

26 novembre 2019

ING - Belgian Economic Newsletter

Consommation durable : les Belges à la traîne

A la question de savoir si l'environnement est prioritaire sur la croissance ou si la durabilité d'un bien est plus importante que son prix, les consommateurs belges ont un taux de réponse parmi les plus timides d'Europe. Cela n'empêche pas qu'ils trient leurs déchets plus que d'autres ou fassent attention à leur usage d'emballages plastiques. De plus, les labels d'énergie sont un facteur d'achat important lors de l'achat, surtout pour les consommateurs plus âgés.

Environnement ou croissance ? Pas d'unanimité

Une enquête récente d'ING¹ dans différents pays dont la Belgique montre que 74% des citoyens européens sont d'accord pour dire que la priorité doit aller à la protection de l'environnement, même « si elle engendre une croissance économique plus faible ». En Belgique, cette proportion est de 61% (contre 77% en France par exemple), un des taux de réponses les plus bas avec celui des Pays-Bas (à peine la moitié des répondants, soit 51%), car beaucoup de répondants sont indécis. 20% des répondants belges vont jusqu'à affirmer le contraire. On remarque cependant que c'est moins que dans certains pays moins riches d'Europe : 35% en Roumanie, 29% en Pologne, 25% en Italie pensent que la croissance est une priorité, « même si l'environnement en souffre quelque peu ».

Une majorité de Belges et d'Européens pensent donc que l'environnement est un problème pressant, et au premier rang des problématiques liées à celui-ci, on retrouve l'usage des plastiques, premier souci de 34% des Européens et 31% des Belges. Le changement climatique (30%) et la biodiversité (7%), n'arrivent qu'ensuite.

L'usage de plastique : une réalité contre laquelle le consommateur belge essaye de lutter, mais moins que dans d'autres pays

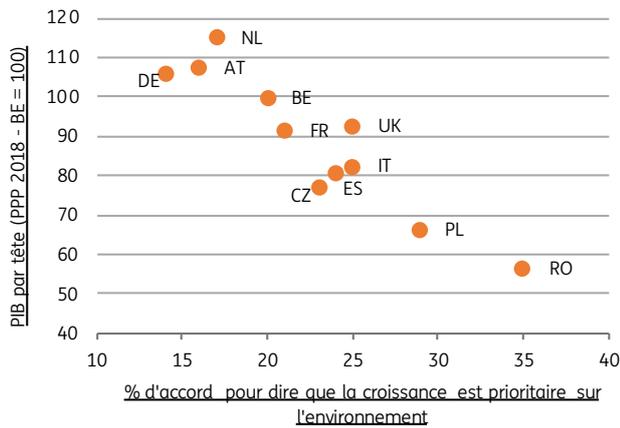
L'usage du plastique dans les emballages alimentaires constitue une large part des déchets produits dans le monde (Encadré 1). Les consommateurs belges en sont conscients, notamment lorsqu'ils font leurs courses au supermarché : ils sont 36% à déclarer préférer des produits moins emballés avec une durée de conservation moins longue et 43% à accorder autant d'importance à la quantité d'emballage qu'à la date de péremption. La réduction du plastique dans les emballages alimentaires est la première priorité de cette problématique pour 45% d'entre eux, devant un investissement accru dans les plastiques constitués de matières biologiques (20%) ou les plastiques biodégradables ou compostables (19%).

66% des Belges pensent d'ailleurs que les supermarchés devraient arrêter de proposer des emballages en plastique, une proportion cependant inférieure à la moyenne européenne de 70%. De même, seuls 34% des répondants belges disent être prêts à payer plus cher pour disposer d'emballages plus durables, contre un Européen sur deux dans notre enquête.

Julien Manceaux
Senior Economist
Brussels +32 2 547 33 50
Julien.Manceaux@ing.be

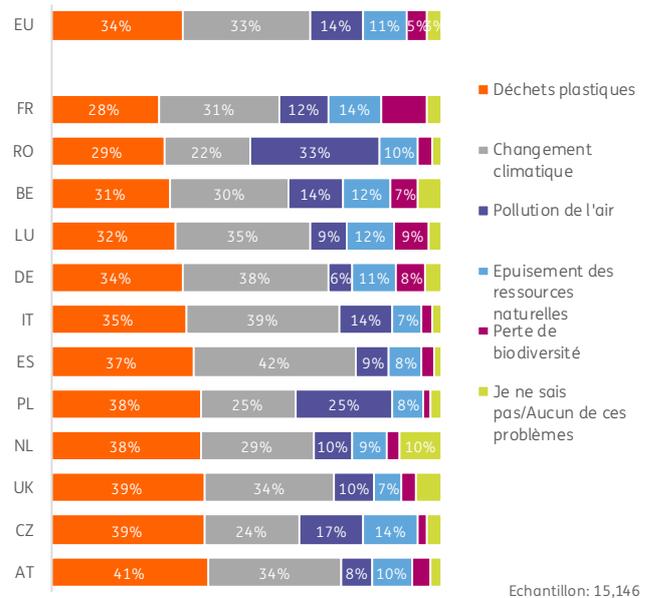
¹ L'ING International Survey est une enquête réalisée régulièrement par ING via IPSOS auprès de 1000 personnes par pays représenté, représentatives de la population. En Belgique, l'enquête a eu lieu du 15 au 31 août 2019. Lisez les résultats complets par pays [sur notre site](#) (en anglais).

Gr 1 L'environnement : un problème de riches ?



Indice de PIB par tête à parité de pouvoir d'achat où la Belgique est le point de référence (=100)
Source: Thomson Reuters, ING International Survey 2019

Gr 2 En termes d'environnement, quels sont les problèmes les plus urgents ?



Source: ING International Survey 2019

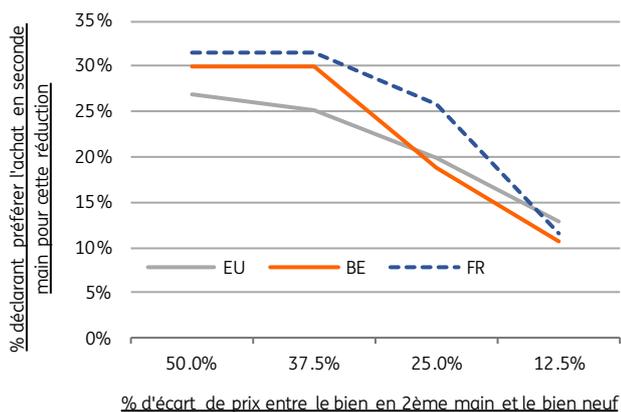
La piste du recyclage, déjà bien suivie

Les consommateurs sous-estiment en outre la quantité d'emballages plastiques qu'ils jettent chaque jour : 53% disent en jeter un ou deux et 35% entre trois et cinq. Seuls 2% des répondants belges admettent jeter plus de 10 emballages par jour. Statistiquement, près de 30 kilos d'emballages sont jetés chaque année en Belgique par habitant, soit 80 grammes par habitant par jour (Encadré 1).

Cependant, les consommateurs belges ont pris le pli du recyclage : 91% des femmes et 87% des hommes disent séparer leurs déchets (cartons, verres, et légèrement moins fréquemment plastiques) systématiquement à la maison. C'est, là encore, moins bien que la moyenne des européens (92,5% des hommes et 94,5% des femmes). Cela ne veut pas dire que les instructions sont toujours claires en la matière : notre enquête montre que plus d'information est nécessaire car 7 répondants sur dix disent parfois avoir des doutes sur la manière de trier certains déchets au quotidien. Les piles et batteries sont un autre exemple du fait que des efforts d'information sont nécessaires : en Belgique, seuls 68% des femmes et 60% des hommes font attention à les recycler. Pour un répondant sur dix, cela demande trop d'efforts ou cela n'en vaut pas la peine. 3% considèrent ne pas avoir de points de dépôts suffisamment près de chez eux.

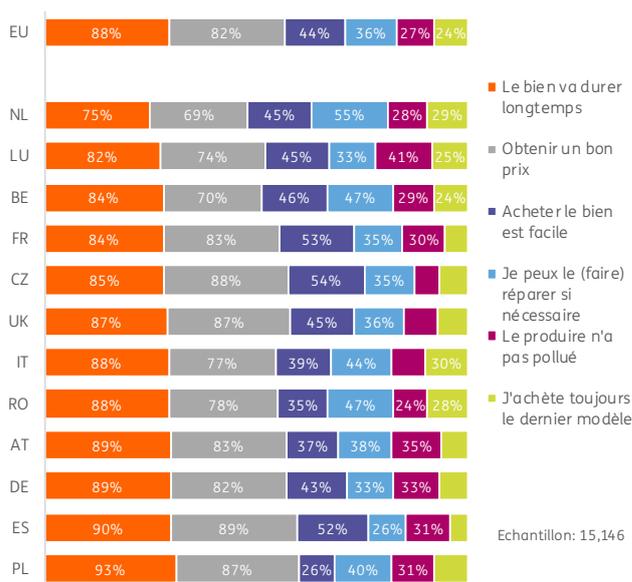
Enfin, l'enquête d'ING montre que l'achat en seconde main est une option de recyclage pratiquée en Belgique lorsque la différence de prix en vaut la peine : 30% des répondants opteraient par exemple pour un frigo de seconde main si la réduction était de 50%, mais cette proportion tombe à 11% lorsque la réduction de prix est limitée à 12%. Globalement, les Belges sont un peu plus friands de seconde main que la moyenne européenne (27%), mais un peu moins que leurs voisins Français (31,5% quand la réduction de prix est de 50%).

Gr 3 Les achats de seconde main : seulement si cela en vaut la peine



Source: ING International Survey 2019

Gr 4 Quels sont les trois principaux critères lors de l'achat de biens ménagers importants ?



Source: ING International Survey 2019

Les achats de biens importants ne sont plus basés uniquement sur les prix

Lors d'achats ménagers importants (matelas, machines à laver ou lave-vaisselles) dont on attend qu'ils durent au moins 5 ans, les consommateurs belges accordent plus d'importance à leur durée de vie qu'à leur prix (Graphique 4). Ils sont aussi plus attentifs que les autres européens au fait que le produit soit réparable en cas de panne (47% des répondants, seuls les Hollandais font mieux avec 55% d'entre eux citant cela comme un critère important lors de l'achat). Ainsi, les consommateurs belges sont 56% à préférer réparer leur appareil lorsque la réparation ne coûte pas plus de 20% du prix d'un nouvel appareil. Cependant, si la réparation coûte plus cher, une majorité préférera acheter un appareil neuf. Le type de bien est évidemment important à cet égard : les consommateurs sont plus nombreux à faire réparer un vélo ou un électroménager qu'un meuble ou un vêtement. Plus étonnamment, pour les produits électroniques comme les smartphones, deux fois plus (45%) de consommateurs ont préféré jeter ou recycler leur téléphone en cas de panne au cours de l'année écoulée plutôt que de le faire réparer.

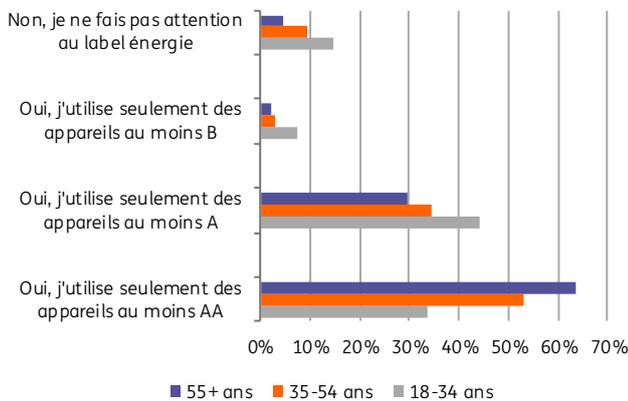
En Belgique, la consommation d'électricité est un important facteur de décision d'achat

Enfin, notre enquête s'est également attardée sur la puissance des labels en Belgique. Il se fait que 90% des répondants à notre enquête accorde une importance au label énergétique des appareils qu'ils achètent. On constate cependant que cette proportion est plus faible chez les jeunes (Graphique 5) qui ne sont que un sur trois à utiliser des appareils avec un label d'au moins AA, contre deux tiers des 55 ans et plus.

75% des Belges savent en effet ce que leur coûte l'électricité, même si seuls 45% savent approximativement à combien se monte leur consommation en kilowatts. Ainsi, 45% des répondants disent vérifier leur consommation après l'achat d'un appareil important. Les labels sont donc devenus une part importante du quotidien des Belges. De même, s'ils devaient changer de source d'énergie demain, 32% des répondants indiquent souhaiter une source d'énergie plus verte (contre 13% qui souhaitent une source d'énergie moins chère, les autres restant indécis ou ne souhaitant pas changer de source d'énergie). A cet égard, la source d'énergie idéale en Belgique reste le gaz naturel pour 52% des répondants

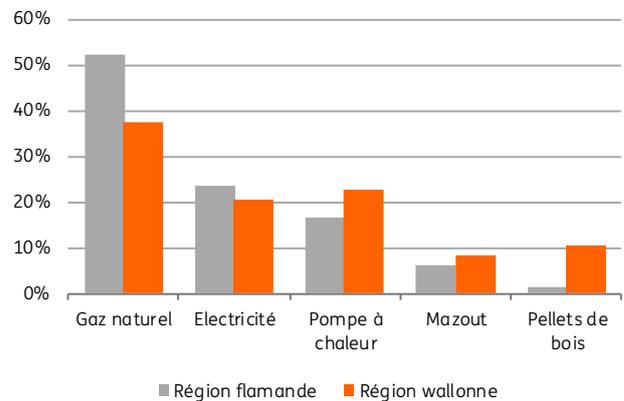
Flamands et 37,5% des Wallons. Les pellets de bois et les pompes à chaleur sont nettement plus populaires au sud du pays (Graphique 6).

Gr 5 Le label énergétique : un facteur d'achat important, mais moins pour les jeunes



Source: ING International Survey 2019

Gr 6 Sources d'énergie préférées en Belgique



Source: ING International Survey 2019

Encadré 1 La production d'emballages plastiques

Une récente étude d'ING² a montré le plastique est omniprésent dans notre vie quotidienne. Les entreprises européennes transforment chaque année plus de 50 milliards de kilos de plastique pour toutes sortes d'applications telles que l'emballage et les matériaux de construction. On estime que plus de 8 milliards de kilos sont utilisés pour l'emballage des aliments et des boissons, ce qui équivaut au poids de 8 millions de voitures. Le plastique est un matériau indispensable pour les fabricants de produits alimentaires et les supermarchés. Comparé à d'autres matériaux d'emballage, comme le carton, les boîtes de conserve ou le verre, le plastique est léger, flexible et peu coûteux. Il contribue également à la sécurité alimentaire et à la durée de conservation des aliments et offre une facilité de transport et d'utilisation des produits.

Il y a cependant des inconvénients à sa popularité. Les emballages en plastique contribuent aux problèmes environnementaux. Ils sont fabriqués à partir de pétrole et de gaz et se décomposent à peine lorsqu'ils finissent dans l'environnement sous forme de déchets. En Europe, les emballages représentent 60 % de tous les déchets plastiques. Au Benelux, 30 kilogrammes de déchets d'emballages plastiques sont produits par personne et par an pour 33 kilogrammes en France et la quantité totale de déchets d'emballages plastiques en Europe est en hausse. Parce qu'une partie seulement des déchets est recyclée, des matières premières précieuses sont perdues et l'incinération des déchets plastiques pour la production d'énergie conduit, entre autres, à des émissions de CO₂.

Selon cette étude d'ING, le nombre total d'emballages plastiques va encore augmenter dans les années à venir. Dans la plupart des pays européens, la population augmente et l'utilisation d'emballages par personne augmente également. Cela s'explique par l'évolution des comportements de consommation, comme l'augmentation de l'utilisation des produits de consommation courante (par exemple, les fruits et légumes pré-coupés). La demande de petits emballages augmente également en raison de l'augmentation du nombre de ménages monoparentaux. En raison de l'augmentation du nombre...

² Par Thijs Geijer, Economiste Senior d'ING à Amsterdam, [téléchargeable ici](#) (aussi disponible prochainement en anglais)

d'emballages en plastique (à usage unique), les problèmes liés au plastique deviennent de plus en plus apparents.

En raison de l'impact sur l'environnement et du sentiment négatif des consommateurs à l'égard du plastique, de plus en plus de fabricants et de détaillants alimentaires s'efforcent cependant d'obtenir moins de matériaux d'emballage ou de meilleurs emballages plastiques. Le secteur alimentaire peut réduire la quantité de plastique nécessaire de diverses manières, promouvoir le recyclage et réduire l'impact environnemental des emballages. Il peut s'agir, par exemple, d'alléger les emballages, d'utiliser des matériaux recyclés ou biologiques ou d'omettre l'emballage (à condition toutefois que cela n'entraîne pas une augmentation des déchets alimentaires). Aucune solution unique ne suffit à elle seule à résoudre le problème du plastique, ce qui rend les combinaisons nécessaires. L'étude en examine quelques-unes.

Disclaimer

Cette publication a été préparée par la division d'analyse économique et financière de ING Belgique S.A. ("ING") exclusivement à titre d'information, sans tenir compte des objectifs d'investissement, de la situation financière ou des moyens d'un utilisateur en particulier. Les informations dans cette publication ne constituent ni une recommandation de placement, ni un conseil fiscal, juridique ou en investissement, ni une offre ou une incitation à acheter ou vendre des instruments financiers. Même si toutes les précautions ont été prises pour assurer que les informations contenues dans ce document ne soient ni erronées, ni trompeuses au moment de la publication, ING ne peut pas garantir l'exhaustivité ni l'exactitude des informations communiqués par des tiers. ING ne peut pas être tenue pour responsable d'éventuelles pertes directes ou indirectes suite à l'utilisation de cette publication, sauf faute grave. Les opinions, prévisions ou estimations sont uniquement celles du ou des auteurs à la date de la publication et peuvent être modifiées sans préavis, sauf indication contraire.

La distribution de cette publication peut faire l'objet de restrictions légales ou réglementaires dans certains états et les personnes qui entrent en possession de celle-ci doivent se renseigner à propos de ces restrictions et les respecter.

Cette publication est soumise à la protection du copyright et des droits des bases de données et ne peut être reproduite, distribuée ou publiée par quiconque, quel que soit l'objectif, sans l'accord préalable explicite et écrit de ING. Tous les droits sont réservés. L'entité juridique responsable de la publication ING Belgique S.A. est agréée par la Banque Nationale de Belgique et est supervisée par la Banque Centrale Européenne (BCE), la Banque Nationale de Belgique (BNB) et l'Autorité des Services et Marchés Financiers (FSMA) . ING Belgique S.A. est enregistrée en Belgique (n° 0403.200.393) au registre des personnes morales de Bruxelles

À l'attention des investisseurs américains : toute personne qui souhaite discuter de cette publication ou effectuer des transactions dans un titre mentionné dans ce document doit prendre contact avec ING Financial Markets LLC, qui est membre de la NYSE, la FINRA et la SIPC et qui fait partie de ING, et qui a accepté la responsabilité de la distribution de ce document aux États-Unis conformément aux dispositions en vigueur.

Editeur responsable : Peter Vanden Houte, Avenue Marnix 24, 1000 Bruxelles, Belgique.