants mariés que chez les autres répondants. A des degrés moindres, le diplôme élevé et une bonne santé contribuent à l'émergence d'un comportement de tri.

Le modèle psychosocial prédit encore un peu mieux le comportement de tri que le modèle strictement démographique. De façon intéressante, les valeurs et deux types d'activité à savoir « avoir pris part à une action pour la protection de l'environnement » et « avoir lu un article sur la protection de l'environnement » améliorent significativement la prédiction du comportement de tri. Enfin, deux obstacles prédisent de manière significative le comportement de tri à savoir « le ramassage fréquent des sacs poubelles » et « l'espace que l'on a chez soi pour trier les déchets ».

Pour ce qui est des arguments d'achat, le modèle démographique est assez médiocre. Les variables qui les prédisent sont principalement le diplôme, l'état civil et la santé. Contrairement à ce qui se passe pour le tri, la pression externe n'est pas la variable qui prédit le mieux la prise en compte de critères d'achat. Dans le modèle complet, ce n'est plus la pression externe ni le diplôme mais les valeurs qui prédisent le mieux la prise en compte de

critères d'achat. De plus, les activités interviennent dans la prédiction plus encore que les variables démographiques.

En somme, le tri est surtout prédit par la pression externe, par le fait d'habiter en Flandre ou en Wallonie plutôt qu'à Bruxelles et par les valeurs vis-à-vis du recyclage des déchets ménagers. Par contre, les variables qui prédisent le mieux les critères d'achat sont les valeurs vis-à-vis du recyclage des déchets ménagers, le fait d'avoir voté pour un parti écologique et d'avoir pris part à une action pour la protection de l'environnement.

On constate que la pression externe entraîne une diminution assez marquée de la relation entre les variables démographiques et psychosociales d'une part et le tri et l'achat d'autre part. Un autre fait intéressant concerne la meilleure capacité des variables à prédire le tri qu'à prédire les arguments d'achat. Enfin, et surtout, nous observons le rôle important des variables psychosociales au-delà des seules variables démographiques. Par exemple, on améliore par un facteur 4 la prédiction des arguments d'achat lorsque l'on passe du modèle démographique à un modèle complet qui comprend aussi les variables psychosociales.

CHAPITRE 3 :

Le cadre normatif régissant les interactions entre la production et la consommation

Nadine Fraselle, Jacques Laffineur

Section 1. Les nouvelles dynamiques du marché

1. L'évolution des motivations d'achat des consommateurs

1.1. Les tendances du marché

Si l'on s'attache aux évolutions longues de la consommation³⁶, on observe des changements significatifs dans les motivations d'achat des consommateurs.

Les marchés des biens de grande consommation sont saturés. A côté du commerce de masse, des super- et hypermarchés, du télé-achat qui symbolisent les formules modernes de vente et d'achat, les caractéristiques immatérielles des produits deviennent des axes importants de marketing. Les références aux facteurs sociaux (convivialité, amitié, fête), politiques (tiers-monde, insertion sociale, recherche scientifique), sensitifs (équilibre, loisirs, santé) et éthiques (anti-gaspillage, environnement, liens sociaux) sont de plus en plus nombreuses.

Les enquêtes du CREDOC en France montrent que les femmes adhèrent davantage que les hommes aux valeurs montantes de la consommation actuelle. 58% des femmes françaises se déclarent « beaucoup » ou « assez » incitées à l'achat d'un produit dont le fabricant soutient une cause humanitaire, contre 41% des hommes. 70% d'entre elles sont très attachées aux garanties écologiques, contre 50% des hommes. De plus leur attachement à la consommation engagée s'est fortement renforcée en quatre ans, alors même que l'intérêt des hommes s'est affaibli. D'autres critères de motivation contribuent à l'implication plus forte des femmes dans la consommation. Un intérêt pour l'origine régionale des produits témoigne d'un souci de qualité et de solidarité avec l'emploi local. Les priorités de consommation des femmes sont centrées sur le bien-être et la santé, celles des hommes traduisent un désir de consommation plus ludique et ont trait aux loisirs et à la voiture.

L'innovation technologique est la seule motivation d'achat davantage valorisée par les hommes que par les femmes. Néanmoins, l'intérêt porté à l'innovation n'a pas cessé de baisser depuis cinq ans, et plus fortement d'ailleurs chez les hommes.

Loin de s'uniformiser, les motivations et comportements de consommation des hommes et des femmes restent aujourd'hui contrastés.

³⁶ ROCHEFORT R., La consommation engagée progresse, in *Consommation et modes de vie*, n° 106, 1996.

Les motivations d'achat des hommes et des femmes
Part des consommateurs se déclarant incités à l'achat par les caractéristiques suivantes
 (Total des réponses "beaucoup incités" et "assez incités" en %)

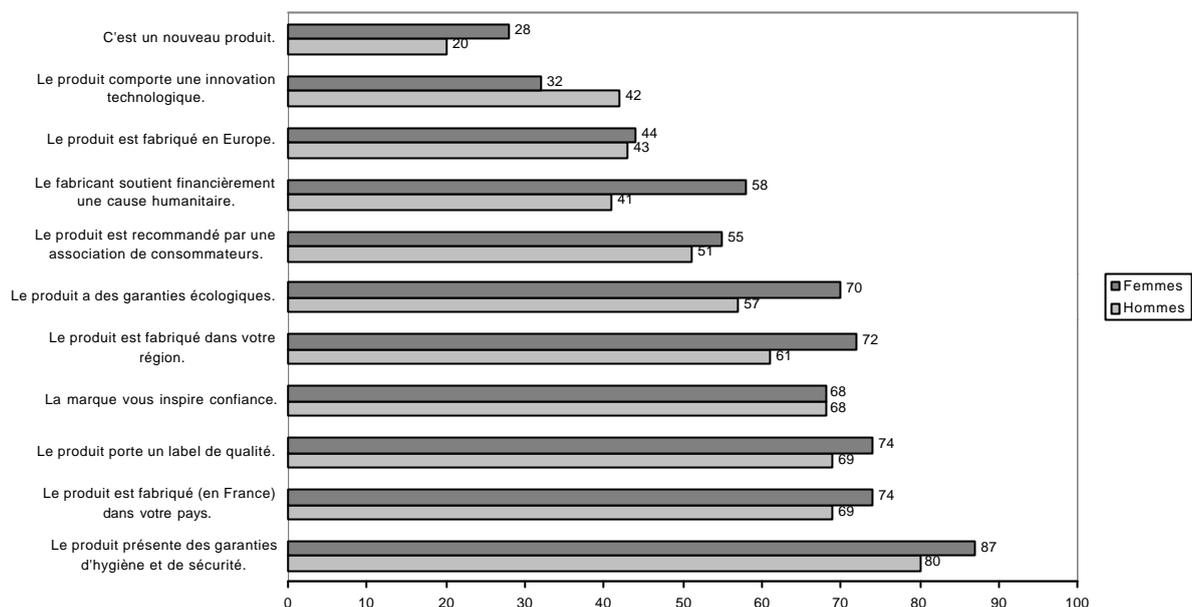


Figure 3.1 : Motivations d'achat des hommes et des femmes
 Source : CREDOC, Enquête Consommation 1998

88% des Belges sont « plutôt » ou « fort » préoccupés par la question environnementale ; 73% sont « plutôt » ou « fort » intéressés par les problèmes des pays du tiers-monde. Pour eux la croissance économique ne peut être maintenue au détriment de l'environnement et, inversement, protéger l'environnement ne peut se faire sans tenir compte des conséquences économiques. Les Belges sont prêts à agir dans leur vie quotidienne pour améliorer la situation (voir figure ci-après). Remarquons que 41% diminuent l'utilisation de la voiture, 29% se disent prêts à le faire pour 23% qui n'y sont pas disposés. 72% veulent bien payer l'électricité 10% plus cher si celle-ci était produite par des sources d'énergie renouvelable. Il existe donc bien une large base sociale favorable aux changements nécessaires à une gestion plus durable de l'environnement.³⁷

³⁷ Conseil Fédéral de Développement Durable, *Enquête sur la perception du développement durable auprès de la population belge*, juin 1999.

A quoi les Belges sont-ils prêts pour résoudre les problèmes d'environnement ?

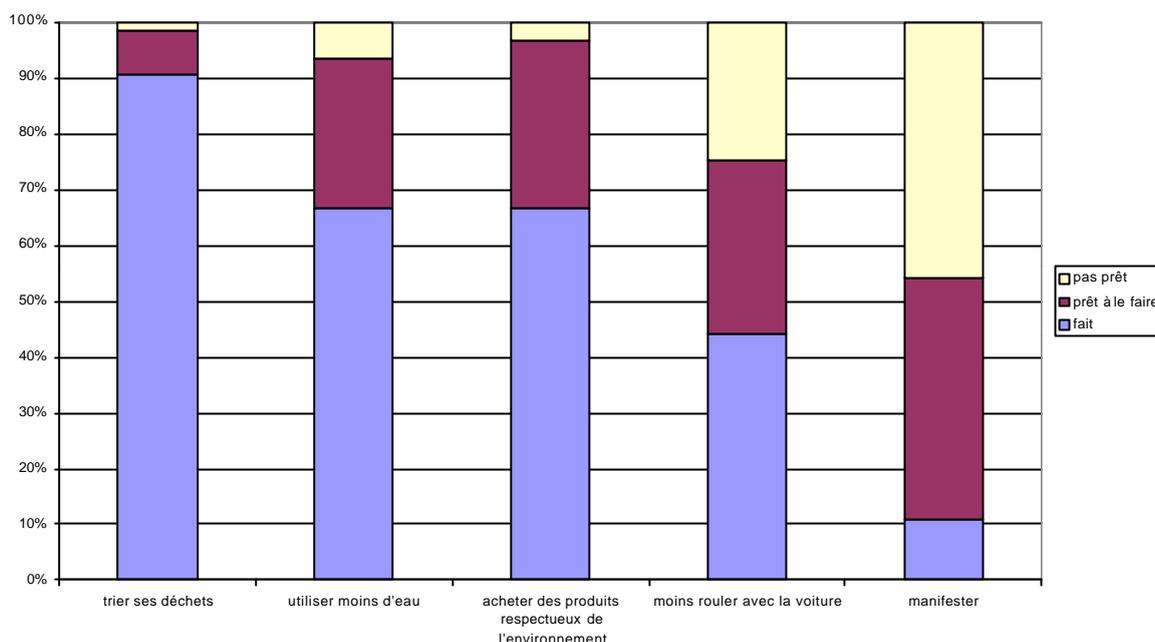


Figure 3.2 : Actions des Belges

1.2. Les comportements responsables

La consommation soutenable implique la responsabilisation des consommateurs face aux composantes économiques, sociales et environnementales du marché.

En pratique, trois orientations sont généralement retenues pour une consommation différenciée :

- économiser les ressources naturelles (eau, énergie),
- sélectionner les produits « propres » selon des critères écologiques et sociaux,
- s'engager dans les processus de gestion des déchets.

Deux remarques s'imposent au sujet de ces orientations :

Première remarque

Si des actions doivent être envisagées en ce qui concerne la production et l'élimination des déchets par les ménages, il faut néanmoins admettre que la part du budget consacré aux achats de produits reste faible comparativement aux autres postes du budget des ménages. Les actions sur les modes de vie (consommation d'énergie, de loisirs, de moyens de transport) ont toutes les chances de subir les effets multiplicateurs les plus significatifs. Ainsi, la charge environnementale liée à la production de déchets ne se limite certes pas aux déchets générés par les produits offerts à la consommation.

En outre, l'incidence de la consommation d'un produit sur l'environnement reste faible par rapport à celle des activités de production depuis l'extraction des matières premières vierges, la transformation, le transport, ..., jusqu'à l'utilisation finale par le consommateur.

Deuxième remarque

Plusieurs arguments peuvent être avancés pour souligner la relation étroite qui existe entre la consommation soutenable et les enjeux sociaux du développement : « la pauvreté limite la possibilité de prendre des responsabilités dans un avenir proche »³⁸ ; les inégalités dans les moyens de consommer sont les effets pervers du développement ; les consommateurs défavorisés sont hors de portée des mesures visant à changer les comportements de consommation (les barrières financières, culturelles, psychologiques diminuent considérablement l'efficacité des dispositifs d'information et de sensibilisation) mais c'est l'analyse des rapports qu'ils entretiennent avec les marchés de consommation qui indique les obstacles à franchir pour apprendre à consommer différemment. La consommation est avant tout un signe au regard des autres. Elle est une preuve de standing et elle donne l'illusion d'une égalité sociale. Pour ceux dont la position sociale est précaire, la consommation rassure et elle porte davantage sur les grands standards de la consommation.³⁹

Le consumérisme social doit conforter les associations de consommateurs dans leur raison d'être. Il est appelé à évoluer au-delà de sa logique contestataire et accusatrice et à devenir un véritable mouvement politique, à l'instar du consumérisme écologique⁴⁰.

Les dynamiques à mettre en œuvre pour une consommation responsable restent mal définies.

1) La contrainte

Développer un programme de consommation soutenable implique une approche économique visant à définir précisément l'impact d'un produit sur l'environnement depuis la production et l'importation des matières premières jusqu'à l'évacuation des déchets. A partir de là, l'accès aux ressources peut être régulé. L'idée des quotas pour l'accès aux ressources et pour la production de déchets (limite maximum par personne) reste une voie intéressante à explorer mais peu populaire et difficile à mettre en œuvre.

2) Les incitants économiques : prix, TVA, impôts, ...

Si l'exercice de la fonction de consommation reste essentiel dans le cadre de mesures favorables à un développement durable, c'est en raison du pouvoir de contrainte que les consommateurs détiennent à l'égard des fabricants et des distributeurs à l'occasion de leurs achats. Force est de constater que les produits écologiques restent plus chers que les autres et pour les produits de consommation courante, le prix est une variable décisive pour orienter le choix des consommateurs. Amener les consommateurs à privilégier les produits écologiques dans leurs achats requiert une politique de prix appropriée (offres promotionnelles, gains de productivité, ajustement des taux de TVA conformément à une application différenciée de la fiscalité sur les produits).

³⁸ Plan fédéral de développement durable 2000-2004, juillet 2000, p. 36.

³⁹ TOURAINE A., *Critique de la modernité*, Fayard, Paris, 1992 ; GORZ A., *Les chemins du paradis*, Galilée, Paris, 1983 ; FRASELLE N., *Ménages en situation financière précaire et marché du crédit*, Chaire Quetelet, 1998.

⁴⁰ Sur cette question, voyez LOUPPE A. et ROCABOY A., « Consumérisme vert » et démarche marketing, *Revue française de gestion*, mars-avril-mai 1994, pp. 36-47.

3) *L'éducation économique des consommateurs*

La consommation soutenable comporte un triple défi :

- faire connaître les effets de la consommation sur l'environnement et sur la société (pourquoi changer) ;
- renvoyer aux consommateurs individuels l'image de leurs comportements, notamment en ce qui concerne les achats (utilisation des banques de données commerciales à des fins autres que celles du marketing) ;
- organiser les changements de comportement.

Les consommateurs sont sensibles aux valeurs immatérielles d'ordre écologique ou humanitaire : réduction de l'utilisation des ressources naturelles, rejet des matières toxiques associées aux produits ou à leur usage, compression et tri des déchets ménagers, commerce équitable, respect des droits de l'homme, lutte contre l'exclusion sociale et réduction des disparités entre les riches et les pauvres.

Les consommateurs sont conscients qu'en grande partie, leurs choix de consommation sont critiquables au regard de préoccupations écologiques, sociales, éthiques, mais ils modifient encore peu leurs habitudes.⁴¹

Le défaut d'informations générales (politique économique) et particulières (comportements responsables) est manifeste. Ainsi, la part du coût de l'emballage dans le prix de vente des produits n'est jamais portée à la connaissance des consommateurs. La part et la structure des emballages dans le volume total des déchets et dans la poubelle ménagère en particulier sont également mal connues. Les « bons » produits sont difficiles à identifier. La signification des logos utilisés sur de nombreux produits est confuse et les règles qui les régissent sont imprécises.⁴²

Enfin, les comportements de consommation sont analysés à des fins uniquement commerciales sans aucun retour vers le consommateur qui gagnerait à connaître les relevés et la structure de ses achats (aide à la gestion du budget ménager, auto-critique sur les choix de consommation, comparaison de produits, ...)

2. Le rôle sociétal des entreprises

L'évolution profonde des valeurs et des attentes des consommateurs affecte doublement la structure du marché : d'une part les attitudes des consommateurs se trouvent modifiées compte tenu des exigences environnementales et sociales. D'autre part les règles du jeu concurrentiel elles-mêmes s'adaptent autour de nouveaux enjeux liés à ces exigences. Celles-ci créent pour les entreprises diverses opportunités et menaces. Parmi les opportunités on distingue les nouveaux types de besoin à satisfaire, la possibilité de conquérir de nouveaux segments de marché, la valorisation d'une image en concordance avec un effort collectif et un nouveau modèle de développement. Il est également vrai que la mise en conformité avec les exigences environnementales et sociales représente un coût, tout comme une réaction en décalage ou trop tardive des entreprises risque d'entraîner la perte de marchés.

⁴¹ BEGUIN J.-M., *Le citoyen consom'acteur*, Parlement-citoyen sur la consommation responsable et le commerce mondial, Fondation pour les Générations Futures, Namur, 1999.

⁴² BEAUVOIS C., ROUSSEAU C., *Etiquetage écologique : pour une information plus honnête des consommateurs*, in BOUCQUEY N. (ed.), *Le droit européen des consommateurs et la gestion des déchets/European Consumer Law and Waste Management*, Coll. Droit et Consommation, CDC 39, pp. 121-140.

Ainsi, le modèle de l'entreprise citoyenne est le levier de nouvelles formes d'expression de responsabilité sociale.

Le profit ne peut être cautionné s'il est issu de pratiques qui contribuent à appauvrir une majorité pour enrichir une minorité et s'il est affranchi de l'existence de valeurs morales et humaines. Les stratégies d'offre sont imprégnées de ces idées et d'une tolérance limitée de la population au risque environnemental et au risque technologique.

Diverses mesures visent à influencer les décisions liées à la production et à la distribution des produits :

- technologies propres (énergies renouvelables, choix des matières premières)
- développement de produits moins polluants, analyse du cycle de vie (écobilans)
- gestion des déchets
- intégration des dimensions environnementales, éthiques et sociales dans les orientations marketing
- accords de branche
- certification (EMAS, ISO)

Certaines réalités commencent seulement à exercer leurs effets et on peut escompter que ceux-ci iront en s'amplifiant : confirmation de l'application du principe du pollueur-payeur, régimes de responsabilité objective face aux risques d'atteinte à la santé et à l'environnement, information du public et surtout des jeunes consommateurs sensibilisés à l'écologie dans le cadre des programmes scolaires, concurrence d'entreprises dotées d'un savoir-faire accru face aux nouvelles exigences du marché.

Plus aucune entreprise ne conteste la pertinence des causes environnementales, sociales, éthiques. Les marques de résistance ont fait place à une attitude défensive ; l'entreprise reconnaît les enjeux du développement durable mais ceux-ci sont le plus souvent perçus comme des menaces ou des contraintes. Rares sont les entreprises (sont également visées les organisations et les administrations publiques) qui se montrent franchement coopératrices en développant des programmes d'investissement, de sensibilisation du personnel, d'innovation et de communication adaptés ou, plus fondamentalement, qui ont intégré des critères écologiques et sociaux dans leurs dispositifs de gestion. L'adoption de pareils critères de profit social devrait être imposée aux entreprises et leur prise en compte devrait être encouragée par une politique fiscale appropriée. Ainsi, certains projets jugés rentables peuvent l'être à tort car leurs conséquences sociales sont négligées. Tant les coûts que les bénéfices sociaux sont externalisés : surestimation de la rentabilité en ignorant par exemple des coûts de reclassement liés à la suppression d'emplois, sous-estimation des occurrences positives liées par exemple à l'accueil de jeunes en difficulté.

Si les dimensions économiques et éthiques ne sont plus antagoniques, elles appartiennent en effet à deux mondes caractérisés par des logiques propres.

Trois critères sont exclusivement pris en compte pour l'appréciation d'une bonne gestion d'entreprise : l'efficacité, l'efficience et l'économie. Ces critères ignorent l'existence d'autres logiques d'action portées par des acteurs externes qui ne sont pas impliqués dans la détermination des choix stratégiques de l'entreprise :

« Toutes les décisions qui seront prises après les phases de diagnostic du contrôle de gestion seront donc déterminées (sans que le décideur l'ait vraiment voulu et sans qu'il en ait vraiment conscience) par un système de valeurs qui a nécessairement privilégié des critères ne présentant aucune caractéristique éthique ou sociale. Il sera donc très difficile par la suite d'aller à l'encontre d'un processus qui conduit inéluctablement, par exemple, à privilégier la réduction des coûts ou la recherche de la conquête de parts de marché, même si ces objectifs

doivent entrer en contradiction avec d'autres logiques qui peuvent mettre l'accent sur le maintien de l'emploi, le respect de l'environnement ou l'implication de l'entreprise dans un tissu local. »⁴³

3. Les stratégies et instruments

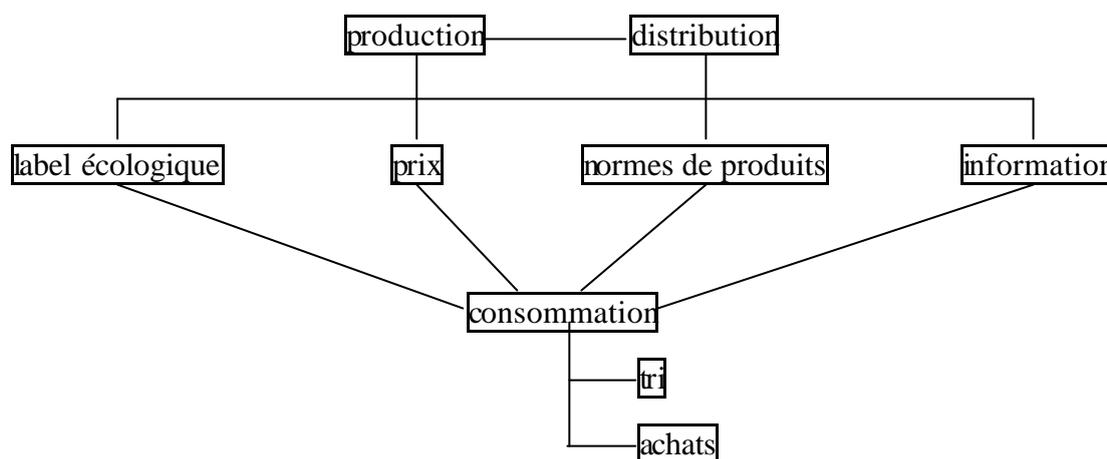


Figure 3.3 : Influences directes sur le cycle production — distribution — consommation

En 1996, la Communauté européenne s'engage à développer des instruments et des actions pour améliorer l'innovation dans l'industrie en rapport avec le développement durable, et à promouvoir des changements de comportements de l'industrie et des consommateurs dans la perspective d'évoluer vers des modèles plus durables de production et de consommation.⁴⁴ En Belgique, le plan fédéral de développement durable 2000-2004 approuvé par le Gouvernement fédéral belge le 20 juillet 2000 va dans le même sens et établit un plan d'action comprenant trois axes : une politique d'information, d'éducation et de sensibilisation à la consommation soutenable pour amener les ménages à adopter des comportements plus adéquats sans pour autant limiter la liberté de choix, une politique de produits visant notamment à mettre sur le marché des produits consommant moins de ressources non-renouvelables et rejetant moins de déchets, et enfin une politique se préoccupant de la gestion environnementale et sociale des administrations publiques.

S'il faut modifier certaines attitudes des producteurs et des consommateurs, il faut tout d'abord identifier les comportements à modifier. On cite les instruments prévus par la politique environnementale actuelle de l'Union européenne pour accomplir ces tâches d'identification: l'amélioration des données, les évaluations d'impact, l'extension des concepts de la comptabilité nationale et la mise au point d'indicateurs physiques pour révéler ce qu'il faut changer au niveau des modèles de production et de consommation.

Les mécanismes de support horizontal tels l'information et l'éducation du public, la recherche et le développement, contribuent à supporter l'action des consommateurs. L'on peut d'ailleurs noter à ce propos que l'article 129A modifié par le traité d'Amsterdam⁴⁵ a complété, au titre

⁴³ CAPRON M., Considérations éthiques et sociales et dispositifs de gestion, in *Comment évaluer les performances éthiques des entreprises ?*, De Boeck Université, N°10 – avril 1999, pp. 76-77.

⁴⁴ COM (96) 648 final.

⁴⁵ Art. 153 dans la nouvelle numérotation.

de la protection des consommateurs, leur droit à l'information par leur droit à l'éducation. En raison de l'influence décisive que leurs choix permettent d'exercer sur la production, il semble de fait indispensable que les consommateurs soient formés à comprendre les informations qui leur sont diffusées.

Quant aux instruments destinés à s'orienter « vers de vrais prix », ils concernent plus directement les producteurs que les consommateurs (comptabilité environnementale au sein de l'entreprise, incitations fiscales, éco-audit et responsabilité, instruments de marché), mais leur effet sur les prix peut également inciter les consommateurs à favoriser des modes de production plus durables.

En 1998, l'OCDE publie un rapport sur l'éco-efficience et conclut que les gains d'efficience réalisés en réduisant l'émission de polluants et l'utilisation de ressources peuvent être annulés par une consommation accrue. Dans ce contexte, les modifications des comportements de consommation s'imposent comme compléments indispensables de l'éco-efficience.

Diverses mesures peuvent viser les choix des consommateurs : limiter les possibilités d'achat (normes de produit) ou favoriser certains choix à l'aide de signaux de prix, d'informations, de nouveaux produits de substitution attrayants.

Parmi les nombreuses orientations et les contenus donnés au concept de développement durable, la modification du comportement des agents économiques apparaît comme l'une des conditions essentielles et les pouvoirs publics doivent encadrer et stimuler les changements à l'aide de divers instruments :

- les instruments réglementaires
- les instruments financiers (politique économique)
- les instruments sociaux.

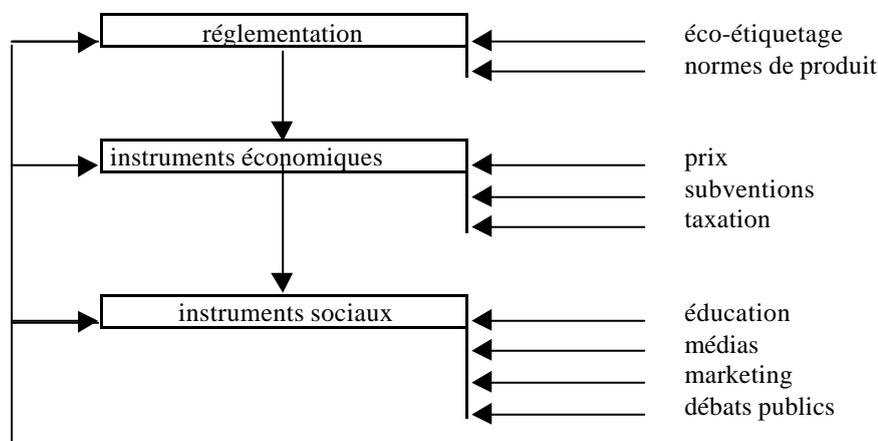


Figure 3.4 : Leviers de développement durable : Production-Consommation

3.1. Les instruments réglementaires

A l'échelon fédéral, des instruments réglementaires ont conduit à fixer des exigences en termes de normes de produits. Des conditions sont établies en matière de commercialisation en raison d'incertitudes, insuffisances ou absence de coordination entre les législations existantes.

3.2. Les instruments économiques

Les instruments de politique économique sont déterminants pour évoluer vers des changements de comportement car ils agissent sur les conditions de marché et l'on sait que celles-ci touchent à la fois et de façon directe les entreprises et les consommateurs.

La Belgique connaît un régime de taxes d'environnement, taxes sur l'eau et sur les déchets.

Elle a été l'un des premiers pays à utiliser des taxes sur les produits frappant des biens préjudiciables à l'environnement. La loi fédérale sur les éco-taxes de 1993 a pour but d'influencer le comportement du producteur et du consommateur. Six catégories de produits sont soumises à cette taxe : les récipients de boisson, les produits jetables (appareils photo, par exemple), l'emballage de certains produits industriels (encres, colles, solvants, par exemple), les pesticides et produits phytosanitaires, le papier et les piles. La taxe n'est prélevée que si un produit de remplacement est raisonnablement disponible sur le marché. Des exonérations sont accordées pour les récipients ou les produits qui font l'objet d'une collecte sélective ou qui sont collectés grâce à un système de consigne (par exemple 7 FB par récipient ou 10 FB par pile).

	Instrument	Niveau	Observations
Eau	Redevance de prélèvement	Région flamande Région wallonne	4 FB/m ³ 1.3 milliard de FB
	Redevance pour l'eau de boisson	Compagnie des eaux	
	Redevance sur les eaux usées	3 Régions	Recettes : Région flamande : 8 milliards de FB, Région wallonne : 2.8 milliards de FB. Utilisés pour financer l'infrastructure de traitement des eaux (plus de 13 milliards de FB en 1996, dont 8 milliards dans la Région flamande et 5 milliards de FB dans la Région wallonne)
Air	Taxe différentielle sur l'essence plombée	Fédéral	2 FB par litre
	Taxe différentielle sur les hydrocarbures à forte teneur en soufre	Fédéral	Teneur en soufre supérieure à 1%
Déchets	Redevance sur déchets ménagers	Communes	
	Taxe sur les déchets	3 Régions	Région flamande : (10 à 6 000 FB/t de déchets industriels) 4.4 milliards de FB en 1996. Région wallonne : 800 millions de FB pour les ménages et 900 millions pour les déchets industriels
	Taxe sur le lisier	Région flamande	140 millions de FB en 1996
Ecotaxes	6 catégories de produits	Fédéral	Par ex. 15 FB par conteneur
	Taxe d'extraction de gravier	Région flamande	

Energie, carburants et véhicules	Diverses taxes	Fédéral	
Bruit	Redevance d'atterrissage	Aéroport de Bruxelles	
Droits de licences	Substances dangereuses	Fédéral	Pour couvrir les coûts administratifs de diverses procédures d'octroi de licence et de contrôle
	Pesticides	Fédéral	
	Radiations ionisantes	Fédéral	
	Installations de type Seveso	Fédéral	
	Import/Export de déchets dangereux	Régions	
	Permis environnementaux	Régions	
	Permis/licences de chasse/pêche	Régions	Chasse : 9 000 FB + 1 500 en Région wallonne

Tableau 3.1 : Instruments économiques
Source : OCDE, 1998 (performances environnementales en Belgique)

3.3. Les instruments sociaux

Bien que le concept de « consommation soutenable » soit communément utilisé dans les textes législatifs et dans les nombreux rapports ou études, aucune définition précise n'est vraiment arrêtée, ce qui traduit un manque de clarté sur les buts poursuivis.

- Le plan d'action pour la politique des consommateurs 1999-2001 de la Commission européenne évoque le devoir pour les consommateurs de prendre conscience de la nécessité de concilier leurs intérêts immédiats avec les intérêts à long terme de l'environnement et de la société.
- Les Nations-Unies ont adapté leurs lignes directrices pour la protection des consommateurs en précisant que la production, la distribution et l'usage de biens et services de consommation ne doivent pas compromettre la disponibilité et la qualité des ressources naturelles pour le futur.
- Consumers International recommande le développement de politiques qui protègent les consommateurs contre les risques environnementaux et qui favorisent de nouveaux modes de consommation.

Ces recommandations sont assurément utiles et bienveillantes. Elles restent cependant sans effet pour un grand nombre de consommateurs.

Les instruments sociaux constituent une catégorie variée de moyens susceptibles d'influencer les comportements : éducation, actions des collectivités et des associations. La publicité réalisée autour d'indicateurs de consommation durable contribue également à faire comprendre les enjeux au public.

En 1998, dans son rapport intitulé *Vers des modes de consommation durables*, l'OCDE précisait :

- *les programmes d'information et d'éducation ont entraîné des changements limités du comportement des consommateurs ; il ne s'agit que de changements qui n'imposent pas de coûts à ces derniers ni de contraintes du point de vue de la commodité ;*
- *les instruments économiques et les mesures de réglementation ont été relativement efficaces, bien que d'autres mesures se soient révélées nécessaires face à certains effets de répartition et autres impacts sociaux ;*
- *les trains de mesures, qui visent plusieurs aspects différents de la consommation insoutenable à terme, sont particulièrement efficaces.*

Dans le même rapport de l'OCDE, l'examen de la politique d'information des consommateurs des Pays-Bas, réalisé en 1997, révèle que :

- *l'influence que le public peut exercer sur différents problèmes d'environnement varie ; c'est pourquoi il peut être parfois plus judicieux d'adopter une stratégie indirecte, misant d'abord sur les actions des entreprises, des administrations locales ou nationales en vue de modifier le contexte dans lequel l'individu prend ses décisions, plutôt que de tenter d'influencer directement le consommateur ;*
- *seuls de 5 à 10 pour cent du public estiment que l'environnement est suffisamment important pour accepter des changements de comportement qui seraient assortis d'un coût financier ou de contraintes du point de vue de la commodité ; c'est pourquoi les politiques devraient viser à relier les objectifs environnementaux à d'autres objectifs comme ceux de la santé, de la sécurité, du bien-être social et du confort, auxquels le public attache également de l'importance ;*
- *les responsables doivent respecter le public en tant que groupe d'individus jouissant de la liberté de choix, qui ont de bonnes raisons de faire des choix qui ne favorisent pas l'environnement ; c'est pourquoi une politique doit être ciblée sur le comportement moyen et stimuler la variété des produits et service respectueux de l'environnement au lieu de limiter le choix du consommateur ;*
- *les pouvoirs publics doivent se féliciter des initiatives lancées par les citoyens en faveur de l'environnement et les appuyer.*

Les consommateurs restent largement insensibles aux informations spécialisées concernant la consommation durable. Un autre rapport de l'OCDE⁴⁶ révèle que, globalement, l'éco-étiquetage n'a pas eu d'influence sensible sur les décisions d'achat des consommateurs. Les programmes d'éco-étiquetage se sont révélés plus efficaces dans les pays ou les régions dont les habitants étaient assez sensibilisés aux produits respectueux de l'environnement.

Les consommateurs économiquement défavorisés se retrouvent parmi ceux qu'il est le plus difficile d'atteindre pour qu'ils consomment différemment. Ainsi, parmi les personnes touchées par le surendettement, on distingue celles qui sont insolvables, dont les ressources ne permettent pas de faire face aux dépenses incompressibles relatives aux besoins de base, les personnes confrontées à un événement imprévisible ou « accident de la vie » qui entraîne de graves problèmes financiers, et enfin celles qui vivent au jour le jour, sans perspective ni idéal. Dans ce cas, la lutte contre le surendettement nécessite un nouvel apprentissage :

⁴⁶ *Etiquetage écologique : effets réels de certains programmes*, OCDE, Paris, 1997.

comment vivre avec des projets ? Consommer en économisant l'énergie peut se vivre comme un choix, ce qui doit être distingué de ce qui se subit comme une contrainte ou une privation.

Types de difficultés		Effectif	Solution
Accidents de la vie	Facteurs conjoncturels	44 %	Médiation de dettes efficace
Insolvabilité à la base	Facteurs structurels	18 %	Médiation de dettes inefficace
Mode de vie		38 %	Médiation de dettes insuffisante

*Répartition des dossiers de surendettement réunis par les Centres de médiation de dettes de la Région wallonne (N = 814)
Source : Observatoire du Crédit et de l'Endettement, juin 2000.*

Section 2. Les interactions production – consommation

1. La gestion des déchets

Pour qu'une politique de développement durable soit efficace, elle doit représenter un principe en soi, objectif que l'Union européenne cherche à rencontrer mais sans porter atteinte à la libre circulation des produits.

Depuis 1993, l'union européenne fonde sa politique de gestion des déchets sur un partage des responsabilités entre les forces du marché.

Dans sa communication du 30 juin 1996 concernant le réexamen de la stratégie communautaire pour la gestion des déchets, la Commission a notamment synthétisé l'évolution normative accomplie, en faisant état de principes complémentaires à celui du pollueur-payeur, tels les principes de précaution, d'action préventive et de correction, par priorité à la source, des atteintes à l'environnement⁴⁷. Ceci a permis de souligner le rôle principal joué par les fabricants de produits, qui prennent pour leurs produits « les décisions essentielles qui déterminent dans une large mesure les possibilités de traitement dans le cadre de la gestion des déchets »⁴⁸.

Ces principes complémentaires renvoient également aux divers concepts de gestion des déchets, outre l'élimination, de même qu'à leur hiérarchisation. C'est en 1990 que le Conseil a établi la priorité de la prévention des déchets sur leur recyclage et leur réutilisation⁴⁹, de même qu'il a relégué l'élimination au rang de dernière possibilité.

⁴⁷ COM (96) 399 final, p. 7.

⁴⁸ *Ibid.*, p. 16.

⁴⁹ Résolution du Conseil du 9 mai 1990 sur la stratégie communautaire pour la gestion des déchets, JO n° C122 du 18 mai 1990, p. 2.

Les concepts de gestion des déchets s'ordonnent dès lors comme suit :

- prévention
- recyclage et réutilisation
- élimination

Le rôle des consommateurs est clairement établi dans chaque cas.

« D'une manière générale, on peut dire que des progrès considérables peuvent être réalisés dans la **prévention** des déchets lorsqu'il est possible d'encourager les consommateurs à acheter des produits qui polluent moins (...). »⁵⁰

« Il faut également promouvoir la création de débouchés pour les matériaux et produits dérivés des activités de **recyclage** (...). Pour cela, les acteurs économiques et les consommateurs doivent être convaincus que les matériaux et produits fabriqués (...) à partir de matériaux recyclés satisfont aux mêmes normes en matière de santé, de sécurité et d'environnement que les produits « neufs ». »⁵¹

« L'**élimination** finale met elle aussi les consommateurs à contribution, dans la mesure où les déchets doivent être triés ou traités avant d'être mis en décharge, de manière à réduire les quantités de déchets et à éliminer les déchets dangereux. »⁵²

Ces développements sont issus du partage des responsabilités préconisé depuis le cinquième programme communautaire de 1993⁵³. « Conformément à ce principe, les politiques dans le domaine de l'environnement ne peuvent porter leurs fruits qu'à condition d'une contribution cohérente de tous les acteurs concernés. »⁵⁴

L'extension des responsabilités de la gestion des déchets aux producteurs et aux consommateurs révèle un important changement de la politique communautaire car auparavant les coûts et la responsabilité de l'élimination des produits devenus des déchets étaient traditionnellement supportés soit par l'environnement, soit par le contribuable.

Le partage des responsabilités de la gestion des déchets s'accompagne de l'analyse du cycle de vie des produits. Aux différents moments séparant la production de l'élimination des déchets, des répercussions en termes environnementaux permettent de définir les priorités de la gestion des déchets, et d'impartir les responsabilités en conséquence. Elle peut ainsi contribuer à un partage adéquat des responsabilités entre les producteurs et les consommateurs, mais les dispositifs ainsi définis doivent également reposer sur des instruments comme les éco-bilans et les statistiques, dans la mesure où ils permettent de définir l'importance réelle des problèmes et, du même coup, le caractère réaliste des objectifs poursuivis.

⁵⁰ Communication de 1996, n° 38.

⁵¹ *Ibid.*, n°45.

⁵² *Ibid.*, n° 53.

⁵³ JO n° C138 du 17 mai 1993.

⁵⁴ Communication de 1996, n° 28.

2. L'information

Dans le cadre d'une politique générale visant à rendre la consommation plus responsable, l'information du consommateur est une composante essentielle puisqu'elle lui offre, par la connaissance qu'elle lui apporte et la comparaison qu'elle permet, de jouer un rôle actif dans l'orientation de la demande du marché et de récupérer ainsi une certaine maîtrise ou souveraineté au sein du système économique. L'information apparaît comme un instrument qui peut être utilisé à des fins commerciales pour faire valoir un intérêt économique mais aussi à des fins politiques pour faire valoir l'intérêt général. L'information occupe une place importante en vue d'une modification des comportements de consommation.

2.1. Qui doit informer ?

Il faut déplorer l'extrême pauvreté des moyens d'information mis à disposition des consommateurs. Ceux-ci ignorent bien souvent quels sont les intermédiaires intervenant dans la production d'un produit et rencontrent, par conséquent, d'importantes difficultés à obtenir une information complète sur les caractéristiques du produit. Les organismes publics ne peuvent offrir une information adéquate aux consommateurs pour l'ensemble des produits. Il convient donc de veiller à ce que l'information soit également assurée par les intermédiaires commerciaux et industriels.

Une vision idéale de l'information ferait intervenir une responsabilité solidaire des différents intermédiaires intervenant dans la fabrication et la commercialisation du produit. A priori, c'est donc au fabricant du produit que reviendrait l'obligation de fournir l'information requise. Si celui-ci n'est pas à même ou n'est pas disposé à fournir cette information (notamment parce qu'il est situé dans un pays à l'extérieur de l'Union), la responsabilité d'informer incomberait à l'importateur comme aux différents intermédiaires à la commercialisation du produit.

2.2. Comment informer ?

Il conviendrait d'utiliser la capacité de stockage d'informations offerte par les applications des nouvelles technologies.⁵⁵

a. Les techniques « on line »

Depuis plusieurs années, les vendeurs mettent à la disposition des consommateurs des services d'information par le biais du téléphone : le consommateur est informé, sur l'emballage du produit, de l'existence d'un service consommateur qui peut être contacté par téléphone. Il s'agit souvent d'un numéro vert pour lequel le coût de la communication n'est pas directement facturé au consommateur.

Le développement rapide des réseaux télématiques destinés au grand public tels l'Internet permettent d'envisager de nouveaux modes d'information du consommateur sur les caractéristiques des produits de consommation. On peut ainsi imaginer qu'au moyen d'un logiciel de consultation courant (un « navigateur » web), le consommateur se voit autoriser l'accès à des banques de données recensant, dans diverses langues, les diverses caractéristiques du produit. La recherche et l'accès aux informations relatives à un produit

⁵⁵ En ce qui concerne ce propos, on se réfère aux travaux de LAFFINEUR J. et DE NAYER B., in *Besoins actuels des consommateurs en matière d'étiquetage alimentaire*, CDC, 1998.

déterminé pourraient s'effectuer au moyen des données chiffrées du code EAN (European Article Numbering) associé au code à barres présent sur la plupart des produits de grande distribution. Ces données encodées (au moyen d'un « scanner » ou au clavier) donneraient instantanément accès aux informations relatives au produit.

L'avantage de ce mode d'information est son accessibilité 24 heures sur 24 et le caractère en principe gratuit de la consultation du réseau. L'inconvénient majeur est qu'il nécessite que le consommateur dispose d'un matériel sophistiqué pour accéder aux informations disponibles sur les réseaux. Cet obstacle n'est toutefois que relatif : dans les prochaines années, les terminaux de consultation verront leur prix baisser de sorte qu'il sera possible à l'ensemble des consommateurs d'en disposer (on parle notamment d'intégrer de tels terminaux à des postes de télévision). Par ailleurs, on peut imaginer d'implanter sur les points de vente des terminaux de consultation accessibles au consommateur au moment où il effectue ses achats ; les informations recueillies pourraient alors être imprimées.

Idéalement, le contenu des banques de données devrait faire l'objet d'une standardisation à un niveau poussé de manière à ce que le consommateur puisse retrouver sans difficulté l'information souhaitée et, le cas échéant, opérer des comparaisons sur la base de différents produits. Une standardisation efficace permettrait également d'éviter de devoir recourir à une structure de banque de données entièrement centralisée dont la gestion pourrait s'avérer compliquée.

Le principe *hypertexte* de l'internet permet d'établir des liens entre différents sites et d'obtenir des détails à propos d'une question déterminée en cliquant simplement sur le mot ou le thème indiqué dans le site de départ.

Différents liens peuvent être imaginés au départ de ce site d'information.

On pense en particulier à un renvoi vers les sites des organisations de consommateurs et de défense de l'environnement de tous les pays de l'Union européenne, dont les différentes études et tests comparatifs pourraient apporter des informations utiles aux consommateurs. En tout état de cause, lorsque de tels sites n'existent pas, les coordonnées des associations devraient être disponibles.

b. Les techniques « off line »

On peut partiellement pallier les difficultés techniques que pose l'insertion d'informations sur ou avec le produit (étiquette, notice, mode d'emploi, ...) par le recours à des techniques numériques permettant de stocker un grand nombre d'informations sur une petite surface, sur l'emballage du produit lui-même. Les techniques envisagées ne recourent donc pas à l'utilisation de banques de données distantes comme dans l'hypothèse décrite ci-dessus : les informations sont lues au moyen d'un scanner semblable à celui utilisé en matière de code à barres.

Le code PDF (Portable Data File) permet de stocker l'équivalent de 2000 caractères sur une surface de quelques centimètres carrés. Lus par un scanner, ils peuvent être transformés en un texte intelligible et, le cas échéant, imprimés par le consommateur. Il faut toutefois noter que les scanners actuellement utilisés pour la lecture des codes à barre « traditionnels » ne peuvent être employés pour la lecture des codes PDF : l'utilisation d'un tel système devra donc s'accompagner d'investissements importants. Par ailleurs, à moins de doter les consommateurs de lecteurs appropriés, ce qui paraît difficilement réalisable, ils ne disposeraient pas d'un accès direct à l'information. En outre, le recours à l'information hors ligne ne permet pas une mise à jour constante de celle-ci.

La multiplication des cartes à puces comportant une mémoire électronique permet également d'imaginer des usages nouveaux : lors de l'achat de produits, les données relatives à ceux-ci seraient téléchargées dans le microprocesseur au moment du passage aux caisses. Au moyen d'un appareil de lecture approprié relié à un micro-ordinateur, le consommateur pourrait avoir accès aux informations préalablement transférées sur la carte. On assiste aujourd'hui à une multiplication des cartes à microprocesseur ainsi qu'à une diffusion large des appareils de lecture destinés aux consommateurs : la solution proposée n'est pas utopique.

On peut même imaginer que la carte soit utilisée pour favoriser certains achats.

« De nouvelles techniques promotionnelles, apparues au cours des dernières années, s'appuient sur les informations fournies par les codes-barres. Parmi celles-ci figurent les cartes de fidélité et le « couponnage » électronique. Le principe du couponnage électronique consiste à offrir aux clients des coupons de manière ciblée c'est-à-dire selon les achats qu'ils ont effectués, grâce à la lecture optique en sortie de caisse. Le système développé par Catalina Marketing repose sur la lecture des codes-barres par un scanner intelligent qui permet d'éviter de distribuer des coupons au hasard à des acheteurs qui ne sont pas concernés par la catégorie de produit. Ainsi, le scanner déclenche, grâce à un ordinateur auquel il est relié, l'impression d'un coupon sur un produit particulier. »⁵⁶

On peut dès lors aisément imaginer l'application de pareil système aux produits à caractéristiques écologiques et sociales.

« Les imprimantes de Catalina sont installées dans plus de 12 000 magasins, notamment aux Etats-Unis, en Grande-Bretagne, au Japon et en France. Plus de 700 magasins français distribuent des bons de réduction appelés Eco-bons (Géant, Hyper U, Casino, Champion, Super U, Cora, Match et Intermarché). Plus de 400 marques ont utilisé le système et plus de 165 millions de bons ont été distribués. Plus de 15 millions de bons ont été rapportés par les consommateurs. Soit un taux de retour compris entre 8 et 10%, contre 2,4% pour les bons distribués dans les boîtes aux lettres. »⁵⁷

c. Les techniques mixtes

Les techniques proposées peuvent bien entendu se combiner. Ainsi, on peut imaginer un système mettant à la fois en œuvre un appareil de lecture de cartes à microprocesseur et un terminal d'accès à l'Internet. Le contenu du panier de produits serait transféré dans le terminal qui récupérerait automatiquement les informations relatives aux produits achetés.

Option est prise pour une mise en œuvre non sélective des moyens nouveaux suggérés. L'une des objections classiques formulées à l'encontre d'un tel choix consiste à en souligner le coût et le risque que celui-ci soit mis, totalement ou partiellement, à charge des usagers.

Plusieurs arguments peuvent y être opposés :

- (i) la charge supplémentaire demeure relativement marginale si on la considère au plan collectif : le coût des systèmes préconisés reste faible au regard des avantages qui peuvent en être tirés en termes d'information, d'éducation et d'implication responsable des consommateurs;
- (ii) le prix du matériel et des logiciels informatiques ne cesse de décroître en même temps qu'augmentent les capacités techniques de collecte, de stockage, de traitement et de diffusion des informations;

⁵⁶ LAMBIN J.J., *Le marketing stratégique*, 4^e édition, Ediscience, 1998, p.638.

⁵⁷ *Ibid.*, p. 639.

- (iii) pour tirer un avantage réel des dispositifs à mettre en place, le consommateur doit pouvoir à tout moment adapter son choix pour tel ou tel autre mode d'information, en fonction de divers critères personnels (disponibilité de temps, capacité d'utilisation des techniques, ...);
- (iv) les utilisateurs seront d'autant plus enclins à prendre part aux processus de consommation qui leur sont offerts s'ils bénéficient d'un encadrement informationnel développé, et par le fait même, rassurant.

2.3. Comment les informations doivent-elles être diffusées et consultées ?

Des exigences minimales d'accès et d'utilisation des systèmes préconisés doivent être définies quelles que soient les techniques mises en œuvre. Celles-ci peuvent prendre la forme d'applications très diverses dont on se borne à décrire les principales :

- les bornes multimédias : installées dans les lieux de distribution, ces systèmes peuvent être consultés par simple présentation du code à barres d'un produit devant un lecteur approprié; les informations relatives au produit sont diffusées sur un écran et peuvent être consultées de manière (inter)active (recherches par mot-clef; hyperliens; etc.);
- l'ordinateur personnel du consommateur : soit grâce à l'enregistrement des données relatives aux produits achetés (au moment du passage à la caisse, une carte à microprocesseur appartenant au consommateur enregistre les données relatives aux produits achetés, qui sont traitées par l'intéressé de retour chez lui), soit grâce à la lecture optique des codes à barres que les consommateurs pourraient effectuer, également à domicile, moyennant la possession du matériel ad hoc (ordinateur personnel couplé à un lecteur optique);
- les modes de consultation devraient être définis en concertation avec les utilisateurs. On peut par exemple imaginer une consultation à partir d'un mot-clef.

Les modalités d'information doivent être guidées par des impératifs de clarté, d'intelligibilité et d'accessibilité.

On se contentera ici de relever certaines directives visant à assurer la meilleure information possible du consommateur au travers des technologies nouvelles.

En cas d'utilisation de terminaux informatiques sur site, on devra veiller à une standardisation des procédures d'accès et de présentation de l'information de manière à ce que le consommateur ne soit pas tenu à un patient apprentissage en cas de changement d'enseigne. Le nombre de terminaux devra être suffisant pour permettre un accès par les consommateurs même à l'heure de pointe; leur implantation dans la surface de vente devra être convenablement signalée (on se référera utilement à l'expérience du code à barres qui révèle une implantation tout à fait sporadique et peu apparente des lecteurs mis à la disposition du public).

En cas d'utilisation en ligne à distance par le consommateur, il faudra de même veiller à ce que le consommateur dispose d'une information claire et intelligible. Une standardisation des contenus informationnels s'avère nécessaire pour permettre, notamment, des comparaisons utiles.

2.4. Coût de la diffusion des informations

Il importe en premier lieu de s'interroger sur la caractère gratuit ou payant des informations ainsi diffusées. Etant donné l'objectif poursuivi, il ne paraît pas envisageable de faire payer les

consommateurs qui désirent obtenir des informations relatives aux produits qu'ils consomment.

La prise en charge des coûts doit ainsi être supportée par les entreprises car celles-ci ont déjà de leur propre initiative effectué des démarches dans ce sens, en particulier par la mise à disposition du consommateur de lignes téléphoniques gratuites d'information sur les produits qu'elles commercialisent, ainsi que par la réalisation de sites sur le réseau internet consacrés à la présentation de leurs produits.

La participation active et financière des entreprises à la diffusion des informations ne s'oppose toutefois pas à la prise en charge d'une partie des coûts par les pouvoirs publics, qui sont eux-mêmes déjà impliqués dans de nombreux programmes nationaux ou régionaux d'information du consommateur.

2.5. Exigences minimales relatives à la nature des informations

a. Mise à jour des informations

Avant d'aborder plus en détails les modalités de contrôle de l'information, il s'agit d'examiner certaines exigences essentielles à respecter lors de la présentation des données.

La conformité des informations et leur exactitude constituent en effet un pré-requis indispensable à une utilisation adéquate des données par le consommateur. A cette fin, une obligation devra être mise à charge de la personne responsable de la mise à disposition des informations, pour que lesdites informations soient mises à jour régulièrement.

Afin que le consommateur puisse s'assurer de la mise à jour effective des données, la date de la dernière mise à jour devra figurer en regard des informations délivrées.

b. Caractère distinctif des informations

Les conditions de présentation des données devront également tenir compte de l'aspect publicitaire de certaines informations présentées par entreprises. On songe au risque de confusion qui peut exister entre les éléments purement informatifs et les éléments publicitaires dans la présentation des produits.

L'exigence du caractère distinctif de l'information par rapport à la publicité doit être respectée dans le cadre de l'utilisation de supports alternatifs d'information. Afin de couvrir tous les supports susceptibles de diffuser ainsi des informations, une réglementation trouverait idéalement sa place dans le cadre de la législation sur les pratiques du commerce.

c. Responsabilité

La ou les personnes chargées du contenu et/ou de la diffusion des informations (éditeur/imprimeur d'étiquettes, d'emballages; opérateur télématique; producteur; distributeur/vendeur;...) encourent une responsabilité, notamment du chef d'informations erronées ou incomplètes. On distingue classiquement, d'un côté, la responsabilité contractuelle et précontractuelle (« culpa in contrahendo ») et d'un autre côté, la responsabilité quasidélictuelle.

Au stade précontractuel, le fournisseur d'informations pourra se voir reprocher une publicité mensongère. Il pourra généralement être l'objet d'une action en annulation du contrat si le consommateur peut établir qu'il a été amené à contracter du fait d'informations trompeuses. La responsabilité contractuelle du fournisseur d'informations pourra être engagée à la suite de la communication de renseignements ou d'informations inexacts ou incomplètes.

Lorsque le professionnel commet une faute qui échappe à la responsabilité contractuelle, la plupart des droits nationaux permettent à la victime d'invoquer les principes de la responsabilité civile classique. Une controverse subsiste sur l'application des règles relatives à la responsabilité du fait des produits aux « biens immatériels » que constituent les informations transmises par voie télématique.

Pour mieux garantir, au plan collectif, les consommateurs contre les risques liés aux informations inexacts ou incomplètes, des systèmes de contrôles (et de sanctions) appropriés devraient être mis en place afin que soit exercée une police par un organisme chargé spécialement de vérifier le contenu des informations diffusées.

d. Protection de la vie privée

La multiplication des données et des consultations de celles-ci par les consommateurs augmente potentiellement les risques de traitement ou d'utilisation contraires aux règles de protection de la vie privée. De même, le développement des techniques de « marketing direct » qu'ont induit la naissance des systèmes multimédias et la convergence des technologies de l'information (rendant « interopérables » des techniques, des supports ou des vecteurs d'informations jusque là cloisonnés entre eux) a-t-il pour conséquence prévisible un accroissement du risque d'atteinte à la sphère privée du consommateur, notamment à travers la constitution de « mégabases de données de consommation » (profils et comportements de consommation tirés de la consultation de certaines catégories d'informations par les consommateurs).

Il convient d'être attentif au fait qu'aujourd'hui les spécialistes du marketing ne se contentent plus d'analyser la nature et la fréquence des achats. Tout le processus de consommation est passé au crible : quel est l'effet de la publicité sur le réseau? Comment le consommateur a-t-il réagi à tel ou tel message? Ses décisions, ses hésitations (matérialisés par les mouvements de la « souris » à l'écran : « mousetracking ») sont systématiquement enregistrées et ceci, bien souvent, sans que le consommateur en ait conscience (notamment par le biais de « cookies » : petits fichiers installés sur l'ordinateur du consommateur et lus par le vendeur au moment de la communication).

Les modes de contrôle et d'information a priori contenus dans les réglementations actuelles sont adaptées à une informatique administrative ou aux anciennes pratiques de marketing (par exemple, la constitution de dossiers automatisés sur la base de sondages ou de questionnaires) où il était relativement aisé pour l'intéressé de connaître ces dossiers et de consulter les informations le concernant. Les données récoltées par le biais du « scanning » et du « mousetracking » se caractérisent essentiellement par l'énorme quantité d'informations en

jeu et la nature quasi cabalistique des données traitées. En effet, ces données consistent le plus souvent en des informations numériques (un descripteur d'article, les coordonnées d'un écran d'ordinateur) difficilement compréhensibles par l'individu. Ces caractéristiques rendent la mise en œuvre d'un contrôle extrêmement difficile.

Il importe de rester vigilant et d'éviter que la recherche d'une meilleure information du consommateur — ce qui passe notamment par une augmentation du volume de ces informations — n'engendre un accroissement des risques en termes de protection de sa vie privée.

3. Le label écologique

Dans une première proposition de Règlement concernant le label écologique⁵⁸, la Commission avait envisagé de mesurer l'impact environnemental des produits candidats au label en réservant celui-ci aux seuls produits présentant les meilleurs scores. Une échelle permettant de mesurer l'importance des résultats enregistrés aurait ainsi permis de récompenser les entreprises au prorata de leurs efforts et d'en informer à juste titre les consommateurs. Tel était le souhait des organisations de défense de l'environnement et des associations de consommateurs. Ce souhait n'a pas été rencontré puisque tous les produits satisfaisant aux critères arrêtés peuvent recevoir le label.

Les principales phases de la procédure d'attribution d'un label écologique sont résumées ci-après en les regroupant à travers les cinq points suivants :

- (i) Pour se voir attribuer un label écologique, les fabricants ou les importateurs de la Communauté doivent s'adresser à l'organisme compétent de « leur » État membre, c'est-à-dire celui dans lequel le produit est fabriqué, mis sur le marché pour la première fois ou importé en provenance d'un pays tiers.
- (ii) L'organisme compétent évalue les performances écologiques du produit selon des critères déterminés (de manière à assurer leur application uniforme par les organismes compétents).
- (iii) Au terme de l'évaluation, l'organisme décide d'attribuer ou non un label et, dans l'affirmative, notifie sa décision et son dossier (les résultats complets de son évaluation et un résumé de ceux-ci) à la Commission.
- (iv) La Commission communique cette décision et le dossier à chacun des autres États membres.
- (v) Ensuite, à l'expiration d'un délai de trente jours, l'organisme compétent peut procéder à l'attribution d'un label sauf si, entre-temps, la Commission lui a fait part d'objections motivées. Dans ce cas, si les objections ne peuvent pas être levées à l'issue de consultations informelles, la Commission prend une décision selon une procédure particulière impliquant l'intervention d'un Comité composé des représentants des États membres et présidé par un représentant de la Commission.

Les dispositions de l'article 5, 4° et 3, d), du Règlement prévoient que les critères écologiques arrêtés pour une catégorie de produits « doivent garantir un haut niveau de protection de l'environnement » et que les critères écologiques spécifiques applicables à chaque catégorie

⁵⁸ Règlement CEE 880/92 du Conseil du 23 mars 1992 concernant un système communautaire d'attribution du label écologique, *JOCE* L 99/1 du 11 avril 1992.

de produits sont définis selon une approche globale, c'est-à-dire envisageant le produit dans l'intégralité de son cycle de vie (depuis sa fabrication jusqu'à son élimination).

Une lecture attentive du texte de l'article 5 du Règlement révèle que c'est « dans la mesure du possible » que les critères pour apprécier la contribution d'un produit à la qualité de l'environnement doivent « être fondés sur l'utilisation de technologies propres » et que « le cas échéant » ils « refléteront l'opportunité d'une optimisation de la durée de vie des produits ».

Avec B. Jadot et N. de Sadeleer, il faut regretter — et cela constitue sans doute la critique négative la plus fondamentale — la confusion et l'ambiguïté marquant le régime du label européen « si, en même temps, d'une part, l'on prétend instaurer un système se réclamant de l'écologie et mettant en évidence les options les plus favorables à l'environnement et, d'autre part, l'on définit des éléments essentiels de ce régime en des termes nettement moins ambitieux, en tout cas peu clairs sur le degré d'exigence requis »⁵⁹.

En outre, il faut souligner le caractère statique de l'approche adoptée : le label est acquis pour une catégorie de produits et l'ensemble des entreprises concernées en hérite sans démarcation pour celles qui s'engageraient dans des processus de protection accrue de l'environnement (absence d'incitation et de récompenses du progrès). Le caractère corporatiste du système d'attribution du label néglige les entreprises isolées qui souhaitent intégrer des critères écologiques indépendamment du comportement des autres entreprises du même secteur.

Au terme de l'examen des principaux traits caractérisant l'instrumentation juridique du label écologique aux niveaux belge et européen⁶⁰, quelques éléments de réflexion sont proposés en vue de tenter d'améliorer les systèmes existants dans le sens d'une plus grande efficacité au regard des objectifs conjugués de protection de l'environnement et de protection des consommateurs.

Nos suggestions sont exprimées sous la forme de « pistes de recommandations » dont nous avons retenu celles qui nous paraissent être prioritaires et pouvoir être formulées en termes généraux, étant entendu que chacune d'elles annonce ou appelle des réformes ou des ajustements plus précis.

3.1. Le principe de l'uniformité

Dans le cadre du marché unique, la diversité de systèmes d'octroi du label est une source de confusion pour le consommateur et, partant, un risque de moindre efficacité. L'uniformité qui est préconisée — et réalisée — au niveau communautaire devrait s'appliquer non seulement au label lui-même (un label unique pour l'ensemble des produits et des services offerts dans l'Union européenne) mais également aux catégories de produits et de services (un système applicable à tous les produits et les services, en ce compris les denrées alimentaires, les boissons, les produits pharmaceutiques). Le label écologique ne devrait écarter *a priori* de son champ d'application aucune catégorie de produits et de services.

⁵⁹ B. JADOT, N. de SADELEER (ED.), *Le label écologique et le droit*, Story-Scientia, 1992, p. 67.

⁶⁰ Voy. LAFFINEUR J., *La place de l'écologie dans la publicité et dans l'information du consommateur*, CDC, inédit, novembre 1999.

3.2. Le principe de la qualité de l'information

Si le label écologique ne peut constituer en lui-même qu'un logo attractif, une information complète, fiable, utile et aisément compréhensible doit être diffusée par tous les moyens appropriés à propos des principales raisons qui ont conduit les autorités responsables à la décerner. Une grande importance doit être attachée à la fois au choix des modes d'information utilisés au moment où le consommateur pose son acte d'achat, d'une part, et aux mesures générales de sensibilisation et d'éducation, d'autre part. Ce ne sont que des campagnes d'information menées à grande échelle et avec les moyens appropriés qui sont susceptibles de faire en sorte que les informations fiables et utiles soient perçues comme telles par l'ensemble des consommateurs.

3.3. Le principe de la participation

Les principaux destinataires du label écologique que sont les consommateurs doivent être associés à tout système d'attribution d'un label officiel. La participation des consommateurs à travers leurs organisations représentatives doit, pour être effective, s'exercer dans toutes les instances ayant un pouvoir décisionnel en la matière et, notamment, sur la définition des catégories de produits, sur l'établissement des critères d'attribution, sur la décision d'octroi du label, sur le contrôle du respect des conditions d'attribution et d'utilisation du label. Cette exigence est rencontrée par le législateur belge mais le Règlement communautaire n'associe que partiellement les organisations de consommateurs aux processus de décision.

3.4. Le principe de la graduation du label

Afin de permettre une meilleure comparaison entre les produits et, par le fait même, de stimuler davantage la concurrence entre les producteurs, l'on préconise une graduation du label en fonction de l'impact plus ou moins bon du produit auquel il se rapporte sur l'environnement. Il s'agit en quelque sorte de créer un système d'attribution d'une ou de plusieurs étoiles par label de manière à inciter les producteurs à améliorer leurs produits en visant une reconnaissance à une classification supérieure.

3.5. Le principe de l'évaluation permanente

Accompagnant l'application du système de graduation du label, s'impose le principe de l'évaluation permanente des critères d'attribution. Afin de tenir compte de l'évolution des techniques et des progrès réalisés dans le domaine de la protection de l'environnement, le Règlement communautaire prévoit une durée de validité (trois ans) des catégories de produits et des critères au-delà de laquelle une mise à jour doit avoir lieu. L'on préconise la mise en place d'un système permettant de saisir à tout moment l'organe chargé du contrôle de telle manière que ce délai de trois ans puisse, en pratique, être plus court lorsqu' existent des motifs justifiant le retrait d'un label ou sa dégradation (perte d' « étoile(s) » par exemple).

3.6. Les contrôles

Option est prise pour un système de contrôles renforcé. Si l'avantage du label est de permettre, par un simple logo, un message essentiel relatif à la sécurité ou à la santé, notamment, son plus sérieux inconvénient réside précisément dans le risque que fait courir la simplicité du message : seule une très stricte application des règles de contrôle applicables à l'attribution et à l'utilisation du label écologique est de nature à lui donner sa pleine efficacité.

Confirmant le principe de la participation, il est rappelé que les organisations de consommateurs devront être associées effectivement à l'œuvre des instances de contrôle pour accroître encore la confiance des usagers dans le message véhiculé par le label écologique.

3.7. L'enquête publique

A l'instar du système prévalant dans le cadre des procédures de normalisation (l'Institut belge de Normalisation doit soumettre à une enquête publique tout projet de norme), l'on prône la tenue d'enquêtes publiques, selon des modalités à déterminer, pour les décisions relatives à la détermination des catégories de produits ou de services et des critères d'attribution du label.

Cette mesure complèterait utilement le principe de participation en associant aux décisions les plus importantes des acteurs qui échappent quelquefois aux processus de représentation : « La seule association de groupes d'intérêt ne suffit pas, dès lors que leur représentativité véritable ne paraît pas garantie à suffisance. Ainsi, on n'est nullement certain que les représentants habituels des intérêts économiques assurent effectivement la défense des intérêts de sociétés de petite ou de moyenne importance qui fabriquent ou distribuent les produits plus favorables à la protection de l'environnement que ceux de leurs concurrents. Par ailleurs, l'on doit bien constater que font encore assez largement défaut, tant au niveau communautaire qu'en Belgique, des critères suffisamment éprouvés de représentativité des associations de protection de l'environnement ». ⁶¹.

4. Des normes de produits pour une consommation durable

Remarques introductives

La loi du 21 décembre 1998 relative aux normes de produits ayant pour but la promotion de modes de consommation durables et la protection de l'environnement et de la santé ⁶² constitue le centre de gravité de cette partie de l'étude consacrée à l'évaluation critique des principales initiatives prises par le législateur belge, durant ces dernières années, pour promouvoir le développement durable. L'approche choisie consiste à tenter de procéder à une telle évaluation à travers la mise en perspective de la loi précitée, d'une part, et de la loi du 9 février 1994 relative à la sécurité des consommateurs ⁶³, d'autre part.

D'emblée, l'on est frappé de découvrir, perdues au milieu d'autres dispositions, deux petites phrases qui se font écho l'une à l'autre et qui, quant à l'objet de chacune des deux lois auxquelles elles se rapportent, délimitent leurs champs d'application générale mais en procédant par exclusion.

D'un côté, à la fin de l'article 1^{er}, 5^o, la loi du 9 février 1994 relative à la sécurité des consommateurs dispose que : « *La présente loi ne vise pas la protection des travailleurs ni celle de l'environnement* ». D'un autre côté, en son article 3, § 1^{er}, 3^o, la loi du 21 décembre 1998 relative aux normes de produits énonce que : « *La présente loi ne vise pas la protection des travailleurs ni la sécurité des consommateurs* ». A première lecture, l'on serait enclin à considérer tout simplement que les deux lois excluent la protection des travailleurs de leur objet tandis qu'elles se réservent chacune leur domaine propre : l'une, la sécurité des consommateurs, et l'autre, la protection de l'environnement. Ce cloisonnement apparemment

⁶¹ B. JADOT, N. de SADELEER, *op. cit.*, p. 82.

⁶² *M.B.*, 11 février 1999, Err. ; *M.B.*, 24 avril 1999.

⁶³ *M.B.*, 1^{er} avril 1994.

étanche paraît encore renforcé par la définition du concept d'environnement qui écarte explicitement l'humain de ses éléments constitutifs : « *l'atmosphère, le sol, l'eau, les écosystèmes, le climat, la flore, la faune et les autres organismes à part l'homme* » (article 2, 17° de la loi du 21 décembre 1998 relative aux normes de produits).

Une telle division ne laisse pas d'étonner. Si elle a sans doute l'avantage de clarifier la portée de règles susceptibles de susciter la controverse quant aux contours de leur champ d'application, notamment parce que l'évolution des technologies et des mentalités, au fil des années, risque de compliquer l'interprétation que l'on peut donner au contenu de ces règles, il reste que les catégories revêtent en cette matière un caractère de plus en plus artificiel. Penser — notamment, en vue de régir par des normes juridiques — la protection de l'environnement et celle des consommateurs, la protection de ces derniers en tant que citoyens, travailleurs et utilisateurs de produits et de services, ainsi que la santé individuelle et la santé publique, semble constituer une entreprise dont la dimension globale ne peut plus être niée.

C'est bien à cette approche intégrée qu'appelle le Plan fédéral pour un développement durable lorsqu'il invite l'ensemble des acteurs concernés à prendre part à l'exercice de responsabilités spécifiques pour favoriser le développement de modes de production et de consommation soutenables :

« A un bout de la chaîne économique, le producteur a la responsabilité essentielle de prendre en compte dans ses décisions de production, les effets sur l'environnement d'un produit tout au long de son cycle de vie. Cette démarche suppose d'intégrer dans les stratégies de conception et de fabrication des produits des aspects en amont, tels que le choix des matériaux, et des effets en aval comme la recyclabilité et les coûts d'élimination. Les travailleurs doivent être associés de façon active à ces stratégies et aux choix qu'elles entraînent de façon à jouer pleinement leur rôle de citoyens/acteurs. le respect des normes internationales du travail fait également partie de la responsabilité du producteur.

A l'autre bout de la chaîne économique, le consommateur peut participer à cet objectif en privilégiant l'achat de biens et services respectueux de l'environnement naturel et social et en utilisant avec précaution les ressources naturelles nécessaires à la satisfaction de ses besoins ;

Quant aux pouvoirs publics, ils ont la responsabilité de fournir un cadre général composé d'incitants, d'infrastructure, de régulation, de guidance, qui habilite les autres acteurs à participer tout au long du cycle de vie des biens et services, à la mise en place de modes de consommation plus soutenables. Ils sont également responsables de la bonne gestion (économie, efficacité, effectivité) des capacités et dépenses publiques. Ainsi, ils peuvent harmoniser et soutenir, dans l'intérêt collectif, les actions responsables des consommateurs et des producteurs. »⁶⁴

Dans ce contexte, l'on ne peut que souscrire au vœu exprimé par la Commission interdépartementale du développement durable lorsqu'elle entend promouvoir l'application active et coordonnée des législations existantes en matière de normes de produits : la loi du 21 décembre 1998 relative aux normes de produits, la loi du 28 janvier 1999 relative aux garanties que doivent présenter les substances et préparations en matière de sécurité et de santé des travailleurs en vue de leur bien-être, la loi du 9 février 1994 relative à la sécurité des consommateurs.

Dans le cadre limité de la présente partie, l'on privilégie l'examen des lois de 1994 et de 1998 dont on procède à l'évaluation critique à travers le plan suivant : après un rappel des traits

⁶⁴ CIDD-Commission Interdépartementale du Développement Durable, Janvier 2000.

marquant ces deux législations (I.), l'on propose quelques éléments d'analyse de leur impact et des perspectives d'amélioration de leur complémentarité (II.).

4.1. Rappel des traits essentiels caractérisant les législations relatives aux normes de produits et à la sécurité des consommateurs.

a. La Loi du 9 février 1994 relative à la sécurité des consommateurs

Auparavant (l'on songe surtout à la loi du 25 février 1991 relative à la responsabilité du fait des produits défectueux), le législateur s'était borné à mettre en place, dans le domaine des produits et des services, principalement des mécanismes correctifs et non préventifs comme le prévoient les lois de 1994 et de 1998 qui sont l'objet prioritaire de notre examen. Pour la première fois, par l'adoption de la loi du 9 février 1994 relative à la sécurité des consommateurs transposant la directive communautaire du 29 juin 1992 relative à la sécurité générale des produits⁶⁵, la Belgique se dotait d'un texte à portée générale ou horizontale. La loi du 9 février 1994 a même élargi considérablement le champ d'application de la directive européenne puisqu'elle s'applique également au domaine des services, ce que la directive n'imposait pas.

Par son caractère général, cette loi opère un regroupement systématique de la matière qui, jusque là, était restée sectorielle et dispersée⁶⁶. Une obligation générale est imposée aux producteurs⁶⁷ de ne mettre sur le marché que des produits ou des services sûrs⁶⁸. En corollaire, des obligations sont mises à charge des producteurs : afin qu'ils fournissent au consommateur les informations pertinentes qui lui permettent d'évaluer les risques liés au produit ou au service ; afin qu'ils adoptent des mesures proportionnées en fonction des caractéristiques des produits ou services qu'ils fournissent, leur permettant d'être informés sur les risques que ces produits ou services pourraient présenter ; afin qu'ils engagent les actions opportunes y compris, si nécessaire, le retrait du produit ou service en cause du marché pour éviter les risques que les produits ou services qu'ils fournissent pourraient présenter ; afin qu'ils préviennent les services administratifs compétents du fait qu'un produit ou un service ne satisfait pas ou ne satisfait plus à l'obligation générale de sécurité.

⁶⁵ *J.O.C.E.*, n° L 228/24 du 11 août 1992.

⁶⁶ DUMONT H., Sécurité des consommateurs : le droit belge dans un contexte européen, *D.C.C.R.*, n°41, p. 291 et s.

⁶⁷ Le producteur est défini largement à l'article 1^{er}, 3, comme étant :

- le fabricant du produit ou le prestataire du service lorsqu'il est établi dans la Communauté, et toute autre personne qui se présente comme fabricant en apposant sur le produit son nom, sa marque ou un autre signe distinctif, ou celui qui procède au reconditionnement du produit, et tout autre personne qui se présente comme prestataire du service ;
- le représentant du fabricant (...);
- les autres professionnels de la chaîne de commercialisation, dans la mesure où leurs activités peuvent affecter les caractéristiques de sécurité d'un produit mis sur le marché.

⁶⁸ Un produit ou un service sûr est défini (art. 2, § 1^{er}) comme « présentant, dans les conditions normales d'utilisation dans d'autres conditions raisonnablement prévisibles par le producteur, les garanties de sécurité et de protection de la santé des consommateurs auxquelles le consommateur peut légitimement s'attendre, compte tenu, en particulier, des éléments suivants » :

- « des caractéristiques du produit, notamment sa composition, son emballage, ses conditions d'assemblage et d'entretien » ;
- « de l'effet du produit sur d'autres produits au cas où on peut raisonnablement prévoir l'utilisation du premier avec les seconds » ;
- « de la présentation du produit, de son étiquetage, des instructions éventuelles concernant son utilisation et son élimination, ainsi que de toute autre indication ou information émanant du producteur » ;
- « des catégories de consommateurs se trouvant dans des conditions de risque grave au regard de l'utilisation du produit, en particulier des enfants ».

Les distributeurs⁶⁹ sont notamment tenus d'agir afin de contribuer au respect de l'obligation générale de sécurité, en particulier en ne fournissant pas de produits ou de services dont ils savent ou auraient dû estimer, sur la base des éléments d'information en leur possession et en tant que professionnels, qu'ils ne satisfont pas à cette obligation.

Les pouvoirs publics, quant à eux, sont tenus de prendre des mesures de prévention et de contrôle, notamment en cas de survenance d'un danger grave et immédiat. Il peut être ordonné, par arrêté royal, le retrait du marché des produits ou des services se révélant dangereux pour la santé et la sécurité des consommateurs. La destruction de ces produits peut également être ordonnée, lorsque celle-ci constitue le seul moyen de faire cesser le danger.

Un progrès important est réalisé à travers la création d'une Commission de la Sécurité des consommateurs qui exerce une compétence générale (sur toutes questions relatives à la sécurité des produits et des services) et qui est représentative de tous les intérêts en cause. Parmi ses missions, la Commission doit rechercher, recenser et centraliser les informations de toutes origines sur les dangers présentés par les produits et les services.

La mise en place d'un outil statistique est également prévue puisque le Roi est appelé à prendre les mesures nécessaires en vue d'assurer le fonctionnement efficace d'un système de collecte de données sur les accidents dans lesquels peuvent être impliqués des produits ou des services. Cette intention n'a toutefois pas encore trouvé à se concrétiser.

La loi de 1994 fait l'objet de discussions visant à la modifier, notamment par l'introduction d'une définition des concepts de « danger » et de « risque » que le législateur emploie dans le texte de la loi sans toutefois les déterminer autrement que par la négative, c'est-à-dire en affirmant que seuls sont sûrs (sans risque ou sans danger ?) les produits ou les services présentant certaines caractéristiques qui sont énoncées à l'article 2 § 1^{er} (cfr ci-avant). Cette amélioration de la loi est commentée sous le point II ci-après.

Une autre innovation actuellement à l'examen au ministère des Affaires économiques consiste à créer un « guichet central pour les produits de consommation » qui, outre le rôle de secrétariat de la Commission de la Sécurité des consommateurs, remplirait les principales tâches suivantes :

- point de contact pour les consommateurs et les producteurs pour les produits qui ne répondent pas à l'obligation générale de sécurité et qui peuvent nuire à la sécurité et/ou la santé des consommateurs ;
- point de contact belge pour les systèmes d'échange européens en ce qui concerne la sécurité des produits ;
- guichet où les producteurs et les distributeurs doivent notifier un accident grave résultant de l'utilisation du produit qu'ils ont fourni ou mis à disposition et où ils doivent déclarer que le produit qu'ils ont fourni ou mis à disposition ne répond plus à l'obligation générale de sécurité visée par la présente loi ;
- inventaire et centralisation de tous types de données sur les risques que comportent des produits ;
- coordination des campagnes d'information fédérales sur la sécurité et la salubrité des produits.

⁶⁹ Le distributeur est défini comme étant tout professionnel de la chaîne de commercialisation dont l'activité n'a pas d'incidence sur les caractéristiques de sécurité du produit ou du service (article 1^{er}, 4).

b. La loi du 21 décembre 1998 relative aux normes de produits ayant pour but la promotion de modes de consommation durables et la protection de l'environnement et de la santé

De manière expresse, le législateur se réfère à un double objectif général : protéger l'environnement et la santé publique contre les effets ou risques d'effets nocifs de certains produits mis sur le marché (ou exportés vers des pays non-membres de la Communauté européenne) (article 3 §1^{er}, 1^o et 2^o). Tout en excluant tout aussi explicitement de son objet la sécurité des consommateurs⁷⁰, la loi de 1998 s'applique à la mise sur le marché de produits définis comme étant « les biens meubles corporels, y compris les substances et préparations, les biocides et les emballages, mais à l'exclusion des déchets »⁷¹.

La définition de « l'environnement » exclut l'homme (en vertu de l'article 2, 17^o, l'environnement comprend l'atmosphère, le sol, l'eau, les écosystèmes, le climat, la flore, la faune et les autres organismes à part l'homme) mais celle qui s'applique à la notion de « pollution » réintroduit l'humain (tant comme auteur responsable que comme destinataire de la protection qui est recherchée) dans le champ des préoccupations (la pollution est la présence, engendrée par l'homme, de matières solides, de liquides, de gaz, de micro-organismes, d'énergie thermique, de radiations non ionisantes, de bruit ou autres vibrations, dans l'atmosphère, le sol ou l'eau, ayant ou susceptible d'avoir, directement ou indirectement, des effets préjudiciables sur l'homme ou l'environnement). Il paraît sans doute paradoxal d'affirmer, d'un côté, que la loi a pour objet d'encourager et de promouvoir des modes de production et de consommation durables au moyen de normes de produits et, d'un autre côté, d'exclure la sécurité des consommateurs de ce même objet. L'on reviendra sur cette question dans la partie II, ci-après.

Une synthèse est proposée des dispositions générales relatives aux produits (b.1) et des dispositions particulières relatives aux substances et préparations, aux biocides et aux emballages (b.2).

b.1. Les dispositions générales relatives aux produits

Un principe est affirmé en termes d'objectifs : tous les produits qui sont mis sur le marché doivent être conçus de telle sorte que leur fabrication, utilisation prévue et élimination ne portent pas atteinte à la santé publique et ne contribuent pas, ou le moins possible, à une augmentation de la quantité et du degré de nocivité des déchets et à d'autres formes de pollution⁷². Le soin est laissé au Roi de prendre des mesures en vue :

⁷⁰ Article 3, §1^{er}, 3^o.

⁷¹ Article 2, 1^o.

⁷² Article 4.

- 1° de réglementer, suspendre ou interdire la mise sur le marché d'un produit ;
- 2° de soumettre la mise sur le marché d'un produit à une autorisation, un enregistrement ou une notification préalables, ainsi que de fixer les conditions dans lesquelles les autorisations ou enregistrements peuvent être accordés, suspendus et retirés ;
- 3° de réglementer les caractéristiques, la compositions, l'emballage, la présentation et le conditionnement d'un produit en vue de sa mise sur le marché et de déterminer de quelle façon le respect de ces règles doit être démontré ou indiqué ;
- 4° d'encourager la mise sur le marché de produits réutilisables ;
- 5° de fixer les critères d'analyse, d'essai ou d'étude d'un produit ou d'une catégorie de produits et de leur cycle de vie en vue de la détermination de leur durabilité et des dangers ou risques potentiels de leur mise sur le marché pour la santé publique ou l'environnement et d'imposer des analyses, des essais ou des études selon ces modalités ;
- 6° de déterminer quelles informations relatives à un produit ou à une catégorie de produits, à l'exception de la publicité au sens de l'article 22 de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection des consommateurs, doivent ou peuvent être données avant ou lors de la mise sur le marché, et à qui et selon quelles modalités elles doivent ou peuvent être divulguées ;
- 7° de subordonner les activités des personnes qui participent à la mise sur le marché de produits ou de catégories de produits à des conditions et à une notification ou une autorisation préalables du ministre ainsi que de fixer les modalités selon lesquelles la notification doit être effectuée et les conditions dans laquelle l'autorisation peut être accordée, suspendue et retirée ;
- 8° d'interdire l'exportation de produits vers des pays non membres de la Communauté européenne ou de la soumettre, préalablement ou non, à une notification, une autorisation ou à des conditions ;
- 9° de répartir les produits en catégorie, en vue de la réglementation de leur mise sur le marché, selon leurs effets sur la santé publique ou l'environnement ;
- 10° de déterminer des règles spécifiques pour l'étiquetage d'un produit ou d'une catégorie de produits. Lorsque ces règles ont pour objet un produit ou une catégorie de produits pour lesquels des prescriptions d'étiquetage ont été établies en vertu de l'article 14 de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection des consommateurs, elles sont arrêtées sur proposition conjointe du ministre et du ministre ayant la Consommation dans ses attributions ;
- 11° d'imposer la déclaration obligatoire des quantités de produits mises sur le marché ou exportées et de leur composition ;
- 12° de soumettre la mise sur le marché d'un produit ou d'une catégorie de produits à d'autres conditions particulières ;
- 13° de prendre toute autre mesure nécessaire pour la mise en œuvre des dispositions de conventions et/ou d'actes internationaux liant la Belgique et relatifs à la mise sur le marché de produits.

En outre et dans le but spécifique de protéger la santé publique, le Roi peut :

- 1° soumettre à certaines conditions, suspendre ou interdire l'utilisation d'un produit ;
- 2° soumettre l'utilisation d'un produit à une autorisation, un enregistrement ou une notification préalables, ainsi que fixer les conditions dans lesquelles les autorisations ou enregistrements peuvent être accordés, suspendus et retirés ;
- 3° soumettre à certaines conditions, suspendre ou interdire la production d'un produit ;
- 4° faire retirer du marché certains produits ;
- 5° subordonner les activités des personnes qui participent à l'utilisation de produits ou de catégories de produits à des conditions et à une notification ou une autorisation préalables du ministre ainsi que fixer les modalités selon lesquelles la notification doit être effectuée et les conditions dans lesquelles l'autorisation peut être accordée, suspendue et retirée ;
- 6° soumettre l'utilisation d'un produit ou d'une catégorie de produits à d'autres conditions particulières.

On observe qu'en vertu des dispositions de l'article 5 §3 de la loi du 21 décembre 1998, le ministre qui a la Santé publique dans ses attributions peut, par arrêté motivé et sans demander les avis prescrits par la présente loi ou ses arrêtés d'exécution, prendre des mesures provisoires interdisant l'usage, la mise ou le maintien sur le marché d'un ou plusieurs produits constituant un danger grave et urgent pour la santé publique, sauf dans les cas où l'article 5 de la loi du 9 février 1994 relative à la sécurité des consommateurs est d'application. Or, cet article autorise le ministre ayant la consommation dans ses attributions (agissant le cas échéant conjointement avec le ou le(s) ministre(s) concerné(s)) peut, en cas de danger grave et immédiat, suspendre, pour une durée n'excédant pas un an, la fabrication, l'importation, l'exportation, la détention, la mise sur le marché, à titre gratuit ou onéreux, d'un produit et faire procéder à son retrait en tous lieux où il se trouve, à sa consignation ou à sa destruction lorsque celle-ci constitue le seul moyen de faire cesser le danger. Il paraît certain que pour certaines catégories de produits entrant dans l'objet de chacune des deux lois considérées, une hésitation puisse naître quant à la compétence ministérielle dont relève la responsabilité de prendre les mesures qui s'imposent.

En ce qui concerne les produits constituant un danger grave et urgent pour l'environnement, la situation semble moins confuse puisqu'en vertu de l'article 5 § 4 de la loi de 1998, «Le ministre qui a l'environnement dans ses attributions peut, par arrêté motivé et sans demander les avis prescrits par la présente loi ou ses arrêtés d'exécution, prendre des mesures provisoires interdisant la mise ou le maintien sur le marché d'un ou plusieurs produits constituant un danger grave et urgent pour l'environnement », ce dernier concept excluant, comme on l'a souligné ci-avant, l'être humain.

L'un des traits les plus remarquables de la loi de 1998 est d'avoir prévu la possibilité pour l'Etat de conclure des accords sectoriels relatifs à la mise sur le marché d'un produit ou d'une catégorie de produits avec des entreprises qui participent à la mise sur le marché d'un même produit ou d'une même catégorie de produits ou avec des organisations regroupant de telles entreprises⁷³.

La loi ne fournit guère d'indication ni sur la nature juridique de tels accords ni même sur leur objet dont les limites ne sont pas précisées autrement que par référence à l'objectif général de promotion de modes de production et de consommation durables dans le contexte plus large

⁷³ Article 6.

de la recherche d'une meilleure protection de la santé publique et de l'environnement. S'il est prévu qu'un accord sectoriel ne peut ni remplacer la législation ou la réglementation existante, ni y déroger dans le sens de dispositions moins sévères, le Roi n'est cependant pas autorisé à arrêter une réglementation qui serait plus stricte que l'accord sectoriel pendant la période de validité de celui-ci⁷⁴, sauf en cas de nécessité urgente ou si ceci était nécessaire pour satisfaire à des obligations internationales.

Il est sans doute prématuré d'évaluer la pratique de tels accords sectoriels dont on se borne ici à souligner le caractère novateur : il s'agit en quelque sorte de « conventions collectives de l'environnement » dans le domaine des produits ; afin de conférer à ces accords la publicité requise puisqu'ils lient tous les membres d'une organisation d'entreprises, le législateur a décidé de rendre obligatoire leur publication au *Moniteur belge*⁷⁵. Un mode de consultation original a également été mis en place :

- un résumé du projet d'accord sectoriel (...) est publié, à l'initiative du ministre, au *Moniteur belge* et dans d'autres médias désignés à cet effet par le Roi ; le projet complet peut être consulté, pendant trente jours, à l'endroit indiqué dans le texte publié ; il est également communiqué au Conseil Fédéral du Développement Durable et/ou au Conseil Supérieur d'Hygiène, au Conseil de la Consommation, au Conseil Central de l'Economie et aux gouvernements des régions ;
- les objections et remarques peuvent être communiquées par écrit, dans les trente jours suivant la publication du résumé au *Moniteur belge*, aux services fédéraux compétents, désignés à cet effet dans la publication ; dans le même délai, les gouvernements des Régions et les Conseils mentionnés à l'alinéa précédant peuvent émettre un avis, qu'ils adressent au ministre. Le ministre examine les avis, objections et remarques et les transmet pour information aux organisations ou entreprises concernées⁷⁶.

b.2. Les dispositions particulières relatives aux substances et préparations, aux biocides et aux emballages

(i) En ce qui concerne la mise sur le marché d'une nouvelle substance, une procédure de notification est mise en place. Un arrêté royal doit déterminer dans quelles conditions et quels éléments du dossier de notification le notifiant peut invoquer le caractère confidentiel de l'opération. Cette confidentialité est en tout cas exclue pour les informations concernant les risques pour la sécurité et la santé des travailleurs, la santé publique et l'environnement et au sujet des précautions à prendre lors de l'utilisation ou du contact avec les produits, substances ou préparations.

(ii) Les biocides sont définis comme étant « les substances actives et les préparations contenant une ou plusieurs substances actives, qui sont présentées sous la forme dans laquelle elles sont livrées à l'utilisateur, qui sont destinées à détruire, repousser ou rendre inoffensifs les organismes nuisibles, à en prévenir l'action ou à les combattre de toute autre manière, par une action chimique ou biologique⁷⁷ ».

La mise sur le marché de biocides peut être soumise à une autorisation ou à un enregistrement préalables, accordés par le ministre sur avis d'un organe composé d'experts scientifiques et techniques. Le Roi peut, dans l'intérêt de la santé publique, notamment, fixer les conditions de production, de transformation, de composition, d'emballage, etc... Il peut fixer les

⁷⁴ Article 6, §3.

⁷⁵ Article 6, §6.

⁷⁶ Article 6, §7.

⁷⁷ Article 2, 8°.

quantités maximales de résidus de substances actives que peuvent laisser les biocides et leurs produits de dégradation éventuelle. Il lui appartient également de subordonner les activités des personnes effectuant les opérations de production, de transformation, etc..., à une autorisation ou un agrément préalable du ministre et définir les conditions y afférentes ainsi que les conditions dans lesquelles les autorisations ou agréments délivrés peuvent être suspendus ou retirés. Le Roi peut enfin déterminer les marques, plombs, scellés, labels, étiquettes, certificats, attestations, écriteaux, signes, emballages, dénominations ou autres indications établissant ou attestant que les conditions visées au 1° sont réunies.

(iii) En ce qui concerne les emballages, une interdiction notable marque la mise sur le marché de produits dans des emballages qui ne sont ni réutilisables, ni valorisables y compris recyclables⁷⁸. Les emballages doivent répondre à des exigences essentielles dont on reproduit les principales :

- 1° l'emballage doit être fabriqué de manière à limiter son volume et son poids au minimum nécessaire pour assurer le niveau requis de sécurité, d'hygiène et d'acceptabilité aussi bien pour le produit emballé que pour le consommateur ;
- 2° l'emballage doit être conçu, fabriqué et mis sur le marché de manière à permettre sa réutilisation ou sa valorisation (...);
- 3° l'emballage doit être fabriqué en veillant à réduire au minimum la teneur en substances et matières nuisibles et autres substances dangereuses du matériau d'emballage et de ses éléments (...).

Quiconque met sur le marché des produits dans des emballages réutilisables doit veiller à ce que ces emballages satisfassent simultanément aux exigences essentielles suivantes :

- 1° les propriétés physiques et caractéristiques de l'emballage doivent lui permettre de supporter plusieurs trajets ou rotations dans les conditions d'utilisation normalement prévisibles ;
- 2° il doit être possible de traiter l'emballage utilisé conformément aux exigences en matière de santé et de sécurité des travailleurs ;
- 3° les exigences propres à l'emballage valorisable au moment où l'emballage cesse d'être utilisé, devenant ainsi un déchet, doivent être respectées.

4.2. Analyse critique de l'impact des législations « normes de produits » et « sécurité des consommateurs »

La dernière décennie de notre siècle, sur le plan de la législation en matière de sécurité des produits, se caractérise par un *continuum* dont les trois étapes principales sont sans doute la loi du 25 février 1991 relative à la responsabilité du fait des produits défectueux (qui a introduit le principe de la responsabilité sans faute défini par la directive 85/374/CEE du Conseil du 25 juillet 1985 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matière de responsabilité du fait des produits défectueux), la loi du 9 février 1994 relative à la sécurité des consommateurs et la loi du 21 décembre 1998 relative aux normes de produits. Ces deux dernières législations dont on a synthétisé les principales dispositions sous le titre précédant marquent un progrès dans le sens d'un développement de l'approche préventive plutôt que simplement corrective.

⁷⁸ Article 10 ; l'arrêté royal du 25 mars 1999 porte fixation des normes de produits pour les emballages (*M.B.*, 1^{er} avril 1999).

Les éléments d'analyse critique proposés ci-après visent à replacer ce progrès dans son contexte et aboutissent, dans une certaine mesure, à en relativiser l'impact réel.

Option est prise pour une présentation qui met en perspective les deux législations étudiées avec quelques-uns des principes de base d'un développement durable tels que définis par la Déclaration de Rio : le principe d'intégration des composantes d'un développement durable (1) ; le principe de précaution et de reconnaissance des incertitudes scientifiques (2) ; le principe de participation et exigence de bonne gouvernance (3) ; le principe de responsabilités communes mais différenciées (4).

a. Le principe d'intégration des composantes d'un développement durable

Selon le principe 4 de la Déclaration de Rio, la protection de l'environnement doit faire partie intégrante du processus de développement et ne peut être considérée isolément. Le terme « développement » n'est pas entendu ici au sens limité de ce que les pays pauvres devraient faire pour rejoindre le niveau des pays riches, mais au sens où un véritable projet de développement durable doit relier systématiquement les unes aux autres les préoccupations sociales, économiques et environnementales, pour les intégrer dans des stratégies cohérentes.

La loi du 21 décembre 1998 se réfère au concept de « consommation durable » dans son intitulé même et recourt aux termes de « modes de production et de consommation durables » à plusieurs reprises mais, à aucun moment, ne définit ce concept. Cette lacune s'explique sans doute en partie par le fait que la médiatisation des grandes conférences internationales (Rio, Kyoto, La Haye,...) impose une nouvelle notion (consommation soutenable, développement durable,...) avec une telle insistance que son contenu sémantique semble aller de soi. Il y aurait pourtant, à notre avis, grâce à l'explicitation de telles notions, notamment par le truchement de définitions légales, de meilleures garanties de leur pleine et entière assimilation par le public et par les responsables politiques eux-mêmes. Selon le plan d'action 21 défini à la Conférence de Rio, l'objectif de développement durable doit intégrer pleinement, dans le processus décisionnel, les questions économiques, sociales et environnementales : « Cette pleine intégration a pour mission d'assurer ainsi un mode de développement qui soit à la fois réel du point de vue économique, équitable sur le plan social et écologiquement rationnel » (Action 21, 8.4).

Si un véritable projet de développement durable implique l'intégration systématique, dans des stratégies cohérentes, des préoccupations à la fois sociales, économiques et environnementales, force est de constater que la mise en parallèle des deux législations étudiées laisse perplexe. Toutes deux excluent de leur objet la protection des travailleurs ; la loi sur les normes de produits ne vise pas la sécurité des consommateurs ; la loi sur la sécurité des consommateurs ne vise pas la protection de l'environnement. Il ne s'agit pas là, à notre avis, d'une commode répartition des matières guidée par un souci de clarté et d'efficacité mais bien plutôt du résultat d'une approche au coup par coup dont les effets risquent de nous éloigner de l'objectif d'intégration promu au niveau international. Ainsi, l'on peut s'interroger sur l'opportunité d'exclure dans la loi de 1998 les travailleurs du bénéfice de règles protectrices visant, par exemple, à protéger la santé publique contre les effets ou risques d'effets nocifs de certains produits. De même, pourquoi embrasser largement dans le champ d'application de cette loi, les divers types d'emballage (emballage de vente, emballage de groupage, emballage réutilisable,...) mais exclure de la catégorie « emballage de transport » les conteneurs de transport routier, ferroviaire, maritime ou aérien⁷⁹ ? Encore, comment justifier l'exclusion des déchets dans la définition des produits (« produits : biens meubles

⁷⁹ Article 2, 9°, c.

corporels, y compris les substances et préparations, les biocides et les emballages, mais à l'exclusion des déchets ») alors que la notion de « valorisation » vise l'utilisation de déchets résiduels, l'échange de déchets et le stockage de déchets, notamment⁸⁰.

Ces quelques exemples soulignent la nécessité de rechercher les moyens de rendre le cadre législatif et réglementaire plus cohérent et de rencontrer par le fait même l'objectif d'intégration des différentes branches d'une véritable politique globale de développement durable.

b. Le principe de précaution et de reconnaissance des incertitudes scientifiques

En vertu du principe 15 de la Déclaration de Rio, pour protéger l'environnement, des mesures de précaution doivent être largement appliquées par les Etats selon leurs capacités ; en cas de risque de dommages graves ou irréversibles, l'absence de certitude scientifique absolue ne doit pas servir de prétexte pour remettre à plus tard l'adoption de mesures effectives visant à prévenir la dégradation de l'environnement.

Alors que la loi de 1994 relative à la sécurité des consommateurs définit en termes prudents le concept de « produit sûr » (ou de « service sûr ») en précisant que « la possibilité d'atteindre un niveau de sécurité supérieur ou de se procurer d'autres produits ou services présentant un risque moindre ne constitue pas une raison suffisante pour considérer un produit ou un service comme « non-sûr » ou « dangereux », le projet, actuellement discuté pour modifier cette loi, introduit les deux nouvelles définitions suivantes :

- danger : caractéristique intrinsèque de produits pouvant entraîner un dommage aux personnes, aux animaux et/ou à l'environnement ;
- risque : la possibilité qu'un dommage résulte de l'utilisation ou de la présence d'un produit dangereux. Les facteurs de risque sont les facteurs environnementaux et les facteurs liés à l'individu qui influencent le risque ou la gravité du dommage.

L'on ne peut certes pas considérer qu'une telle définition du risque englobe le principe de précaution entendu au sens où s'il n'est pas prouvé scientifiquement qu'un produit est sans risque, ce produit doit être considéré comme dangereux. Il reste que le législateur belge tend manifestement à prendre en compte la protection du consommateur contre les risques liés à l'utilisation d'un produit et pas seulement contre les produits jugés dangereux.

Cette même préoccupation transparait à travers certaines dispositions de la loi de 1998 relative aux normes de produits lorsque, afin de protéger l'environnement ou la santé publique et de promouvoir des modes de production et de consommation durables, le pouvoir est donné au Roi de prendre des mesures en vue de, notamment, « fixer les critères d'analyse, d'essai ou d'étude d'un produit ou d'une catégorie de produits et de leur cycle de vie en vue de la détermination de leur durabilité et des dangers ou risques potentiels de leur mise sur le marché pour la santé publique ou l'environnement et d'imposer des analyses, des essais ou des études selon ces modalités »⁸¹.

⁸⁰ Article 2, 11°, k, l, m.

⁸¹ Article 5, §1^{er}, 5°.

c. Le principe de participation et exigence de bonne gouvernance

La loi de 1994 sur la sécurité des consommateurs a institué une Commission de la Sécurité des Consommateurs, calquée sur le modèle français, qui peut : émettre des avis motivés et dans ce cadre, proposer toute mesure de nature à améliorer la prévention des risques en matière de sécurité des produits ou des services ; rechercher, recenser et centraliser les informations de toutes origines sur les dangers présentés par les produits et les services ; assurer la concertation entre producteurs, distributeurs, consommateurs, administration et organes spécialisés. Ce n'est pas seulement dans ses missions mais également dans sa composition elle-même que la Commission de la Sécurité des Consommateurs témoigne de la volonté du législateur d'impliquer l'ensemble des opérateurs socio-économiques concernés par la problématique de la sécurité des produits.

La Commission de la Sécurité des Consommateurs est, en effet, composée de trois représentants des organisations professionnelles — dont un représentant au moins des classes moyennes — trois représentants des organisations de consommateurs et six personnalités choisies en raison de leur compétence⁸². La Commission est présidée par un magistrat de la Cour nommé par le Roi⁸³.

Le projet de loi modifiant la loi de 1994 améliore le processus de consultation, d'une part, en augmentant la proportion des représentants des organisations professionnelles ou interprofessionnelles (six au lieu de trois) et des représentants des organisations de consommateurs (six au lieu de trois) et, d'autre part, en organisant une consultation préalable (des producteurs et/ou d'une représentation jugée représentative du secteur « sans toutefois pouvoir porter préjudice à l'intervention urgente requise par les circonstances »)⁸⁴.

L'initiative la plus remarquable tendant à promouvoir une plus grande participation réside sans doute dans la possibilité introduite par la loi de 1998 sur les normes de produits de conclure des accords sectoriels entre l'Etat et les entreprises participant à la mise sur le marché d'un même produit ou d'une même catégorie de produits. Sur les conditions auxquelles doivent répondre ces accords et sur leur validité, on renvoie aux quelques commentaires qui y sont consacrés dans la première partie.

Le développement de tels accords pourrait dans l'avenir constituer un changement qualitatif considérable dans la manière de régir la matière comme l'ont fait, dans le champ des relations de travail, les conventions collectives.

Le principe de participation et l'exigence de bonne gouvernance définis au principe 10 de la Déclaration de Rio s'énonce en ces termes : « La meilleure façon de traiter les questions d'environnement est d'assurer la participation de tous les citoyens concernés au niveau qui convient. Au niveau national, chaque individu doit avoir dûment accès aux informations relatives à l'environnement que détiennent les autorités publiques, y compris aux informations relatives aux substances et activités dangereuses dans leurs collectivités, et avoir la possibilité de participer au processus de prise de décision. Les Etats doivent faciliter et encourager la sensibilisation et la participation du public en mettant les informations à disposition de celui-ci. Un accès effectif à des actions judiciaires et administratives, notamment à des réparations et des recours, doit être assuré ».

⁸² A.R. du 30 mars 1995 portant nomination des membres de la Commission de Sécurité des Consommateurs (*M.B.*, 9 juin 1995).

⁸³ A.R. du 29 mars 1995 portant nomination du Président et du vice-Président de la Commission de Sécurité des Consommateurs (*M.B.*, 13 mai 1995).

⁸⁴ Article 5, §3 du projet modifiant la loi du 9 février 1994.

Il existe en droit belge, on le rappelle, une réglementation spécifique garantissant à tout citoyen l'accès aux informations détenues par les pouvoirs publics dans le domaine de l'environnement. La loi de 1998 sur les normes de produits contient quelques dispositions spécifiques en matière d'information qui donnent au Roi le pouvoir de prendre des mesures en vue :

- de déterminer quelles informations relatives à un produit ou à une catégorie de produits, à l'exception de la publicité au sens de l'article 22 de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection des consommateurs, doivent ou peuvent être données avant ou lors de la mise sur le marché, et à qui et selon quelles modalités elles doivent ou peuvent être divulguées (article 5, §1^{er}, 6°) ;
- de déterminer des règles spécifiques pour l'étiquetage d'un produit ou d'une catégorie de produits ; lorsque ces règles ont pour objet un produit ou une catégorie de produits pour lesquels des prescriptions d'étiquetage ont été établies en vertu de l'article 14 de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection des consommateurs, elles sont arrêtées sur proposition conjointe du ministre et du ministre ayant la Consommation dans ses attributions.

d. Le principe de responsabilités communes mais différenciées

Dans le cadre de la Conférence de Rio, le principe de responsabilités communes mais différenciées s'appliquait aux Etats : les pays développés admettent la responsabilité qui leur incombe dans l'effort international en faveur du développement durable, compte tenu des pressions que leurs sociétés exercent sur l'environnement mondial et des techniques et des ressources financières dont ils disposent (principe 7 de la Déclaration de Rio).

Si cette responsabilité est commune à tous les pays de la planète, ce sont les plus riches d'entre eux qui doivent montrer l'exemple et faire les premiers pas dans la voie d'un développement durable, en adoptant des modes de production et de consommation soutenables. Une même tendance à collectiviser la responsabilité se manifeste à travers le processus de révision de la directive 85/374/CEE sur la responsabilité du fait des produits défectueux. Ici la question n'est plus de rechercher, comme au niveau international, une responsabilité commune des Etats mais bien d'étendre à l'ensemble de la chaîne de commercialisation d'un produit la responsabilité mise à charge du seul producteur. Comme dans le régime instauré par la directive 92/59/CEE sur la sécurité générale des produits, ce ne serait plus seulement les producteurs qui seraient tenus de ne mettre sur le marché que des produits sûrs mais l'ensemble des professionnels de la chaîne de commercialisation du produit.

Dans le Livre Vert sur la responsabilité civile du fait des produits défectueux, la Commission se demande « si le régime de responsabilité sans faute instauré en 1985 par la directive 85/374/CEE ne devrait pas aussi être applicable à tout professionnel de la chaîne de commercialisation du produit, lorsque son activité a affecté les caractéristiques de sécurité en question d'un produit mis sur le marché, comme, par exemple, lors d'activités spécifiques de reconditionnement, de transport et de stockage »⁸⁵.

L'objectif de promotion de modes de consommation durables et de protection de l'environnement et de la santé (intitulé de la loi 1998) renvoie à cette même orientation : le but n'est plus limité à la sécurité du consommateur considéré isolément mais s'étend à la santé publique et à l'environnement. Un saut qualitatif est accompli : le traitement des

⁸⁵ Livre Vert sur la responsabilité civile du fait des produits défectueux, COM (1999) 396 final, p. 28.

produits et des services dangereux ou défectueux n'est plus uniquement perçu en termes négatifs, visant à protéger l'intégrité physique, la santé et la sécurité du consommateur mais se présente comme un véritable choix de société valorisant la production de biens performants sur le plan écologique et de nature à garantir un développement socio-économique durable.

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

*Marie-Paule Kestemont, Françoise Bartiaux, Nadine Fraselle,
Vincent Yzerbyt, Isabelle Callens*

Intitulée « Points d’ancrage pour une politique de développement durable : production et consommation », la présente recherche vise à opérationnaliser le concept de développement durable.

Pour ce faire, un des objectifs a été de développer une bonne compréhension des secteurs de la production et de la consommation afin d’en identifier les facteurs de (non)durabilité qui sont à l’œuvre dans les comportements des industriels et des consommateurs. Des synthèses des résultats de la recherche ont été présentées dans ce rapport, relatives aux secteurs de la production (section 5 du chapitre 1) et de la consommation (section 5 du chapitre 2), et dans le dernier chapitre, nous avons développé les résultats de l’analyse juridique transversale. Ces divers résultats laissent clairement se dégager des pistes d’action pour un développement durable.

Dans le domaine industriel, la recherche nous a permis d’identifier les motivations qui sont à la base des actions environnementales des entreprises et de comprendre les processus de décision qui y sont liés. Nous avons en effet identifié les déterminants de la prise en compte de la protection de l’environnement au sein des entreprises. Nous avons apporté une justification théorique de ces déterminants et de leur processus (Callens, 2000). Nous avons établi une mesure d’intensité et taxinomique de la réponse environnementale et nous avons construit un modèle explicatif de la réponse environnementale intégrant les différents déterminants identifiés : attitude de la firme par rapport à la réponse environnementale ; pressions des stakeholders ressenties par la firme ; obstacles ; facteurs contingents (taille et secteur d’activité principalement).

La *motivation* des entreprises la plus susceptible de les faire agir est de type financier : l’entreprise investira dans des actions environnementales à condition que celles-ci lui permettent de réduire ses coûts. Par contre, les industriels ne s’attendent pas à bénéficier de nouvelles opportunités de marché suite à la mise en place d’actions environnementales.

Le *stakeholder* le plus influent est le législateur national ou régional. Certains acteurs de l’entreprise ont également une influence non négligeable susceptible d’entraîner le changement : il s’agit de la direction, des actionnaires/propriétaires et des employés. Population locale, organisations environnementales, presse/médias détiennent également un rôle non négligeable. Mais ce n’est pas la dimension du marché qui semble être un facteur potentiel de changement.

Ce sont des *obstacles* de types financier et technique qui constituent un frein à la mise en place d’actions environnementales. Des problèmes d’information se posent également, mais surtout, le manque d’atout concurrentiel constitue un obstacle au changement.

Nous avons distingué également sept grands types de comportements d’entreprises face à la problématique environnementale : les passifs ; les réactifs ; les médians (vers l’amont, vers l’interne, vers l’aval) ; les actifs ; les pro-actifs. Cette classification suggère une démarche non exclusivement évolutive de l’entreprise : il existe bien un chemin allant de la passivité à la pro-activité, cependant à un stade intermédiaire, le stade médian, l’entreprise opte pour une catégorie d’actions de type “vers l’amont”, “vers l’aval”, “vers l’interne”.

Les résultats montrent que des entreprises guidées par les mêmes déterminants internes et externes et percevant les mêmes obstacles donnent des types de réponses très similaires à ce nouveau défi que représente la gestion de l'environnement. Ceci est intéressant au sens où la recherche de leviers pour une politique de développement durable peut dès lors s'envisager suivant une politique de segmentation du paysage industriel, permettant ainsi la définition de leviers pertinents et spécifiques aux groupes cibles de la politique.

Une fois les déterminants de la réponse environnementale identifiés ainsi que leur processus de fonctionnement, nous pouvons nous intéresser aux leviers capables de les actionner. En effet, nous avons démontré qu'une attitude positive face à la réponse environnementale, la perception des pressions des stakeholders, la présence de facteurs contingents ainsi qu'un contrôle perçu accentué influencent positivement l'intensité de la réponse environnementale de la firme. Dès lors, quels sont les moyens qui nous permettraient d'agir sur ces différents facteurs?

- Changer l'attitude des firmes, leurs croyances à propos de la problématique environnementale constitue le premier levier d'une politique environnementale digne de ce nom. Il s'agit de favoriser une attitude plus positive à l'égard des actions environnementales, en démontrant aux entreprises qu'elles peuvent être source d'opportunités de marché, d'avantages stratégiques et d'amélioration de l'image. Cela suppose de jeter la suspicion sur les conventions qui dominaient précédemment au profit de conventions plus favorables à un comportement "vert". Les "success stories" et des études scientifiques diffusées dans le monde des entreprises constituent un des moyens de faire évoluer les conventions en ce sens.
- Les pressions des stakeholders (internes ou externes à l'entreprise) jouent un rôle crucial par rapport au comportement étudié. En effet, elles agissent sur la réponse environnementale par le biais de l'attitude, confirmant ainsi la pertinence des enseignements de l'école contextualiste et la prise de conscience que la firme participe à un système plus global auquel elle doit s'adapter si elle veut survivre. Les stakeholders représentent indubitablement les acteurs privilégiés de ce changement, à condition qu'ils exercent effectivement des pressions. Ce résultat confirme la pertinence de la « stakeholder theory » par rapport à notre problématique. Les stakeholders devraient prendre conscience de leur "pouvoir" et se responsabiliser par rapport à ce dernier. Les autorités publiques pourraient les y aider en procurant plus de moyens, des systèmes d'informations adéquats ainsi qu'en mettant en place un réseau de stakeholders efficace.
- Lever les obstacles contribue également à un renforcement du contrôle perçu et donc à une plus grande activité environnementale. Ce facteur semble néanmoins jouer un rôle moins important que les deux premiers, ce qui tend à prouver que la levée des obstacles ne suffit pas à développer un comportement plus respectueux de l'environnement. Peut-être, comme l'avaient suggéré Eagly et Chaiken pour le comportement humain, ne joue-t-il un rôle qu'en cas d'attitude favorable ? Toutefois, la levée des obstacles (surtout ceux de type « comment ») constitue un moyen supplémentaire d'améliorer la réponse environnementale des entreprises.
- Enfin, l'effet modérateur souligne l'importance d'une politique différenciée en fonction des différents facteurs contingents. C'est du moins ce que nous avons pu déduire de l'effet modérateur de la variable "taille". En effet, l'influence des différentes croyances sur la réponse environnementale varie en fonction de ces facteurs contingents.

Jusqu'à présent, les économistes qui s'étaient attardés à la question environnementale se sont concentrés sur les leviers suggérés par les théories traditionnelles : la législation (politique du bâton) ou les taxes ayant pour fin d'internaliser les externalités, deux outils loin d'être populaires au sein du monde des entreprises. Cela supposait que les décisions en entreprises reposent essentiellement sur des critères économiques rationnels et résultent d'analyses coûts-bénéfices ou d'obligations. Dans cette logique, il n'y avait pas de place pour la rationalité cognitive, la subjectivité, les préférences et les croyances. Or, notre travail met en évidence l'influence d'autres types de déterminants et d'autres types de rationalité. Des disciplines comme le marketing en sont déjà conscientes depuis un bon nombre d'années et jouent sur les perceptions et les croyances lorsqu'il s'agit d'amener les produits aux consommateurs. N'est-il pas temps pour les pouvoirs publics et les stakeholders d'agir de la sorte en ce qui concerne la problématique environnementale ? L'information et l'expérience restent par excellence les outils de changement des perceptions justifiant ainsi des leviers comme les médias, la publicité, l'éducation et des pressions de stakeholders pour renforcer de nouvelles convictions.

Cela ne signifie pas pour autant que les leviers traditionnels sont obsolètes ou inadaptés. Que du contraire, l'étude empirique a confirmé le rôle capital joué par la contrainte législative et ce, quel que soit le type d'entreprise. Mais il convient de proposer un ensemble de "leviers" diversifiés et de s'orienter également vers des politiques plus communicationnelles, soulignant les bienfaits d'une politique environnementale. Il s'agit de remodeler "l'image" de cette problématique, afin qu'elle soit perçue non plus comme source de contraintes, mais comme source d'opportunités. Conscientiser les stakeholders de leur pouvoir, les responsabiliser et leur donner les moyens d'agir sur les entreprises s'avèrent d'une grande utilité.

A l'issue de la recherche sur ce que les **consommateurs** mettent en place pour gérer leurs déchets ménagers, le fait le plus marquant concerne l'efficacité évidente des pressions externes dans l'instauration d'un comportement de tri. Les répondants ont massivement tendance à mettre en place des comportements de recyclage dès l'instant où ils déclarent ressentir une forte pression à ce propos. Cette contrainte s'exprime le plus souvent par un sac payant pour les déchets non triés. De plus, la pression est particulièrement efficace sur des comportements plus difficiles, comportements qui, on peut le penser, auraient fort peu de chances de se manifester en dehors d'un contexte militant peu susceptible de se développer dans toutes les couches de la population.

Il apparaît aussi que si des changements dans les comportements peuvent être obtenus, il est nettement plus difficile de modifier des chaînes d'opérations mentales : on ne va pas « *se torturer les méninges à savoir ce que ça va produire comme déchet* » chaque fois que l'on fait ses courses disent les personnes interrogées. Les politiques publiques sont donc peut-être plus opportunes dans ce cas et nous proposons donc plusieurs pistes.

Au vu de ce pattern, il nous paraît que la voie à suivre est de veiller à imposer un certain nombre de pratiques favorables au développement durable dans le domaine des achats.

- On peut certainement prôner l'instauration de ce que nous souhaitons appeler les « éco-détaxes ». Ces incitants financiers seraient des diminutions de tarifs de TVA sur les produits plus respectueux de l'environnement, par les processus de production mis en œuvre ou par le conditionnement du produit (par exemple les versions « recharge » des produits standards). On pourrait imaginer une compensation par des taxes sur l'énergie ou par un financement direct issu du secteur du recyclage. En effet, le fait de ne pas devoir traiter des déchets constitue une économie substantielle et le secteur du recyclage pourrait

intervenir directement pour prévenir l'émergence d'un déchet en diminuant le prix d'achat de produits qui préviennent sa constitution.

- Sur le plan de la production, on peut proposer le principe de l'obligation au conditionnement durable, soit l'obligation de fournir des conditionnements répondant aux exigences d'un développement durable : notamment par l'obligation d'offrir des formats d'emballage adaptés (adaptation des contenances par catégories de produits) et des recharges réutilisables pour certaines catégories de produits tels que les cosmétiques et les produits d'entretien, par exemple.
- Sur le plan de la distribution, on peut aussi inciter voire obliger tous les produits d'une gamme donnée à être disponibles dans les rayons des supermarchés dans une version « durable » à côté de la version standard. On peut d'ailleurs obliger les distributeurs à donner autant de place à la version durable qu'à la version standard.
- De même que toute publicité pour la cigarette est censée prévenir le consommateur de l'existence d'un danger pour sa santé, on peut obliger les publicités à informer sur les caractéristiques environnementales du produit et de son emballage. Plus spécifiquement, on pourrait imposer aux produits pour lesquels existe une version durable à mentionner l'existence d'une telle version et à en présenter le cas échéant une représentation graphique accompagnée d'une mention explicite des avantages écologiques et financiers. Il importe d'encourager, notamment grâce à l'adoption de règles juridiques appropriées, une véritable information écologique à côté de et à travers les modes promotionnels classiques dont la vocation première est, faut-il le rappeler, d'inciter à l'achat et non d'informer le consommateur. Des normes de produits pourraient être établies de façon à rencontrer certaines règles générales applicables aux marchés : bases de données aisément consultables, révision du système des labels de façon à intégrer une dynamique de progression dans les efforts déployés par les entreprises, cartes de fidélité et promotions ciblées sur certains produits. C'est le principe de la nécessité de l'information environnementale dans la publicité.
- Sur le plan de la prévention, on peut sans doute aussi raffermir le lien entre achat et recyclage et mettre en chantier des campagnes de sensibilisation visant à établir de façon plus systématique la diminution substantielle des déchets par une gestion plus raisonnée de leur production dans les emballages et dans le conditionnement. Plus généralement, ces campagnes devraient sensibiliser les différents intervenants aux conséquences environnementales des pratiques de production ou de consommation.
- On pourrait également songer à mettre en place des systèmes qui lieraient psychologiquement autant que financièrement les comportements d'achat et les comportements de recyclage (comme dans le cas du verre consigné par exemple).
- Enfin, puisque nos entretiens avec des consommateurs montrent que les critères d'achat d'un produit sont le prix, la facilité et l'affinité, il faudrait les conjuguer avec des critères environnementaux. Ainsi, les recharges pour les produits d'entretien sont souvent préférées aux conditionnements autres, non pour des raisons écologiques, mais pour les facilités de transport et d'utilisation. Par ailleurs, taxer les emballages superflus permettrait de diminuer de façon relative le prix des produits moins ou pas emballés. L'application du principe de l'incitation fiscale des producteurs et des distributeurs devrait permettre de diminuer le prix de produits répondant aux normes environnementales. Ainsi le soutien à l'échelle européenne d'une réduction du taux de TVA sur les produits labellisés pour des raisons environnementales, sociales et éthiques devrait permettre de compenser leurs prix généralement élevés. De même, des incitants fiscaux devraient être mis en place à travers une adaptation du mécanisme de déductibilité fiscale des frais

(notamment, publicitaires) au titre de charges professionnelles des entreprises concernées : les emballages écologiques, les produits répondant aux normes environnementales, les publicités à caractère écologique.

Quatre facteurs semblent assurer l'efficacité des collectes sélectives des déchets ménagers et ressortent au terme des entretiens que nous avons menés dans la population : la contrainte financière, la crainte d'une sanction (financière ou autre, comme ne pas enlever les déchets non triés), l'information et l'organisation logistique publique. Ils constituent autant de leviers pour améliorer le tri des déchets ménagers, et plus largement, ils pourraient utilement intervenir dans toute politique environnementale publique, portant éventuellement sur d'autres aspects que la gestion des déchets. Dans ce domaine précisément, la contrainte financière pourrait être assortie d'une clarification des coûts, qui pourrait prendre la forme d'une diminution de la taxe communale sur l'enlèvement des immondices et d'une augmentation du sac payant, afin de diminuer le déséquilibre perçu par plusieurs non-trieurs entre l'effort demandé et le service offert. L'information devrait être améliorée, en particulier sur la destination finale des produits triés et leur utilisation, ce qui limiterait les rumeurs sur ces sujets. L'organisation logistique pourrait être facilitée par différents moyens : réduire la taille des sacs pour les produits triés (et donc l'espace qu'ils prennent dans les logements exigus et le temps nécessaire pour les remplir), offrir ces sacs (par exemple par les grandes surfaces en lieu et place de leurs sachets), mettre sur le marché des poubelles à plusieurs compartiments, etc.

Cependant, ces différents aménagements laisseront toujours des failles, dont la moindre n'est pas l'incohérence des pouvoirs publics, pointée du doigt par plusieurs informateurs (pourquoi, se demande l'une, les sacs pour les déchets triés ne sont-ils pas en matériau recyclé ?). Il y a donc un équilibre à trouver dans les politiques publiques entre un soutien à l'obligation de trier les déchets ménagers et le risque de refus d'une partie de la population de se soumettre à une politique par trop technocratique ('The Green Big Brother'). Pour éviter cet écueil, diversifier l'offre de services facilitant le tri semble une voie à suivre (par exemple dans une commune, collectes sélectives -y compris du verre éventuellement-, bulles et parc à containers).

Cette diversification des services permet aussi de rencontrer un autre résultat de cette recherche, qui concerne le flou entourant « l'obligation » de trier les déchets ménagers. Il ne doit pas être vu seulement comme un frein à la bonne marche de cette politique. Il comporte en effet un avantage énorme dans notre société qui valorise tant l'autonomie individuelle, puisqu'il laisse ouvertes différentes motivations pour un même comportement de tri : acte de citoyenneté, plus rarement action écologique, peur de l'amende et sentiment de liberté individuelle (« je ne suis pas tenu », par exemple par le calendrier des collectes sélectives) sont autant de justifications différentes avancées par nos informateurs trieurs. Cette diversification des services contribuerait aussi à améliorer la logistique.

*
* *

Changer de pratiques pour qu'elles soient plus conformes au critère de durabilité coûte cher, pour les entreprises comme pour les consommateurs : au sens propre pour les premières, par les investissements requis, au sens figuré pour les seconds, par le changement des habitudes et la charge mentale que cela implique.

Pour accepter ce coût, la motivation première est pour les entreprises un gain financier ou la mise en conformité à une nouvelle réglementation. Les consommateurs quant à eux ont rarement jusqu'à présent un avantage financier à changer leurs comportements dans un sens plus favorable à l'environnement, et le facteur de changement le plus important est la pression externe, qu'elle provienne des autorités publiques – comme on l'a vu dans cette recherche pour l'incitation au tri des déchets ménagers – ou, on pourrait l'imaginer, du marché – dans le cas où les recommandations que nous émettons ici étaient appliquées et faisaient baisser le prix des produits plus respectueux de l'environnement (par leur processus de production ou par leur emballage et conditionnement).

Quels sont les bénéfices de ces changements ? Les producteurs mentionnent la diminution de leurs coûts de production, liée par exemple à une utilisation plus économe des inputs, mais ils ne s'attendent pas à bénéficier de nouvelles opportunités de marché. Les consommateurs citent la satisfaction de faire quelque chose d'utile, sans plus de précision souvent. Cependant, l'analyse poussée de la mise en récit qu'ils font du changement de leurs pratiques a révélé de nombreux bénéfices secondaires inconscients : la séparation du soi et de l'ordure participe à la constitution du soi et à son inscription territoriale spécifique. Les déchets ménagers contribuent à la construction identitaire des membres du groupe domestique, et à la construction identitaire de ce groupe lui-même, par les processus que ces objets déchus requièrent pour leur production, leur définition et leur gestion. L'identité se construit et se reconstruit dans les actes les plus anodins, avec pour visée la continuité du soi, sa cohérence et l'estime de soi et pour revendication l'unicité du soi et sa diversité.

Ces bénéfices identitaires inconscients marquent pour les consommateurs un avantage dont on ne trouve pas d'équivalent pour les entreprises qui entreprennent des actions environnementales. On peut penser que pour ces dernières, les coûts impliqués sont tellement importants qu'ils requièrent une étude préparatoire approfondie et que, si bénéfice secondaire il y a, en termes d'image ou de choix stratégique par exemple, il a dû être anticipé et chiffré. L'intérêt heuristique de cette analogie mériterait sans doute d'être étudié plus à fond.

Simultanément, les compétences au changement des différents agents économiques – producteurs, distributeurs et consommateurs – gagneraient à être comparées dans des recherches appropriées. Ainsi, les entreprises plaident souvent pour une législation basée si possible sur un plus long terme, de sorte que l'incertitude qui pèse à ce niveau sur elles puisse être réduite, et qu'elles puissent éventuellement anticiper le changement en connaissance de cause. Les consommateurs de leur côté ne sont pas demandeurs du programme de changements qu'ils devront effectuer pour les prochaines années ... pourtant, du tri de leurs déchets ménagers au passage à l'euro, ne devraient-ils pas se voir renforcés dans leurs compétences de changement ?

A ce sujet, une mesure reprise par toutes les entreprises interrogées est celle de la conscientisation, de l'éducation. S'il s'agit d'une nécessité à l'intérieur de l'entreprise, pour les employés comme pour les managers, il faudrait également favoriser une conscientisation à grande échelle, ce qui permettrait que le grand public soit plus attentif à la problématique ("*c'est une démarche de société*"). Dans un cas comme dans l'autre, plus cette conscientisation

a lieu tôt, mieux ce sera, affirment les cadres d'entreprise rencontrés, insistant sur le rôle de l'éducation et de l'école. Ce thème renvoie à la capacité des enfants d'induire des changements de comportements chez leurs parents, voire chez les adultes en général, une idée qui devrait être testée par des recherches scientifiques pour dépasser la « pré-notion » de Durkheim.

Ces changements dans nos modes de production et de consommation seront-ils suffisamment puissants pour impliquer d'autres changements, qui concerneraient eux notre rapport au monde et à l'environnement ? Dans notre société en effet, notre socialisation du monde est marquée par la prédation et le rejet – les déchets ménagers en sont la preuve quotidienne-a. D'autres choix comme celui du don ou de la réciprocité sont-ils possibles, comme certains anthropologues (A. Caillé par exemple) l'affirment ?

ANNEXES

LISTE DE REFERENCE

Commission mondiale sur l'environnement et le développement (dite « Brundtland ») (1988), *Notre avenir à tous*, éd° du Fleuve, Les publications du Québec, Montréal, 454 p.

AJZEN, I. (1991), The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision processes*, 50, pp 179-211.

AJZEN, I. (1998), Attitudes, personality and behavior. Milton Keynes, UK, Open University Press.

ANDERSEN, R. (1989), La publicité comparative, note sous Comm. Bruxelles, 7 février 1989, *Prat. comm. Annuaire*, (66).

BALLON, G.L. (1992), Reclame, dans *Handelspraktijken. Het nieuwe in de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument*, DE VROEDE (ed.), Brugge, Die Keure, pp. 54-76.

BALLON, G.L. (1994), De draagwijdte van artikel 95, alinéa 2 WHPC, *Handelspraktijken en mededinging. Jaarboek*, p. 97-102.

BALLON, G.L., De wettelijke regeling van de reclame, X. *Mediarecht*, 13 p.

BANDURA, A. (1986), *Social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.

BARBIER, R. (1996), « Comment faire une sociologie des déchets ? », in *Représenter, hybrider, coordonner*, Paris, Centre de sociologie de l'innovation.

BARTIAUX, F., PANAFIT, L. & J. MONS (1999), *La gestion des « déchets ménagers » comme analyseur des constructions identitaires*, workshop sur la participation et l'action publique pour le développement durable, le 4 février 1999, Plan d'appui scientifique à une politique de développement durable (Leviers), Bruxelles, SSTC.

BEAUVOIS, C. & C. ROUSSEAU (1999), Etiquetage écologique : pour une information plus honnête des consommateurs, in BOUCQUEY N. (Ed.), *Le droit européen des consommateurs et la gestion des déchets/European Consumer Law and Waste Management*, Coll. Droit et Consommation, CDC 39, pp. 121-140.

BEGUIN, J.-M. (1999), *Le citoyen consom'acteur*, Parlement-citoyen sur la consommation responsable et le commerce mondial, Fondation pour les Générations Futures, Namur.

BERGER, P. & H. KELLNER (1988), « Le mariage et la construction de la réalité », in *Dialogue, recherches cliniques et socio-logiques sur le couple et la famille*, n° 102.

BERGER, P. & LUCKMANN (1966), Th., *The Social Construction of Reality*, Garden City (NY), Doubleday.

- BERTOLINI, G. (1999), « Les déchets : recueil de citations et dictons », in *Le déchet, le rebut, le rien*, J.-C. Beaune (dir.), Seyssel, éd° Champ Vallon (Milieux), pp. 210-230.
- BILLIET, C. M. (1998), Chronique nationale – Flandre, *Revue européenne de droit de l'environnement*, n° 1, pp. 45-48.
- BOCKEN, H. (1992), La réparation des dommages causés par la pollution en droit belge. La situation en 1992, *RGDC*, pp. 284-327.
- BOUCQUEY, N. (Ed.) (1999), *Le droit européen des consommateurs et la gestion des déchets/European Consumer Law and Waste Management*, Coll. Droit et Consommation, CDC 39.
- BOULDING, K. E. (1991), What do we want to sustain? Environmentalism and human evolutions. In R. Costanza (Editor), *Ecological Economics. The Sciences and Management of Sustainability*, Columbia University Press, 22-31.
- BOURGOIGNIE, TH.. (1997), « Droit et politique communautaire de la consommation : de Rome à Amsterdam », *Revue européenne Droit de la Consommation*, n° 3, novembre 1997.
- BOY, L. (1996), L'éco label communautaire, un exemple de droit post moderne, *Revue Internationale de Droit Economique*, 1, pp. 69-97.
- BRAUN, A. (1993), La publicité comparative en Belgique, *Revue de droit intellectuel*, pp. 138-144.
- BURNAY, N. (2000), *Chômeurs en fin de parcours professionnel : avoir 50 ans, être au chômage*, Lausanne et Paris, éd° Delachaux et Niestlé.
- CALLENS, I. & C. OBSOMER (1997), “Belgian Business Barometer” In Belz, F. & Strannegard, L. (eds) : *International Business Environmental Barometer 1997*, Cappellen Akademisk Forlag A/S Oslo, 1997, pp 17-45.
- CALLENS, I. & L. WOLTERS (1998),. “How far does size explain a firm’s environmental behavior ?”. Présenté lors de la 4th International Interdisciplinary Conference on the Environnement, Washington D.C., 7-10 juillet 1998, pp.27.
- CAPRON, M. (1999), Considérations éthiques et sociales et dispositifs de gestion, *Comment évaluer les performances éthiques des entreprises ?*, De Boeck Université, N°10 – avril 1999, pp. 76-77.
- CARETTE, A. (1995-1996), Consumentenbescherming bij het gebruik van milieukeuren, *R.W.*, pp. 657-665.
- CIAFFI, A. (1996), Lobbying et Policy-making dans le gouvernement communautaire : la cas de la directive sur les emballages, *R.I.E.J.*, 1996-37, pp. 155-180.
- CONNETT, P.H., The Disposal Society, in *Ecology, Economics, Ethics :The Broken Circle*, Yale University, pp. 99-122.
- Consommation et production écologiquement viables*, OCDE, Paris, 1997.
- DE GRUYSE, L. (1992), De vernieuwing inzake reclame, in *De nieuwe wet handelspraktijken. Wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorichting en de bescherming van de consument*, STUYCK J. et WYTINCK P. (ed.), Bruxelles, Story-Scientia, pp. 793-803.
- DE SADELEER, N. & A. GOSSERIES (1994), Le règlement C.E.E. n° 1836/93 du Conseil du 29 juin 1993 permettant la participation volontaire des entreprises du secteur industriel à un système communautaire de management environnemental et d'audit : virtualités et limites d'un système novateur, *Amén.*, 1994, p. 91 et s.

- DE SADELEER, N. (1990), Directives européennes du 7 juin 1990 relatives à la liberté d'accès à l'information en matière d'environnement, *Amén.*, 1990/4, p. 189 et s.
- DE SADELEER, N. (1991), De l'opacité à la transparence, *Journ. Proc.*, 4 octobre 1991, n° 201, p. 12.
- DE SADELEER, N. (1995), Le droit communautaire et les déchets, *C.G.D.J.*, p. 447.
- DE SADELEER, N., GUILLARDIN, J., JADOT, B., KRISOR, K., MANIET, F., ROLLER, G., WALKER, S. (1992), *Le label écologique et le droit*, Bruxelles, Story-Scientia.
- DE VROEDE, P. (1987), La publicité comparative impliquant sans nécessité la possibilité d'identifier un ou plusieurs autres commerçants, note sous Cass., 25 mars 1985, *R.C.J.B.* (49).
- DE VROEDE, P. (1988-1989), Vergelijkende reclame, note sous, Anvers 30 mai 1988, *R.W.*, pp. 406-407.
- DELAET, D. & C. ROUSSEAU (1998), *L'étiquetage écologique, une aide à la décision d'achat*, CRIOC.
- DELAET, D. & C. ROUSSEAU (1998), *L'étiquetage écologique, une aide à la décision d'achat*, Résultat d'enquête du CRIOC.
- DESJEUX, D., MONJARET, A. & S. TAPONIER (1998), *Quand les Français déménagent : circulation des objets domestiques et rituels de mobilité dans la vie quotidienne en France*, Paris, PUF.
- DI NORCIA, V. (1993), "Environmental Performance and Competitive Advantage in Canada's Paper Industry", *Business Strategy and the Environment*, Volume 2, Number 4, Winter 1993, 1-9.
- DOMONT-NAERT, F., LACOSTE, A.-C. & B. DE NAYER, L'information des consommateurs, *Guide Juridique de l'entreprise*, 2ème éd., Livre 108, 48 p.
- DORTIER, J.-F. (1998), « L'individu dispersé et ses identités multiples », in *L'identité, l'individu, le groupe, la société*, J.-C. Ruano-Borbalan (coord.), Paris, éd° Sciences Humaines, pp. 51-56.
- DOUGLAS, M. (1992), *De la souillure. Etudes sur la notion de pollution et de tabou*, trad. franç., Paris, La Découverte.
- DUBAR, C. (1998), « Socialisation et construction identitaire », in *L'identité, l'individu, le groupe, la société*, J.-C. Ruano-Borbalan (coord.), Paris, éd° Sciences Humaines, pp. 135-141.
- DUBAR, C. (2000), *La crise des identités : l'interprétation d'une mutation*, Paris, PUF.
- DUMONT, H., Sécurité des consommateurs : le droit belge dans un contexte européen, *D.C.C.R.*, n° 41, p. 291 et s.
- Etiquetage écologique : effets réels de certains programmes*, OCDE, Paris (1997).
- FILIOD, J.-P. (1999), « L'épluchure, le matelas, la statuette : l'univers domestique à l'épreuve de la conservation », in *Le déchet, le rebut, le rien*, J.-C. Beaune (dir.), Seyssel, éd° Champ Vallon (Milieux), pp. 151-172.
- FISCHER, K. & J. SCHOT (1993), *Environmental Strategies for Industry*. Washington, Island Press.

- FISHBEIN, M. & I. AIZEN,(1975), *Belief, attitude, intention and behavior : an introduction to theory and research*. Reading, MA : Addison-Wesley.
- FORD, R. (1992), « Green marketing », dans Koechlin, D., Müller, K., *Green Business Opportunities : The Profit Potential*, Pitman Publishing, Angleterre.
- FRASELLE, N. & N. BOUCQUEY (1999), *Points de rencontre entre les producteurs et les consommateurs : consommation soutenable et gestion des déchets*, CDC, inédit..
- FRASELLE, N. (1998), *Ménages en situation financière précaire et marché du crédit*, Chaire Quetelet.
- GAULEJAC, V. (DE) & I. TABOADA LÉONETTI (1994), *La lutte des places*, Paris, éd° Desclée de Brouwer.
- GAULEJAC, V. (DE) (1996), *Les sources de la honte*, Paris, éd° Desclée de Brouwer (Sociologie clinique).
- GEKIERE, A. (1997), Belgisch Comité voor toekenning Europese milieukeur, Mil. Info, liv. 11-12 ; 13-15.
- GOFFMAN, E. (1973), *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, éd° de Minuit.
- GOFFMAN, E., *Les rites d'interaction*, Paris, éd° de Minuit.
- GOKALP, C. (1981), *Quand vient l'âge des choix*, Travaux et Documents, cahier n° 95, Paris, PUF.
- GORZ, A. (1983), *Les chemins du paradis*, Galilée, Paris.
- GOUHIER, J. (1999), « La marge : entre rejet et intégration », in *Le déchet, le rebut, le rien*, J.-C. Beaune (dir.), Seyssel, éd° Champ Vallon (Milieux), pp. 80-89.
- HARPET, C. (1998), *Du déchet : philosophie des immondices, corps, ville, industrie*, Paris, L'Harmattan.
- HAUMONT, F., La contamination des sols :les responsabilités contractuelles, in CEDRE-SERES (eds), *Sols contaminés, sols à décontaminer*, Bruxelles, Publications des Facultés Universitaires Saint-Louis, pp. 139-196.
- HIRASUTKA, S., Role of Consumer Cooperatives in Alternative Lifestyles, in IOCU (ed.), *Consumers and the Environment*, pp. 43-52.
- HIRSHHORN, J. & K. OLDENBURG (1991), *Prosperity without Pollution : The Prevention Strategy for Industry and Consumers*, New York, Van Nostrand Reinhold.
- HUNT, C.B. & E.R. AUSTER (1990), "Proactive Environmental Management : Avoiding the Toxic Trap", *Sloan Management Review*, pp.7-17.
- JADOT, B. & N. DE SADELEER (eds.) (1992), *Le label écologique et le droit*, Story-Scientia,.
- JADOT, B. (1995), Les systèmes communautaires d'attribution de label écologique et de management environnemental et d'audit : une voie d'avenir ou un trompe l'œil, in *Développement récent du droit communautaire de l'environnement*, Bruxelles, Story-Scientia.
- KAUFMANN, J.-C. (1992), *La trame conjugale : analyse du couple par son linge*, Paris, éd° Nathan.
- KAUFMANN, J.-C. (1993), *Sociologie du couple*, Paris, PUF (Que sais-je ? n° 2787).
- KAUFMANN, J.-C. (1996), *L'entretien compréhensif*, Paris, éd° Nathan (128).

- KAUFMANN, J.-C. (1997), *Le cœur à l'ouvrage : théorie de l'action ménagère*, Paris, éd° Nathan.
- KESTEMONT, M. P. & B. YTTERHUS (2000), « The International Business Environmental Barometer 1997 : Environmental management in Europe and some Asian issues ».
- KESTEMONT, M. P. & J. RIVERA (2000), « The Greening adaptation to the European Union's environmental policy : an empirical approach » in *International Journal of Management*.
- KESTEMONT, M. P., BELTZ, F. & L. STRANNEGARD (1997), « Ongoing trends of environmental management », in *International Business Environmental Barometer*, Cappelen Akademisk Forlag, pp173-176.
- KNAEBEL, G. (1991), « Le rangement du résidu urbain », in *Annales de la recherche urbaine*, n° 53.
- KOOPMAN, J. (1994), Comment on Ludwig Krämers' Lament that the Consumer Policymaker Ignores Consumption (Environmental) Problems, *Journal of Consumer Policy*, pp. 369-372.
- KRÄMER, L. (1991), La directive du 90/313/CEE sur l'accès à l'information en matière d'environnement, *Droit à l'information en matière d'environnement*, Bruxelles, Story-Scientia.
- KRÄMER, L. (1995), Tendances actuelles dans le droit européen de l'environnement, *Actualité du droit de l'environnement*, Bruxelles, Bruylant.
- KRÄMER, L. (1997), *Focus on European Environmental Law*, Londres, Sweet & Maxwell.
- KYE, C. (1995), *Environmental law and the consumer in the European Union*, Coll. Droit et Consommation, CDC 30, pp. 85-114.
- KYE, C. (1996), Consumer Perspectives in Packaging Waste Prevention, *Les cahiers de l'IBGE*, n°10, pp. 57-69.
- LAFFINEUR, J. (1999), *La place de l'écologie dans la publicité et dans l'information du consommateur*, CDC, inédit.
- LAMBIN, J.J. (1998), *Le marketing stratégique*, 4^e édition, Ediscience.
- Le fédéralisme coopératif à l'épreuve des emballages : examen de la genèse et de la portée de l'accord interrégional du 30 mai 1996, in *Des nouvelles règles pour la gestion des déchets*, Bruges, La Charte, pp. 97-124.
- LEFEBVRE, B. (1996), Recente ontwikkelingen inzake de Europese milieukeur, *Mil. Info*, liv. 2, 12-13.
- LEROI-GOURHAN, A. (1965), *Le geste et la parole. La mémoire et les rythmes*, Paris, éd° Albin Michel.
- Les modes de production et de consommation : conceptualisation et concrétisation de la durabilité – L'apport des travaux soutenus par les SSTC*, (avril 1999).
- Les principes comme instruments d'une plus grande cohérence et d'une effectivité accrue du droit de l'environnement, in OST, F. & S. GUTWIRTH. (eds), *Quel avenir pour le droit de l'environnement ?*, Bruxelles, Publications des Facultés Universitaires Saint-Louis, pp. 239-259.
- LEYENS, J.-PH. & V. YZERBYT (1996), *Psychologie sociale*, Bruxelles : Mardaga.
- LHUILIER, D. & Y. COCHIN (1999), *Des déchets et des hommes*, Paris, éd° Desclée de Brouwer (Sociologie clinique).

- Livre Vert sur la responsabilité civile du fait des produits défectueux, COM (1999) 396 final.
- LONDON, C. (1994), Droit communautaire de l'environnement, *R.T.D.E.*, p. 302 et s.
- LOUPPE & A. ROCABOY (1994), « Consumérisme vert » et démarche marketing, *Revue française de gestion*, mars-avril-mai 1994, pp. 36-47.
- MALLON, I. (2000), « Le décor des chambres en maison de retraite : signature personnelle et marques familiales », in *Dialogue, recherches cliniques et sociologiques sur le couple et la famille*, pp. 59-68.
- MANAGHTEN, P. & J. URRY (1998), *Contested Natures*, Sage.
- MAUNAYE, E. (1995), « Les marques de passage : les chambres après le départ des enfants », in *Dialogue, recherches cliniques et sociologiques sur le couple et la famille*, pp. 98-108.
- MONS, J., BARTIAUX, F. & V. YZERBYT (1999), *Jeter, trier, conserver, donner : objets au rebut et constructions identitaires*, Plan d'appui scientifique à une politique de développement durable (Leviers), Bruxelles, SSTC, working paper n° 27.
- NEURAY, J.-F. (1995), *Principes de droit de l'environnement*, Bruxelles, Story-Scientia.
- OST, F. (1992), L'auto-organisation écologique des entreprises, un jeu sans conflit et sans règle ?, *Revue Interdisciplinaire d'Étude Juridique*, pp. 147-178.
- OSTER, C. (2001), *Une femme de ménage*, Paris, éd° de Minuit.
- PALLEMAERTS (1991), L'application en Belgique de la directive européenne concernant la liberté d'accès à l'information en matière d'environnement, *Amén.*, p. 1996.
- PANAFIT, L. & F. BARTIAUX (1998), *Remplir sa poubelle, c'est faire le ménage*, Plan d'appui scientifique à une politique de développement durable (Leviers), Bruxelles, SSTC, working paper n° 16.
- PÂQUES, M. (1994), Les écotaxes et le droit public, in CEDRE (Ed.), *L'introduction des écotaxes en droit belge*, Bruxelles, Publications des Facultés Universitaires Saint-Louis, pp.71-116.
- PINTAT (2000), *Droit de l'environnement*, 1er septembre 1996, n° 41, p. 10 et s.
Plan fédéral de développement durable 2000-2004.
- PRIEUR, M. (1991), Aspects généraux du droit à l'information sur l'environnement, *Droit à l'information en matière d'environnement*, Story-Scientia.
- RADIGUES (1994), L'accès à l'information dans le cadre des nouvelles procédures d'autorisation, in *L'environnement et l'entreprise, le nouveau droit bruxellois en matière d'autorisation*, Bruxelles, Story-Scientia.
- Rapport mondial sur le développement humain, PNUD, *Economica*, (1998).
- ROCHEFORT, R. (1996), La consommation engagée progresse, *Consommation et modes de vie*, n° 106.
- ROMI, R. (1993), *L'Europe et la protection juridique de l'environnement*, Litec.
- ROOME, N. (1992), "Developing environmental management strategies", *Business Strategy and the environment*, Volume1, Part1, Spring 1992, pp.11-24.
- RUANO-BORBALAN, J.-C. (1998), *L'identité, l'individu, le groupe, la société*, Paris, éd° Sciences Humaines.

- SAMBON (1993), La liberté d'accès à l'information en matière d'environnement : définition et procédure, in *Droit de l'environnement, question d'actualité, Jeune Barreau de Liège*.
- SINGLY, F. (de) (1993), *Sociologie de la famille contemporaine*, Paris, Nathan (128).
- SINGLY, F. (de) (1996), *Le soi, le couple et la famille*, Paris, Nathan.
- SINGLY, F. (de) (2000), *Libres ensemble*, Paris, Nathan.
- STEGER, U. (1993), « The greening of the Board Room : how German companies are dealing with environmental issues ». In : *Environmental Strategies for Industry : International Perspectives on Research Needs and Policy Implications* (Eds K. Fischer & J. Schot), Island Press, Washington, 147-166.
- STRAETMANS, G. (1991), Milieu-argumenten in reclame, note sous Comm. Malines, réf., 29 mars 1991, *Handelspraktijken Jaarboek*, pp. 76-87.
- STRAETMANS, G. (1993), Wie is de gemiddelde consument de oen-oloog of de oenoloog ?, note sous Comm. Bruxelles, *D.C.C.R.*, 1992-94, pp. 726-730.
- STRAETMANS, G. (1996), De vernieuwde reclamereglementering uit de W.H.P.C. herbezocht aan de hand van markante rechtspraak, *Handelspraktijken Anno 1996*.
- STUYCK, J. (1988), Het ene vonnis is juister dan het andere, note sous Comm., Bruxelles, réf., 11 avril 1988, *Handelspraktijken Jaarboek*, pp. 93-96.
- STUYCK, J. (1996), Zin en onzin van reclamereglementering, *D.C.C.R.*, pp. 297-305.
- TAP, P. (1998), « Marquer sa différence », in *L'identité, l'individu, le groupe, la société*, J.-C. Ruano-Borbalan (coord.), Paris, éd° Sciences Humaines, pp. 65-68.
- TOURAINÉ, A. (1992), *Critique de la modernité*, Fayard, Paris.
- VAILLANCOURT, J.-G. (1996), « Sociologie de l'environnement : de l'écologie humaine à l'écologie sociale », in *La recherche sociale en environnement. Nouveaux paradigmes*, R. Tessier et J.-G. Vaillancourt (dirs), Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, pp. 19-47.
- VAN CALSTER, G. (1995), Het Koninklijk Besluit houdende oprichting van de Commissie voor milieu-etikettering en milieureclame — Aandacht voor ecopubliciteit in België en Vlaanderen, *Mil. Info*, afl. 4, pp. 11-16.
- VAN DEN BERGH, R. (1992), De vernieuwde regeling van de reclame in de wet handelspraktijken 1991 : geen reclame voor de Belgische wetgever, *Handelspraktijken Jaarboek*, pp. 56-114.
- VAN DIJCK, J. (1991), Groener dan groen — Milieu en reclame, *Leefmilieu*, afl. 1, pp. 19-26.
- VAN GERVEN, D. (1997), De milieuvordering op grond van de wet van 12 januari 1963, *Recente arresten van het Hof van Cassatie*, n° 5, pp. 201-207.
- VAN HEULE, J. (1998), De integratie van het milieu recht in de reclame artikel 23 van de Wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en de bescherming van de consument (WHPC), *W.E.R.*, partie 1, pp. 42-50, partie 2 : pp. 113-126.
- VAN WASSENHOVE, L. & C. CORBETT (1991), "How Green is your Manufacturing Strategy?", INSEAD, France, 14 octobre 1991, pp.21.
- Vers des modes de consommation durables. Le point sur les initiatives des pays Membres*, OCDE, Paris (1998).

- WEHRMEYER, W. (1996),. *Human Resources & Environmental Management-Introduction*. In Wehrmeyer, W. (Editor), *Greening People-Human Resources & Environmental Management*, Interleaf Publications, Sheffield, 1996.
- WELFORD, R. (1995), *Environmental strategy and sustainable development : The Corporate Challenge for the 21st Century*, Routledge, London
- WILHELMSSON, TH. (1997), Consumer Society, Consumer Law and the Environment, in Lawyers for a Green Planet Institute (ed.), *5 Years after Rio*, Sao Paulo, pp. 169-190.
- WYTINCK, P. (1993), Mislidende reclame en richtlijnconforme interpretatie, note sous Cdj 16 janvier 1992, affaire C-379/90, *T.B.H.*, pp. 16-19.
- XIBERTA, J. (1994), Eco management and audit scheme, *Eur. Env. L. Rev.*, n° 3985.
- ZONABEND, F. (1999), « L'innommable et l'innommé », in *Le déchet, le rebut, le rien*, J.-C. Beaune (dir.), Seyssel, éd° Champ Vallon (Milieux), pp. 90-98.

PUBLICATIONS DÉCOULANT DE LA RECHERCHE

- BARTIAUX, F., PANAFIT, L. & J. MONS (1999), *La gestion des « déchets ménagers » comme analyseur des constructions identitaires*, workshop sur la participation et l'action publique pour le développement durable, le 4 février 1999, Plan d'appui scientifique à une politique de développement durable (Leviers), Bruxelles, SSTC, 14 p.
- BOUCQUEY, N. (1998), *Le partage des responsabilités du développement durable depuis le cinquième programme communautaire de politique et d'action pour l'environnement* - Bruxelles, SSTC (Leviers d'une politique de développement durable), Working papers n° 20, mars 1998, 5 p.
- BOUCQUEY, N. (1998), *The origin and the significance of sustainable consumption in the current EC environmental policy* - Bruxelles, SSTC (Leviers d'une politique de développement durable), Working papers n° 19, mars 1998, 3 p.
- BOUCQUEY, N. (Ed.) (1999), *Le droit européen des consommateurs et la gestion des déchets/European Consumer Law and Waste Management*, Coll. Droit et Consommation, CDC 39.
- CELLENS, I. & C. OBSOMER (1997), *Belgian Business Barometer* In Belz, F. & Strannegard, L. (eds) : *International Business Environmental Barometer 1997*, Cappellen Akademisk Forlag A/S Oslo, 1997, pp 17-45.
- CELLENS, I. & L. WOLTERS (1998), *Prise en compte de la gestion de l'environnement dans l'industrie belge. - Analyse descriptive* - Bruxelles, SSTC (Leviers d'une politique de développement durable), Working paper n° 11, mars 1998, 25 p.
- CELLENS, I. & L. WOLTERS (1998), *Modèle de réponses aux questions environnementales - Système de management environnemental* - Bruxelles, SSTC (Leviers d'une politique de développement durable), Working paper n° 12, mars 98, 19 p.
- CELLENS, I. & L. WOLTERS (1998), *How far does size explain a firm's environmental behavior?*. Présenté lors de la 4th International Interdisciplinary Conference on the Environment, Washington D.C., 7-10 juillet 1998, pp.27.
- CARLENS, J. (2000), *Etudes de cas d'entreprises - Points d'ancrage pour une politique de développement durable : volet production*, - SSTC, papier intermédiaire, juin 2000.
- FRASELLE, N. & N. BOUCQUEY (1999), *Points de rencontre entre les producteurs et les consommateurs : consommation soutenable et gestion des déchets*, Rapport intermédiaire, SSTC (Leviers d'une politique de développement durable), juin 99, 135 p.
- FRASELLE, N. & P. MÖERINCK (1998), *Inventaire de dispositions juridiques* - Bruxelles, SSTC (Leviers d'une politique de développement durable), Working papers n°18, mars 1998, 44 p.
- FRASELLE, N. (1998), *Ménages en situation financière précaire et marché du crédit*, Chaire Quetelet 1998.

- GIESELER, TH. & V. YZERBYT (1998), *Le poids des normes sociales et du contrôle perçu dans les modèles attitudeux : vers le recyclage de concepts négligés* - Bruxelles, SSTC (Leviers d'une politique de développement durable), Working paper n° 17, mars 1998, 34 p.
- KESTEMONT, M. P. & J. RIVERA (2000), « The Greening adaptation to the European Union's environmental policy : an empirical approach » in *International Journal of Management*.
- KESTEMONT, M.P., JOHNSTONE, N. & B. YTTERHUS (2001), « The Firm, Environmental Management and Environmental Performance : Lessons from a survey of European manufacturing firms » submitted for publication.
- KESTEMONT, M.P., OLSSON, U. & B. YTTERHUS (2001), « Modeling driving forces and results from implementing environmental actions in the European manufacturing sector », submitted for publication.
- KESTEMONT, M.P., OLSSON, U. & B. YTTERHUS (2001), « The Environmental Challenge : a regions comparison », work in progress.
- LAFFINEUR, J. (1999), *La place de l'écologie dans la publicité et dans l'information du consommateur*, Rapport intermédiaire, SSTC (Leviers d'une politique de développement durable), novembre 99, 59 p.
- MONS, J., BARTIAUX, F. & V. YZERBYT (1999), *Jeter, trier, conserver, donner : objets au rebut et constructions identitaires*, Plan d'appui scientifique à une politique de développement durable (Leviers), Bruxelles, SSTC, working paper n°27.
- PANAFIT, L. & F. BARTIAUX (1998), *Remplir sa poubelle, c'est faire le ménage*, Plan d'appui scientifique à une politique de développement durable - Bruxelles, SSTC (Leviers d'une politique de développement durable), Working paper n° 16, mars 98, 26 p..