

# La dématérialisation



Wallonie, mai 2007



Étude réalisée avec le soutien de la Région wallonne

**CRIOC**

Centre de Recherche et d'Information  
des Organisations de Consommateurs



# Agenda

- Objectifs et méthodologie de l'étude
- Perceptions de la dématérialisation
- Adoption de pratiques contribuant à la dématérialisation
- Cas particulier : Perceptions de la location
- Freins à l'adoption de comportements contribuant à la dématérialisation
- Typologie des profils d'attitudes et de comportements
- Conclusions et recommandations

## Objectifs de l'étude

- Evaluer les perceptions des Wallons vis-à-vis de la dématérialisation.
- Identifier les produits et les actes que les Wallons associent à la dématérialisation.
- Évaluer l'adoption de pratiques contribuant à la dématérialisation au sein de la population wallonne.
- Identifier les freins à l'adoption des pratiques contribuant à la dématérialisation.
- Évaluer les intentions d'adoption de ces pratiques et le potentiel de développement de différents axes de dématérialisation en Wallonie.

## Point de vue adopté : celui de la consommation

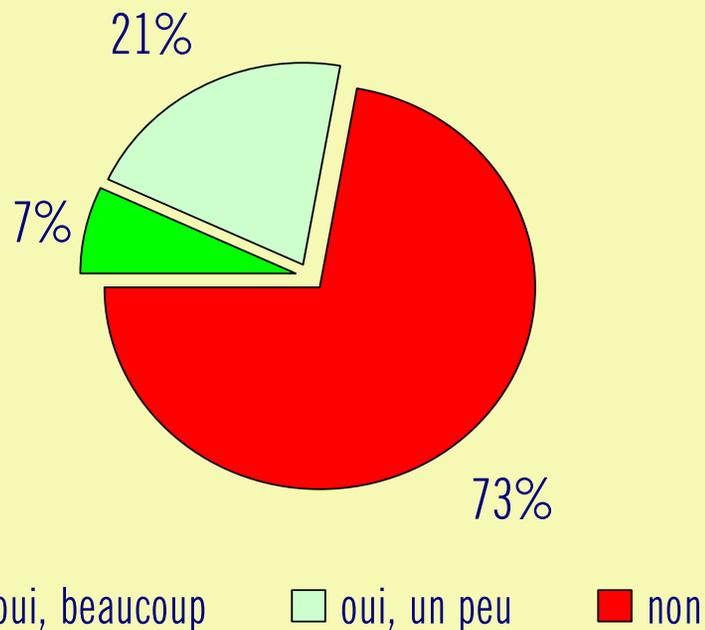
- Réduction de la consommation
- Satisfaction des besoins par des « solutions » moins coûteuses en ressources
  - produit moins gourmand en ressources
  - produit consommant moins de ressources lors de l'utilisation
  - location plutôt qu'achat, achat en commun, partage
  - service plutôt qu'achat
- Utilisation des produits et des ressources de manière rationnelle et économe, évitement des gaspillages
- Participation au tri sélectif des déchets en vue de leur réutilisation ou de leur recyclage.

## Méthodologie

- 636 Interviews réalisées par téléphone auprès des habitants de la Wallonie âgés de 17 ans et +.
- Field : 04 mai – 15 mai 2006.
- Échantillon aléatoire stratifié redressé.
- Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats ( $\chi^2$ , marge d'erreur)
- La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 3,8%.
- Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction du genre, de l'âge, de la composition du ménage, des caractéristiques du lieu d'habitation, des groupes sociaux (inférieurs, moyens, supérieurs), PRA ou non (principal responsable d'achat).

# Perceptions de la dématérialisation

## Dématérialisation : notoriété aidée

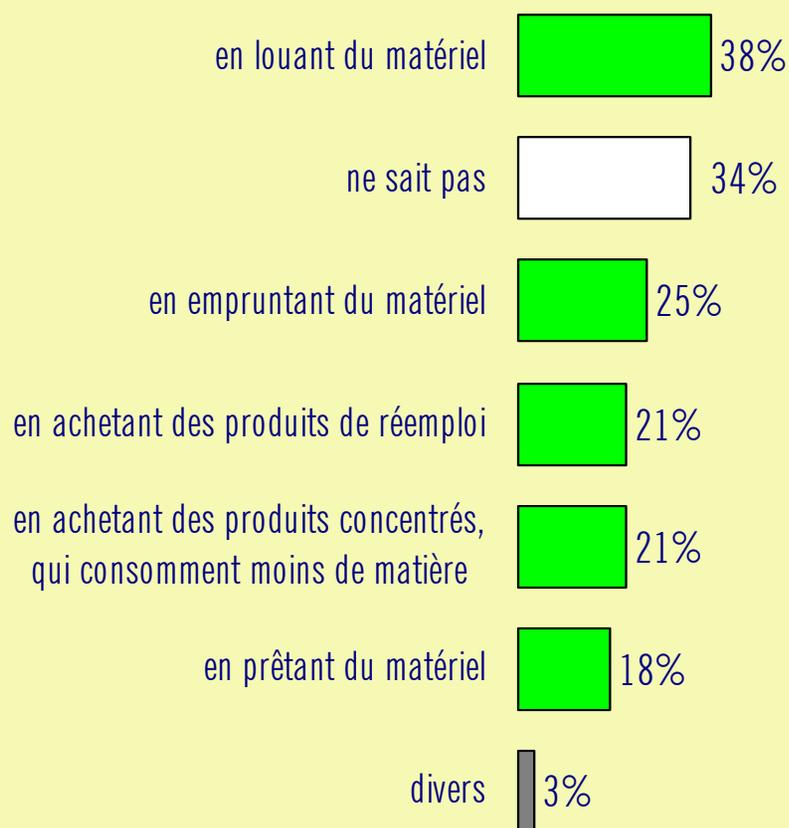


➤ Avez-vous déjà entendu parler de la dématérialisation?

- Après avoir donné la définition suivante aux interviewés : la dématérialisation vise à faire des économies de ressources. Pour le consommateur, c'est par exemple remplacer l'achat d'un produit par le recours à un service ou choisir des produits qui consomment moins de ressources (produits plus concentrés), plus d'un wallon sur quatre déclare avoir déjà entendu parler de la dématérialisation.

Base : échantillon total

## Actes associés à la dématérialisation



➤ Selon vous, de quelles manières participe-t-on à la dématérialisation ?

- Près de 4 wallons sur 10 pensent que l'on participe à la dématérialisation en louant du matériel et 1 wallon sur 4 en empruntant du matériel.
- 1 consommateur sur 5 estime également qu'acheter des produits concentrés, de réemploi et le prêt de matériel sont des manières de participer à la dématérialisation.
- Mais, 1 wallon sur 3 ne sait pas de quelle façon il peut participer à la dématérialisation.

Base : échantillon total, plusieurs réponses possibles

# Pratiques contribuant à la dématérialisation

## 33 pratiques étudiées, parmi lesquelles

- Le recours à des « structures » collectives : lavoirs collectifs, transports en commun,
- Le recours à des services : jardinier, aide ménagère, blanchisserie, car sharing..
- La location en remplacement de l'achat : livres, CD, DVD, matériel de puériculture, matériel de fête, matériel sportif, voiture. . .
- Le recours aux nouvelles technologies : paiement électronique, téléchargement de musique et de film, de document administratifs, . . .
- Le remplacement de produits jetables par des produits plus durables : langes, sacs de caisse (autre étude), . . .
- L'achat de produits consommant moins de ressources : produit d'entretien concentré, pile rechargeable (autre étude),
- L'achat de produits utilisant moins de ressources : frigos, lave-linge éco-efficients (autre étude)
- La consommation d'eau du robinet.

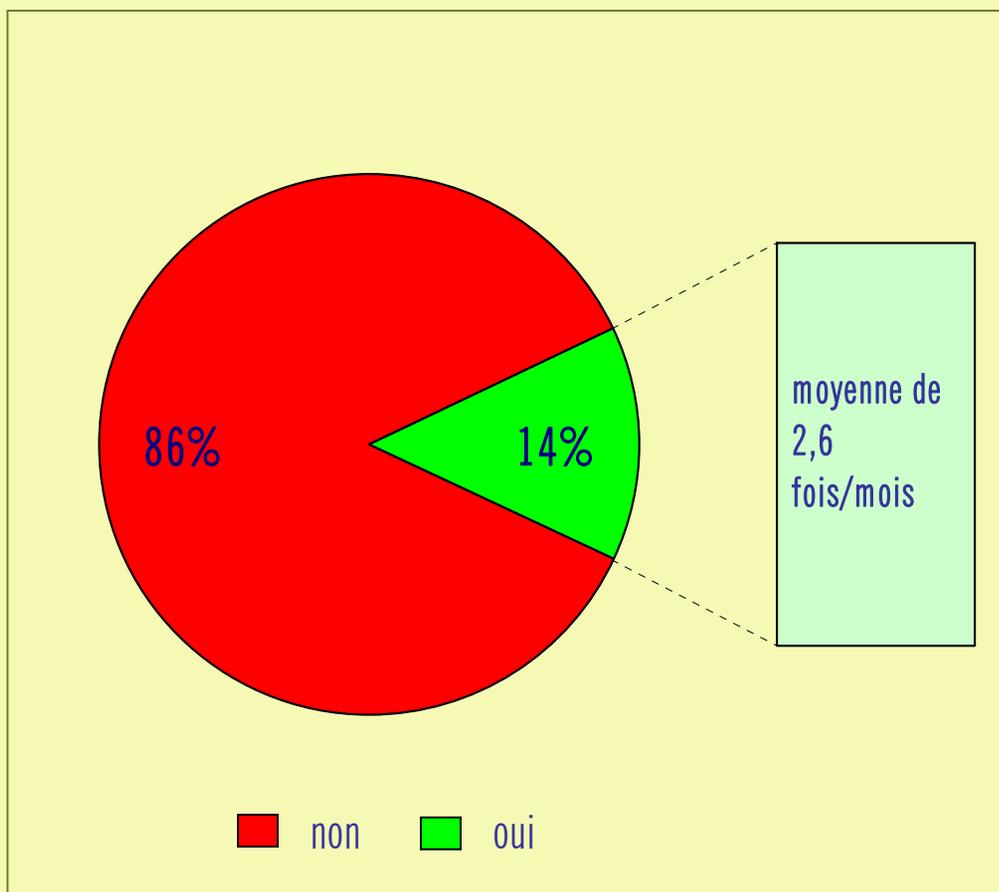
## Pour chaque pratique étudiée

- Adoption : taux de pénétration et fréquence
- Freins à l'adoption de pratiques contribuant à la dématérialisation

## Adoption des pratiques et comportements

- Certaines pratiques sont déjà **largement adoptées** au sein de la population wallonne:
  - sécher son linge à l'air libre, boire l'eau du robinet, acheter des produits d'entretien concentrés, payer par carte bancaire, offrir des cadeaux « non matériels », louer des livres et utiliser les transports en commun.
  - le prêt et l'emprunt de matériel, de produits dans le cercle familial ou relationnel.
- D'autres pratiques sont **moins adoptées** :
  - le lavoir collectif, les services de blanchisserie, la location de voiture, le carsharing, le covoiturage, la location de matériel de puériculture, de jeux, de CD, DVD, de vaisselle, de vêtements de cérémonie ainsi que l'utilisation des nouvelles technologies tels que le commerce électronique, le télétravail, le PC banking, ...).

## Lavoir collectif - utilisation

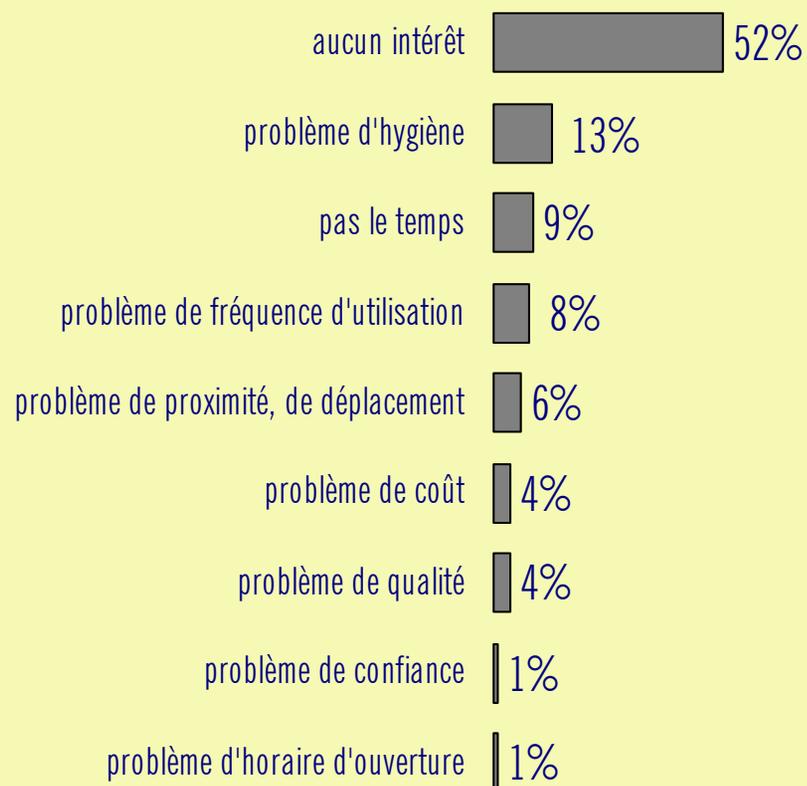


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Moins d'un wallon sur sept fréquente le lavoir collectif. Les habitants de Charleroi sont plus nombreux à y avoir recours.
- Ceux qui y ont recours font appel à ce service entre deux et trois fois par mois en moyenne.

Base : échantillon total

## Lavoir collectif – les freins

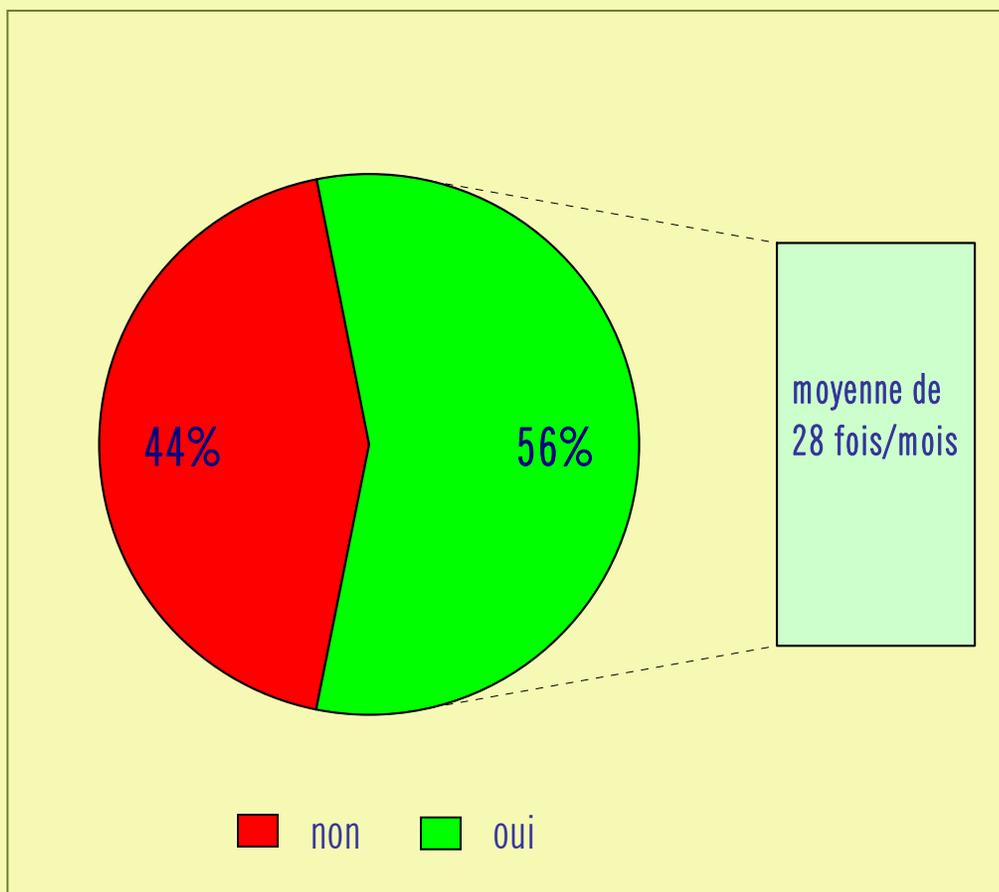


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne fréquentent pas les lavoirs collectifs. En particulier, les personnes habitant les grandes villes ne sont pas intéressées par ce service.
- Dans une moindre mesure, ils évoquent également des problèmes d'hygiène, de déplacement et de manque de temps liés à ce service.
- Certaines personnes évoquent également des problèmes de coût et de qualité.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

## Boire de l'eau du robinet – utilisation

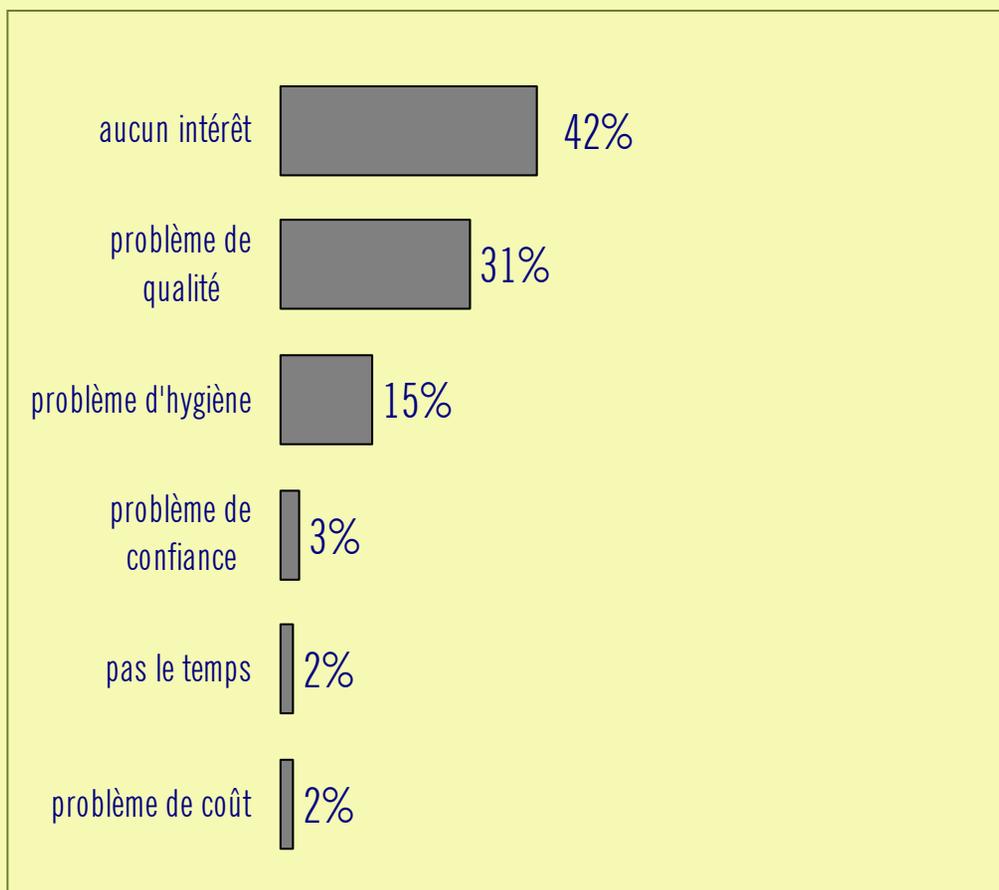


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Plus de la moitié des wallons boivent de l'eau du robinet plutôt que de l'eau en bouteille. En particulier, les célibataires, les ménages de 4 personnes, les habitants de grandes villes et les groupes sociaux inférieurs sont plus nombreux à privilégier l'eau du robinet.
- En moyenne, ceux-ci le font quotidiennement.

Base : échantillon total

## Boire de l'eau du robinet – les freins



➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne acquérir ce comportement ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne privilégient pas l'eau du robinet. En particulier, les non responsables d'achat, les hommes et les groupes sociaux moyens sont plus nombreux à n'y voir aucun intérêt.
- Le problème de qualité est également un problème important cité par 3 non consommateurs d'eau du robinet sur 10. En particulier, les groupes sociaux inférieurs, les habitants de Charleroi et des grandes villes y sont plus sensibles.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problème d'hygiène, de manque de confiance.

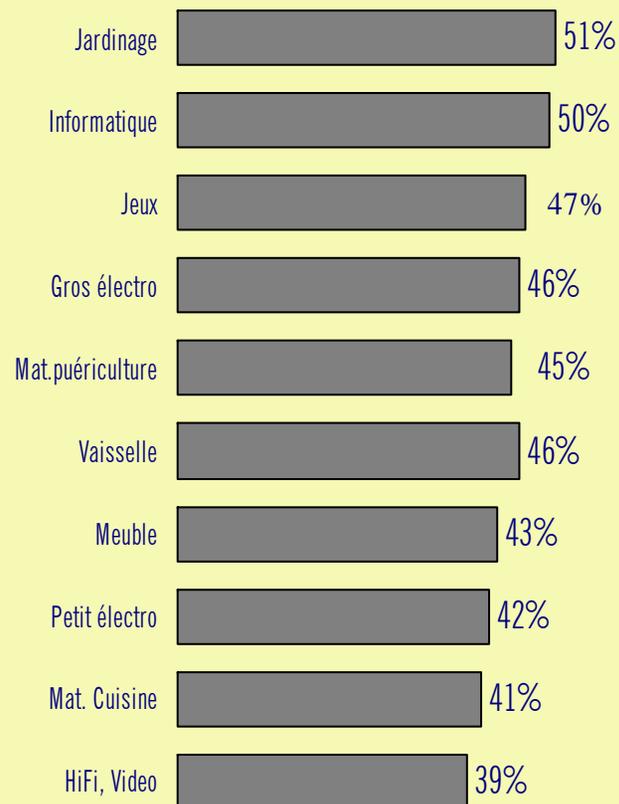
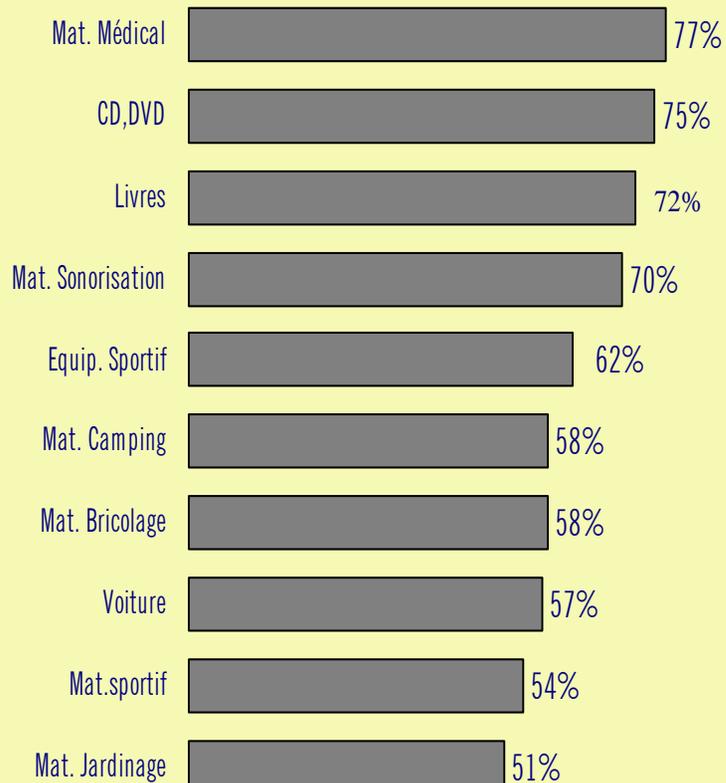
Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

# Perceptions de la location

## Produits associés à la location (1)

- Pour env. 50% des Wallons l'ensemble des produits peuvent être loués plutôt qu'achetés.
- Cependant, la location est davantage envisagée pour les produits :
  - Dont l'achat représente un investissement initial important : matériel d'assistance médicale, de camping, sono,...
  - Dont l'utilisation est limitée dans le temps et la fréquence d'utilisation peu élevée : matériel de camping, matériel d'assistance médicale, équipement sportif, ...
  - Dont l'implication dans l'achat est faible,
  - Dont l'offre en location est importante (livres, CD, DVD, sono, équipement sportif,...)
  - De loisirs (matériel sportif, CD, livres).

## Produits associés à la location (2)



Base : échantillon total, plusieurs réponses possibles

## Profils vis-à-vis de la location

- Profils les plus ouverts à la location de biens

groupes sociaux inférieurs, personnes âgées de 18 à 29 ans et de plus de 65 ans, habitants des grandes villes et célibataires. Ces consommateurs sont plus enclins à louer le matériel sportif, le matériel de bricolage et le matériel de cuisine.

- Profils les plus réticents à la location

groupes sociaux moyens, personnes âgées de 30 à 39 ans et de 50-64 ans, habitants de Charleroi, des banlieues, des communes rurales et couples sans enfant.

## **Freins à l'adoption de pratiques contribuant à la dématérialisation**

## Freins (1)

- Le frein majoritairement cité est le **manque d'intérêt**.
- **Autres freins**
  - **Implication** : forte implication pour le produit ou l'alternative moins durable, plaisir d'acheter et de posséder.
  - **Gain perçu** : perception d'un manque d'intérêt financier conséquent à l'adoption du nouveau comportement, principalement évoqué pour le recours aux services (blanchisserie, jardinier, chèques service, car-sharing,...) et la location de biens.
  - **Nouveauté**: pour certains groupes de consommateurs, c'est un frein, pour d'autres un facteur d'attrait (nouvelles technologies)

## Freins (2)

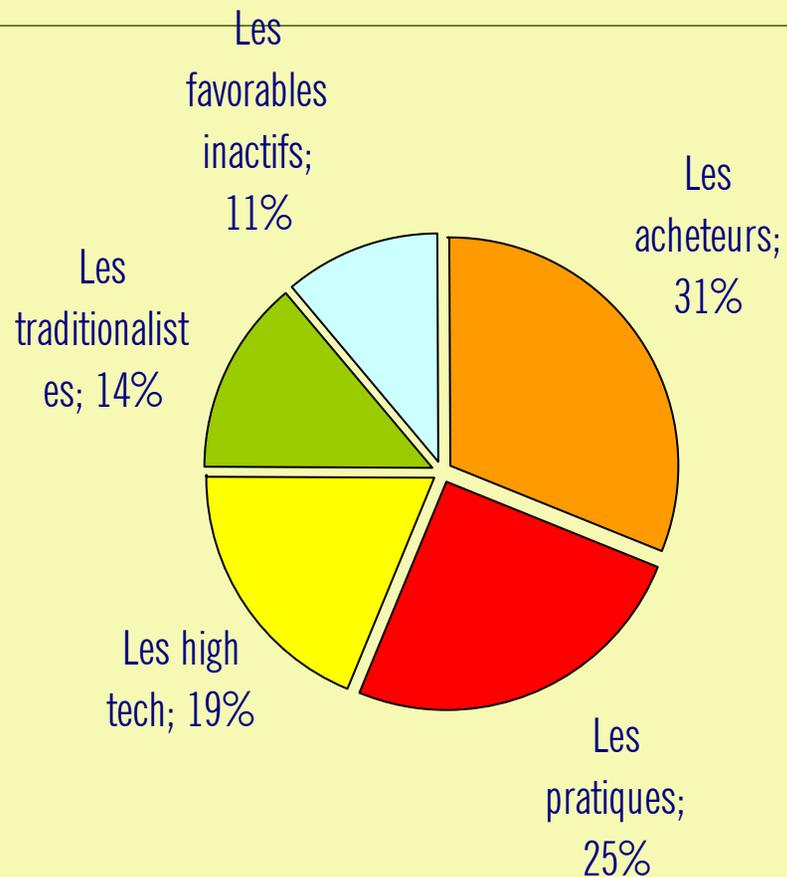
- **Disponibilité:** offre sur le marché insuffisante ou insuffisamment distribuée.
- **Temps :** durée d'utilisation et fréquence d'utilisation; le recours aux services est perçu comme un acte qui prend proportionnellement plus de temps et qui est, par conséquent, assez peu adapté au rythme de vie actuel.
- **Hygiène :** perception d'un manque d'hygiène, évoqué pour le recours à un lavoir collectif, boire l'eau du robinet, le car-sharing, les langes lavables, la location de matériel de puériculture, de jeux, de vaisselle, ...

# Typologie des profils d'attitudes et de comportements

# Typologie

- Principes
  - Former des groupes de personnes aussi homogènes que possible en leur sein et hétérogènes entre eux.
  - Ces groupes sont construits sur base des perceptions, attitudes et comportements
  - Méthode des nuées dynamiques de Diday.

# Typologie



## ➤ Les types

- Cinq profils de consommateurs :
  - Les acheteurs : 31%
  - Les pratiques : 25%
  - Les high tech : 19%
  - Les traditionalistes : 14%
  - Les favorables inactifs : 11%

## Les acheteurs (31%)

- Attitudes, perceptions et comportements
  - Matérialistes, ils aiment être entourés d'objets et acheter. Ils sont peu sensibles au gaspillage.
  - Ils perçoivent peu l'avantage financier du remplacement des biens par des services et redoutent des problèmes de fonctionnement des appareils loués. Ils sont plus favorables à l'achat de produits consommant moins de ressources
  - Ils sont peu sensibles aux nouvelles technologies contribuant à la dématérialisation.
  - Enfin, ils sont peu enclins à prêter ou emprunter des biens.
  - Ils pratiquent peu la dématérialisation à l'exception de quelques actes tels que : sécher le linge à l'air libre plutôt qu'en machine, boire l'eau du robinet, payer par carte bancaire plutôt qu'en liquide.
- Profil
  - GSM, âgés de 50 à 64 ans, habitant les communes rurales et les petites localités de la région de Charleroi

## Les pratiques (25%)

- Attitudes, perceptions et comportements
  - Ils aiment acheter et posséder et ne sont pas sensibles au gaspillage.
  - Ils sont sensibles aux objectifs environnementaux et sociaux de la dématérialisation mais sont préoccupés par les coûts. Le recours aux services peut poser des problèmes de fonctionnement et se révèle plus cher que l'achat de biens. Ils préfèrent acheter des produits consommant moins de ressources.
  - Ils prêtent et empruntent volontiers.
  - Ils adoptent les comportements qui permettent de faire des économies. Ils utilisent les nouvelles technologies, louent les biens dont l'achat demande un investissement initial important, participent au co-voiturage
- Profil
  - GSM ou GSI, âgé de plus de 50 ans, n'ayant plus d'enfants à charge, habitant les villes wallonnes centrales.

## Les high tech (19%)

- Attitudes, perceptions et comportements
  - Posséder leurs propres biens est important pour eux. Ils sont peu sensibles au gaspillage.
  - Ils perçoivent les objectifs environnementaux et sociaux de la dématérialisation. Cependant, ils sont peu disposés à recourir aux services car ils estiment que cela génère un surcoût et des problèmes de fonctionnement.
  - Ils participent plus que la moyenne à la dématérialisation par le recours aux nouvelles technologies (publicités par mail, e-commerce, téléchargement, commande de documents administratifs, e-banking,...).
  - Ils participent également à la dématérialisation par la location, l'emprunt et, dans une moindre mesure, le prêt.
- Profil
  - GSS, majoritairement masculin et âgé de moins de 40 ans, vivant en couple avec un ou deux enfant(s), habitant les communes rurales, les petites localités et les banlieues.

## Les traditionalistes (14%)

- Attitudes, perceptions et comportements
  - La possession des biens est importante mais ils se sentent un peu encombrés par leurs objets. L'acte d'achat est synonyme de plaisir mais ils pourraient consommer moins. Ils sont sensibles au gaspillage de nourriture.
  - Ils perçoivent les avantages financiers et environnementaux de la dématérialisation. Ils sont plus favorables à l'achat de produits qui consomment moins de ressources qu'au recours aux services pour lesquels ils perçoivent des problèmes de fonctionnement.
  - Ils louent des livres, utilisent les transports en commun, achètent des produits concentrés et la consomment l'eau du robinet . Mais, ils n'ont pas recours aux services ni aux nouvelles technologies.
  - Ils adoptent des « nouveaux » comportements quand ils ont perdu tout nouveauté.
  - Ils prêtent et empruntent au sein de la famille et/ou de leur cercle d'amis.
- Profil
  - GSI, personnes âgées, en couple sans enfants, habitant les villes wallonnes centrales.

## Les favorables inactifs (11%)

- Attitudes, perceptions et comportements
  - Posséder des biens (surtout de valeur) est important, contrairement à l'acte d'achat. Ils se sentent encombrés par les objets et sont très sensibles au gaspillage.
  - Ils sont favorables au développement de la dématérialisation et en perçoivent les objectifs financiers, environnementaux et sociaux.
  - A l'exception de l'emprunt et du prêt d'objets, ils ne participent pas à la dématérialisation surtout parce qu'ils ne sont pas responsables des achats du ménage.
- Profil
  - GSM, majoritairement masculin, non PRA, âgés de 40 à 49 ans, en couple sans ou avec 1 enfant, habitant à Liège, dans les communes rurales ou la périphérie des grandes villes.

## **Conclusions et recommandations**

## Un concept peu connu, aux multiples facettes

- Du point de vue du consommateur: actes de dématérialisation nombreux, variés et touchent à de nombreux aspects de la vie quotidienne, économique et sociale.
- Ces actes, pratiques et comportements appartiennent à des logiques différentes. Les attitudes et comportements varient fortement d'un consommateur à l'autre et pour un même consommateur, selon les catégories de comportements proposés.
- Les consommateurs ne poursuivent pas d'objectifs de dématérialisation; ils posent tels ou tels actes, car cela répond à leurs besoins et contraintes, leur plaît, les arrange. Les objectifs sont souvent éloignés de ceux poursuivis par la dématérialisation même s'ils y participent inconsciemment et toujours partiellement.

## Attitude positive vis-à-vis de la dématérialisation

- La population wallonne est assez matérialiste, aime posséder ses propres objets et est attachée à la liberté que cela lui confère. L'acte d'achat et la consommation sont sources de plaisir.
- Cependant, 1 consommateur sur 2 se dit encombré par ses objets. 9 consommateurs sur 10 estiment qu'ils pourraient être aussi heureux en consommant moins. De plus, la moitié de la population est sensible au gaspillage.
- La population présente en majorité des attitudes favorables au développement de la dématérialisation. Les objectifs sociaux et environnementaux de la dématérialisation sont largement perçus. Ses avantages financiers apparaissent de manière moins évidente. En particulier, les consommateurs déplorent le surcoût et les problèmes de fonctionnement potentiels liés au recours aux services.

## Lever les freins

- Lors de l'enquête nous avons demandé à ceux qui n'adoptaient pas un comportement donné, quels étaient les freins et quelles étaient les chances qu'ils adoptent ce comportement si ces freins étaient levés.
- Le frein majoritairement cité était le manque d'intérêt, difficile à lever. Et de fait, les changements de comportements semblent peu probables chez ces consommateurs là.
- Dès lors des changements interviendront soit grâce à la participation des consommateurs qui agissent déjà soit grâce à une participation « inconsciente » ou « non pro-active » à la dématérialisation.

# Recommandations 1

- Le concept de dématérialisation est peu connu du grand public mais il offre aux autorités publiques et aux acteurs sociétaux un **cadre de réflexion cohérent** qui permet de relier les politiques de prévention des déchets aux cycles de production et de consommation et aux autres politiques qui les concernent.
- Ce n'est pas le concept qui doit faire l'objet d'une **information auprès du grand public** mais bien tous les **actes et pratiques** qui contribuent à la dématérialisation.
- Au contraire, il pourrait être contreproductif d'introduire un nouveau concept pour promouvoir des comportements qui font déjà l'objet de campagne de sensibilisation sous d'autres concepts (éco-consommation, prévention, information...)

## Recommandations 2

- Comme ces différents actes et pratiques appartiennent à des logiques différentes, les campagnes de sensibilisation générales resteront probablement sans effet. Les mesures et campagnes d'information visant à encourager l'adoption de comportements contribuant à la dématérialisation doivent se faire **par catégorie de comportement** (louer, utiliser les nouvelles technologies de l'information,...) ou **par secteur de consommation** (entretien de la maison, transport,...)
- Ces mesures et campagnes devront tenir compte des différences de sensibilité existant au sein de la population wallonne, **identifier des groupes cibles à privilégier** et bien connaître les caractéristiques des cibles visées. En fonction de ces cibles, les **avantages financiers, environnementaux ou sociaux seront soulignés**. Par exemple, souligner le bénéfice financier si les groupes cibles sont les pratiques et les traditionalistes.

## Recommandations 3

- Si l'on veut soutenir la location ou le recours à un service à la place de l'achat d'un bien, il faudra d'abord **répondre aux craintes des consommateurs** en ce qui concerne la qualité des biens, la possibilité de panne, les responsabilités en cas d'abîmement, l'hygiène. Il faudra également encourager des **politiques de prix incitatives** et souligner les avantages financiers du système.
- Un autre difficulté à lever est le **manque d'offre** ou le **manque d'accessibilité à l'offre**. Pour y répondre, du moins partiellement, le **développement d'outils** tels que des guides pratiques reprenant des adresses et des indications de prix semble un préalable indispensable.

## Recommandations 4

- La dématérialisation passera notamment par le développement du recours aux nouvelles technologies de l'information. Ces pratiques ne souffrent pas des freins intrinsèques généralement cités (coût, perte de temps, fréquence d'utilisation, proximité, hygiène,...) et peuvent produire des économies substantielles de ressources (en particulier, élimination du papier, de nombreux trajets, ...). Les problèmes de confiance peuvent être solutionnés par la familiarisation, l'éducation aux nouvelles technologies. La diffusion se fera également de manière naturelle par le renouvellement des générations. Toutefois l'éducation devrait également viser à éviter ou limiter certains effets annexes. Par exemple, le courrier électronique permet des économies de papier si les courriers électroniques ne sont pas imprimés, la location de CD ou de DVD permet des économies de ressources sauf si l'on grave systématiquement les CD et DVD loués, ...

## Recommandations 5

- A côté du recours aux nouvelles technologies de l'information, une autre voie de progrès importante en faveur de la dématérialisation est l'éco-conception et la mise sur le marché de produits moins gourmands en ressources et plus durables.
- Les consommateurs manifestent des attitudes très favorables vis-à-vis de ce type de proposition de dématérialisation.
- A partir du moment où l'offre est présente sur le marché, il faut encourager les choix des consommateurs pour ce type de produit par des mesures appropriées telles que l'étiquetage et des mesures financières incitatives.
- Les mesures de sensibilisation et d'éducation doivent se développer en parallèle pour encourager les comportements rationnels et économes et éviter les effets rebonds.
- La participation à la réutilisation des biens (approvisionnement des filières et achat) contribue également à la dématérialisation : voir étude 2005.