

VICTOIRE SESSEGO ET PASCALE HÉBEL

Consommation durable: l'engagement de façade des classes supérieures

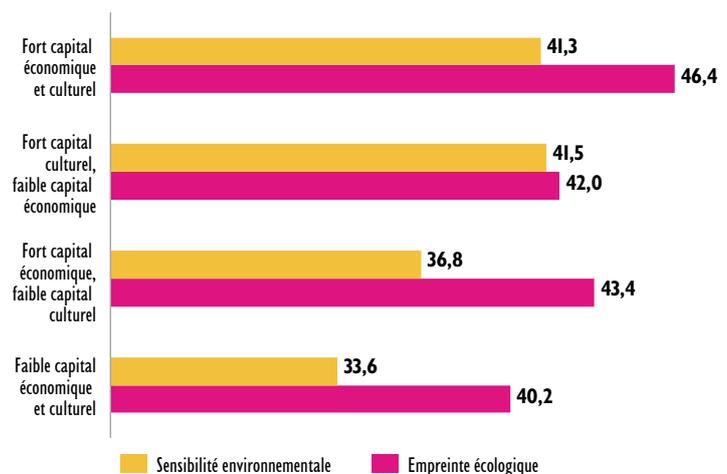
La prise de conscience écologique est en très forte progression: 26 % des Français placent l'environnement en tête de leurs préoccupations en 2018, un record en quarante ans dans l'enquête Condition de Vie du CRÉDOC. Dans un contexte de tensions entre signes du changement climatique et tâtonnements des politiques publiques, la consommation durable peut apparaître comme une solution alternative pour s'engager dans la transition écologique. La mise en pratique d'actions individuelles sous forme de « consommer moins » ou de « consommer mieux » se diffuse, mais est-ce que les petits gestes suffisent pour que l'empreinte écologique diminue ? Si 88 % de la population estime que les consommateurs doivent prendre en charge les problèmes environnementaux, est-ce que les plus sensibles à l'écologie mettent le plus en pratique des gestes efficaces pour l'avenir de la planète ? Pour répondre à cette question, le CRÉDOC a confronté les représentations de la consommation durable par le biais d'une question ouverte, « Si je vous dis, consommation durable à quoi pensez-vous? », aux pratiques de consommation durable, de l'habitat à l'alimentation en passant par les transports. Les résultats sont sans appel: la richesse conduit les plus sensibles à l'écologie à des pratiques de mobilité qui ne peuvent pas être compensées, en termes d'empreinte écologique, par de « petits gestes » comme la consommation de produits bio, la réduction ou la suppression de la viande et l'achat de produits d'occasion.

> Les plus riches parmi les plus diplômés polluent plus que les autres

En 2018, en France, l'impact d'un consommateur sur l'environnement (empreinte écologique), particulièrement à travers ses émissions de gaz à effet de serre, dépend largement du revenu (capital économique): plus il est élevé et plus le consommateur utilise des ressources et pollue. Le niveau de diplôme (capital culturel) a également un impact, mais il est moins important. Ainsi, l'indice d'empreinte écologique (voir encadré) des individus à fort capital économique mais aussi culturel est de 46,4. Quand le capital économique est associé à un faible capital culturel, l'empreinte est également

LES CLASSES SUPÉRIEURES SE PRÉOCCUPENT DE L'ENVIRONNEMENT MAIS POLLUENT PLUS QUE LES AUTRES

Score moyen estimant l'empreinte écologique et la sensibilité environnementale (voir encadré) selon le capital économique et culturel* (en %)



Source : enquêtes Tendances de consommation, 2018, CRÉDOC.

* **Fort capital économique** : appartenir aux 40% les plus riches, c'est-à-dire aux classes moyennes supérieures et aux catégories aisées. Part opposition, avoir un faible capital économique, c'est appartenir au reste de la population, c'est-à-dire aux 60% les plus « pauvres ».

* **Fort capital culturel** : être diplômé du supérieur (avoir un diplôme supérieur au baccalauréat), ce qui est le cas de 43% de la population française. Un faible capital culturel signifie donc avoir un diplôme inférieur ou égal au baccalauréat, soit 57% de la population.

élevée(43,4). À l'opposé, l'empreinte écologique des individus disposant d'un faible capital économique et culturel n'est que de 40,2.

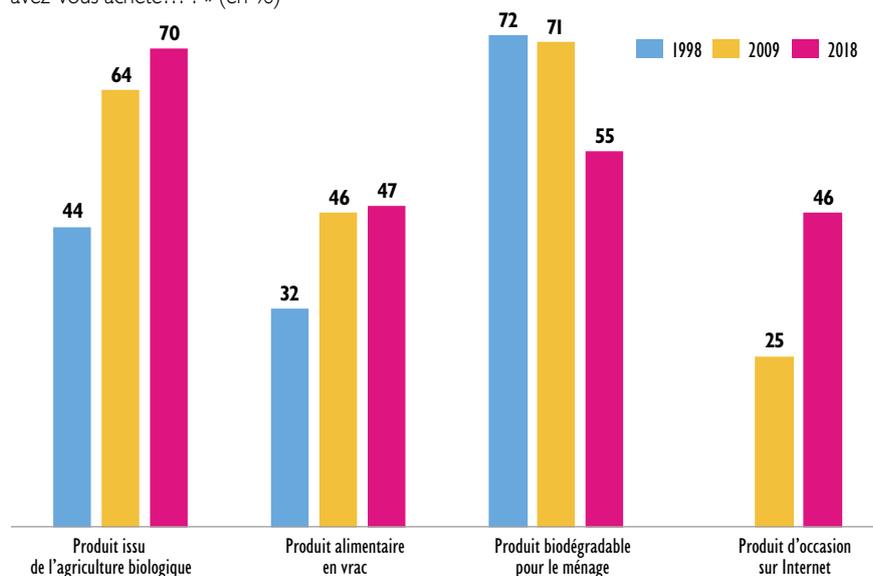
Au-delà de l'empreinte écologique, l'enquête du CRÉDOC révèle les écarts de sensibilité à l'environnement. Dans ce domaine, c'est le capital culturel qui fait la différence: être diplômé va de pair avec une conscience écologique plus développée: l'indice de sensibilité est de 41,3 pour les individus associant fort capital culturel et fort capital économique et de 41,5 pour ceux associant fort capital culturel et faible capital économique. À l'opposé, les individus peu diplômés ont une sensibilité environnementale nettement inférieure, que leur capital économique soit fort ou faible. L'utilisation accrue d'équipements numériques et le tourisme plus développé, notamment en avion et en voiture, des catégories à fort capital culturel et fort capital économique expliquent l'écart entre la pratique et les intentions.

> Forte progression du bio, du vrac et de l'occasion chez les plus diplômés

Si l'empreinte écologique des plus préoccupés par l'environnement est élevée, cela ne signifie pas qu'ils n'agissent pas du tout en faveur de l'environnement. En effet, certains comportements au potentiel durable, limité mais réel, des « petits gestes », s'ancrent progressivement dans la société, particulièrement dans les classes supérieures. Ainsi, 70 % de la population avait acheté au moins un produit issu de l'agriculture biologique au cours des six derniers mois, contre 44 % seulement en 1998. C'est également le cas pour d'autres produits labellisés durables, comme les produits alimentaires en vrac (+15 points) ou les produits biodégradables pour le ménage (bien que la proportion de ceux-ci soit en baisse en raison de la généralisation des lessives sans phosphate depuis l'interdiction de ce produit dans les lessives domestiques en 2007). L'économie circulaire, à travers les achats d'occasion sur internet, et collaborative, avec le covoiturage, connaît également un succès important: + 5,5 points en trois ans

EN VINGT ANS, FORTE PROGRESSION DU BIO, DU VRAC ET DE L'OCCASION

« Avez-vous déjà acheté (avant 2018), depuis six mois, soit depuis le 1^{er} janvier 2018, avez-vous acheté... ? » (en %)

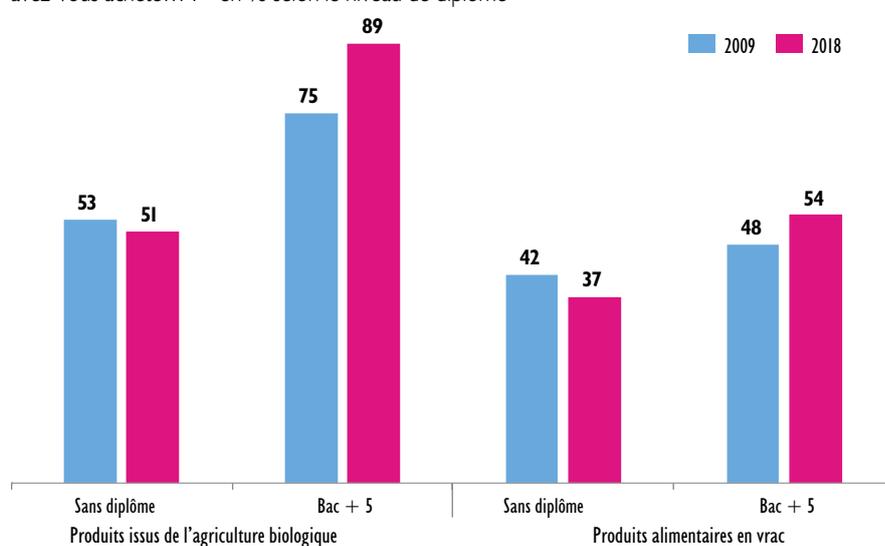


Source : CRÉDOC, enquêtes Tendances de consommation, 1998-2018.

NB : Les achats de produits biodégradables pour le ménage sont en baisse en raison de la généralisation des lessives sans phosphate depuis l'interdiction de ce produit dans les lessives domestiques en 2007.

LES PRODUITS DURABLES EN PLUS FORTE CROISSANCE CHEZ LES TRÈS DIPLÔMÉS

« Avez-vous déjà acheté (avant 2018), depuis six mois, soit depuis le 1^{er} janvier 2018, avez-vous acheté... ? » en % selon le niveau de diplôme



Source : CRÉDOC, enquêtes Tendances de consommation, 2009-2018.

CONSTRUCTION DES INDICATEURS DE L'EMPREINTE ÉCOLOGIQUE ET DE LA SENSIBILITÉ ENVIRONNEMENTALE

Empreinte écologique: score entre 0 et 100, 0 étant l'impact minimum possible compte tenu des questions posées par l'enquête « Tendance de consommation ». L'impact sur l'environnement de la mobilité (particulièrement la voiture et l'avion), de l'alimentation (à travers la consommation de protéines animales) et du logement (consommation d'énergie et appareils numériques) est pris en compte, au prorata de leur importance dans les émissions de gaz à effet de serre. Seules les pratiques réelles (et non les intentions) ont été prises en compte.

Sensibilité environnementale: score entre 0 et 100, sur le même principe que l'indicateur précédent, mais pour la sensibilité aux problématiques environnementales. Outre la préoccupation déclarée pour l'environnement, l'indicateur prend également en compte l'incitation à acheter des garanties écologiques et l'engagement pour la cause écologique.

pour le covoiturage, si bien que 32 % de la population y a eu recours dans les 12 derniers mois.

Les plus diplômés se distinguent par leur engouement croissant pour certains produits de la consommation durable. 54 % des Bac+5 avaient acheté des produits alimentaires en vrac en 2018, soit une hausse de 6 points par rapport à 2009; la tendance est inverse chez les non diplômés : seuls 37 % ont acheté de tels produits en 2018, soit une baisse de 5 points. Et si, en 2009, 53 % des non-diplômés et 78 % des Bac +5 avaient déjà acheté des produits issus de l'agriculture biologique, les non-diplômés n'étaient plus que 51 % à l'avoir fait en 2018 et 89 % des diplômés l'ont fait dans les six derniers mois, soit une hausse de 14 points dans cette catégorie.

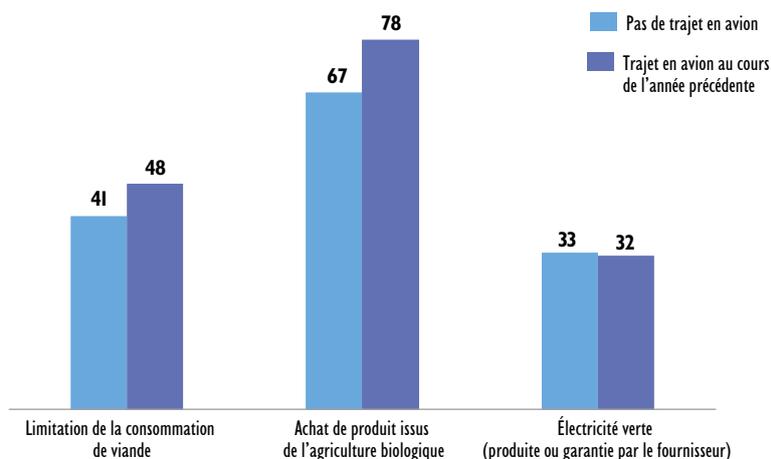
> Les contradictions du « consommer durable »

Pourtant, il n'est pas seulement question de la préférence du consommateur pour les « petits gestes », plus faciles. Il s'agit également d'une concentration des efforts dans certains domaines, particulièrement l'alimentation et les objets matériels. Ainsi, la consommation de produits carnés a baissé de 12 % en dix ans, 43 % de la population déclarant avoir limité sa consommation de viande en 2018 (pour des raisons variées, mais avec un impact indéniable).

Le cas du recours à l'avion est parlant. Si environ un tiers des Français a pris l'avion en 2018, ce sont ceux qui ont fait au moins un trajet en avion qui ont le plus déclaré limiter leur consommation de viande (48 % contre 41 %) et qui ont le plus acheté de produits issus de l'agriculture biologique (78 % contre 67 %). Même une action demandant plus d'investissement, comme la production d'électricité verte ou la souscription à un contrat d'électricité garantissant une part d'électricité verte, ne va pas de pair avec une réduction de l'impact de la mobilité. Ces contradictions peuvent en partie s'expliquer par un plus grand recours des plus diplômés à la voiture et à l'avion pour les loisirs, ce qui montre les limites de la conscience et de l'action individuelles.

LES VOYAGEURS AÉRIENS ESSAIENT DE COMPENSER LEUR IMPACT ENVIRONNEMENTAL EN ACHETANT DES PRODUITS BIO ET EN CONSOMMANT MOINS DE VIANDE

Part des adultes de plus de 18 ans ayant déclaré avoir... selon leur recours à l'avion en 2017



Source : CRÉDOC, enquêtes Tendances de consommation, 2018.

CINQ PROFILS DE CONSOMMATEURS ENTRE PRATIQUES ET ATTENTES

L'enquête Tendances de consommation 2018 du CRÉDOC a permis de construire une typologie des consommateurs. La sensibilité à l'environnement et le degré d'engagement différencient le plus les profils des consommateurs.

- Les désimpliqués (22 %) : peu sensibles à l'environnement et à la consommation durable, ces consommateurs, qui représentent 22 % de la population sont désimpliqués dans leur consommation, ayant peu de gestes ou de pratiques durables, mais également politiquement, puisque 61 % ne s'identifient à aucun parti.
- Les pragmatiques (25 %) : consommateurs « ordinaires », avec une sensibilité environnementale moyenne mais un engagement relativement faible en faveur de la consommation durable. Aucune variable socio-démographique ne caractérise réellement cette classe.
- Les distinctifs (16 %) : forte sensibilité environnementale, gestes environnementaux mais impact écologique élevé; diplômés, particulièrement cadres, et jeunes générations sont au cœur de cette classe. Mais si une forme d'engagement caractérise cette classe, il la différencie socialement seulement et non par l'impact réel de son mode de vie.
- Les économes (20 %) : de loin la classe la plus écologique, elle ne semble pas l'être par engagement mais plutôt par contrainte (surreprésentation des classes modestes) ou par habitude (part plus importante de personnes âgées ou d'origine rurale).
- Les engagés (17 %) : ils sont à la fois engagés pour l'environnement et relativement efficaces dans leur mise en pratique, les engagés font pleinement partie de la consommation éthique, avec un engagement politique, particulièrement à gauche. Un peu moins diplômés (du bac au bac +3) que les distinctifs, les professions intermédiaires et les employés, au cœur des classes moyennes, font le ciment de cette classe.

> Le rôle des représentations dans la mise en pratique de comportements durables

La manière de se représenter la consommation durable n'est pas sans impact sur l'action du consommateur : dans les classes supérieures, cette représentation s'accompagne d'une forme d'éloignement de son aspect concret et d'une forme de déresponsabilisation. Ainsi, les plus dotés en capital culturel et éco-

nomique sont 34 % à associer mentalement la consommation durable au fait de protéger la planète, contre seulement 13 % des moins dotés. Ces derniers ont une représentation plus concrète : pour 28 % consommer durable signifie changer les pratiques de consommation (réponses à une question ouverte : « Si je vous dis "consommation durable", à quoi pensez-vous ? »).

L'énergie, notamment celle nécessaire au logement, est passée sous silence par les classes supérieures, car ●●●

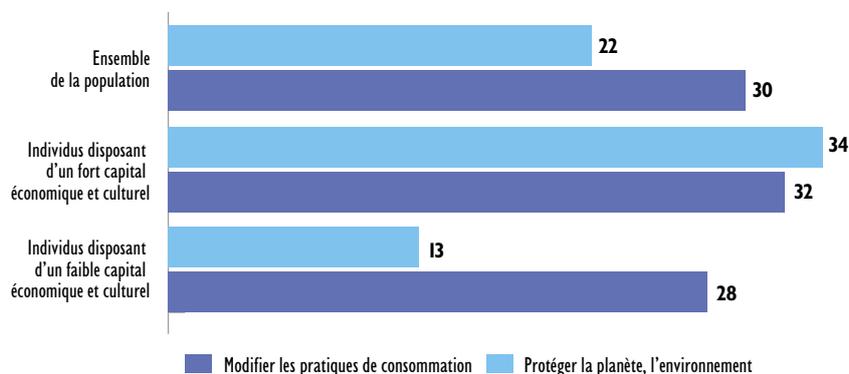
elle est loin de leurs préoccupations. Ces consommateurs aisés semblent préférer retenir de la consommation durable ses innovations passées (à travers les produits labellisés durables) ou à venir, particulièrement à travers la problématique de l'obsolescence programmée, qu'elles sont les seules à évoquer.

> Consommer durable, une préoccupation encore très politique

C'est dans le domaine politique que l'on semble davantage trouver une forme de cohérence entre sensibilité environnementale et impact écologique à travers les pratiques. La mise en pratique de la consommation durable est ainsi ancrée à la gauche: les personnes se déclarant proches de la France Insoumise (FI) ou de Europe Ecologie les Verts (EELV) ont ainsi une empreinte moyenne de 41 contre 45,3 pour les proches du Front national (FN), soit une différence de près de 10 %, nette mais loin des différences de sensibilité environnementale (score multiplié par 1,6 entre chaque extrémité de l'échiquier politique). Ce résultat montre à quel point la transition écologique et le rôle du consommateur dans sa mise en place sont loin d'être une évidence dans la société française alors même qu'il s'agit d'un sujet clivant. On peut penser que, dans une société durable, ces problématiques devraient devenir des valeurs partagées. ■

PRÈS D'UN TIERS DES FRANÇAIS ESTIME QUE LA CONSOMMATION DURABLE PASSE PAR UNE MODIFICATION DES PRATIQUES DE CONSOMMATION

« Si je vous dis consommation durable, à quoi pensez-vous ? » en % et empreinte écologique moyenne, selon le capital économique et culturel

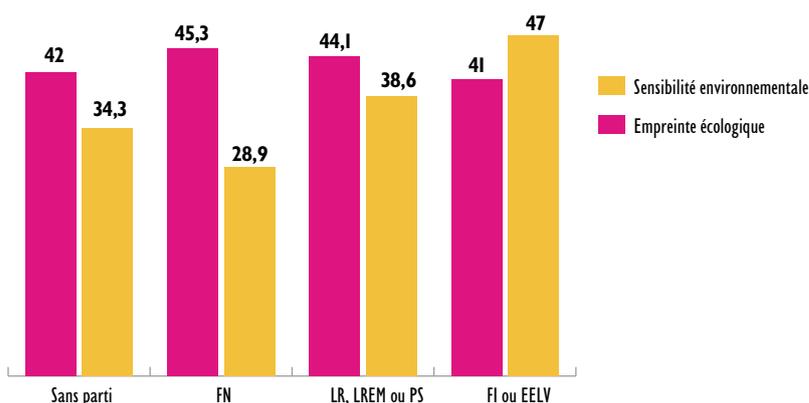


Source : CRÉDOC, enquête Tendances de Consommation, 2018.

Note de lecture : dans leur réponse à la question ouverte « si je vous dis consommation durable, à quoi pensez-vous, » près d'un tiers des Français cite la modification des pratiques de consommation.

L'ÉCOLOGIE ENCORE MARQUÉE À GAUCHE DE L'ÉCHIQUIER POLITIQUE, AVEC UN IMPACT RÉDUIT MAIS RÉEL SUR LES PRATIQUES

Score moyen estimant l'empreinte écologique et la sensibilité environnementale (voir encadré) selon la proximité déclarée avec un parti politique



Source : CRÉDOC, enquête Tendances de Consommation, 2018.

Pour en savoir plus

- > Cette étude est issue de l'enquête « Tendances de consommation » réalisée depuis 1992 en juin de chaque année par téléphone auprès d'un échantillon de 1 000 individus âgés de 18 ans et plus; elle respecte les quotas sur l'âge, la profession, le sexe, la région et la taille d'unité urbaine.
- > Geiger, S. M., Fischer, D., & Schrader, U., 2018, "Measuring What Matters in Sustainable Consumption: An Integrative Framework for the Selection of Relevant Behaviors.", *Sustainable Development*, 26(1), 18-33.
- > « Modes de vie et pratiques environnementales des Français : observation et statistiques », 2018, Pautard et al., *Théma*, n° 3.
- > « Consommer durable est-il un acte de distinction ? », 2019, V. Sessego, P. Hébel, *Cahier de recherche du CRÉDOC*, n° 344.
- > « Va-t-on vers une frugalité choisie ? », 2013, N. Siounandan, P. Hébel, J. Colin, *Cahier de recherche du CRÉDOC*, n° 302.
- > « Les nouvelles générations transforment la consommation de viande », 2018, G. Tavoularis, E. Sauvage, *Consommation et modes de vie*, CRÉDOC n°300.