



Les HABITUDES des Français en matière de CONSOMMATION, de TRI et de RECYCLAGE des Textiles d'habillement, du Linge de maison et des Chaussures (TLC)

JUILLET 2018



Sommaire

MÉTHODOLOGIE	3
SYNTHÈSE	5
EN CONCLUSION	14
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	16





1 000 personnes interrogées, représentatives de la population française

(méthode des quotas : sexe, âge, PCS (professions et catégories socioprofessionnelles), Régions UDA 5 – Implémentation d'un redressement statistique afin d'être parfaitement représentatif)



Interrogation par Internet (panel) du 9 au 12 avril 2018

L'ensemble des résultats est arrondi au nombre entier le plus proche. Ce jeu des arrondis peut conduire à un léger écart en termes de sous-totaux (Très satisfait + Assez satisfait, sous-total Oui...).

Toutes les questions ont été triées par les variables suivantes : Sexe - Âge - PCS (Professions et Catégories Socioprofessionnelles – Régions UDA 5).

Tous les résultats sont présentés en % redressés et les bases répondants sont présentées en effectifs bruts.

Un test de significativité statistique a été implémenté pour mettre en évidence les différences statistiquement significatives de chaque type de variables de croisement par rapport aux résultats globaux.

Dès qu'une base est inférieure à 30 répondants, les résultats sont à analyser avec prudence.



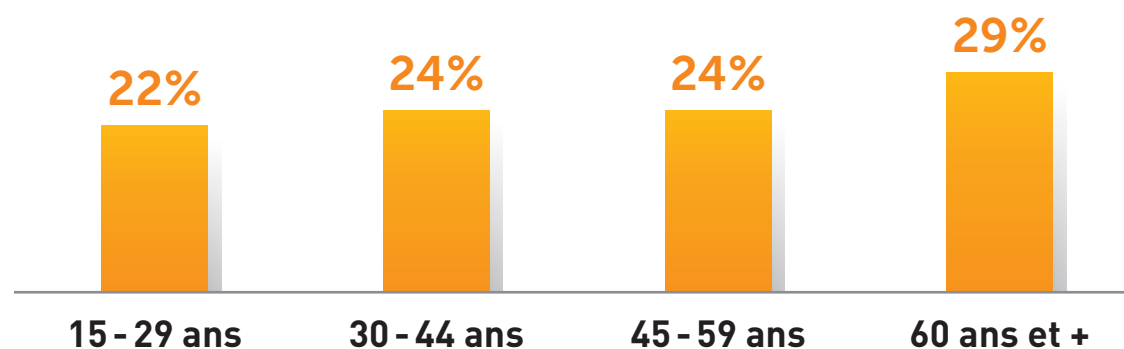
Symbole pour mentionner les bases <30 répondants.

Échantillon

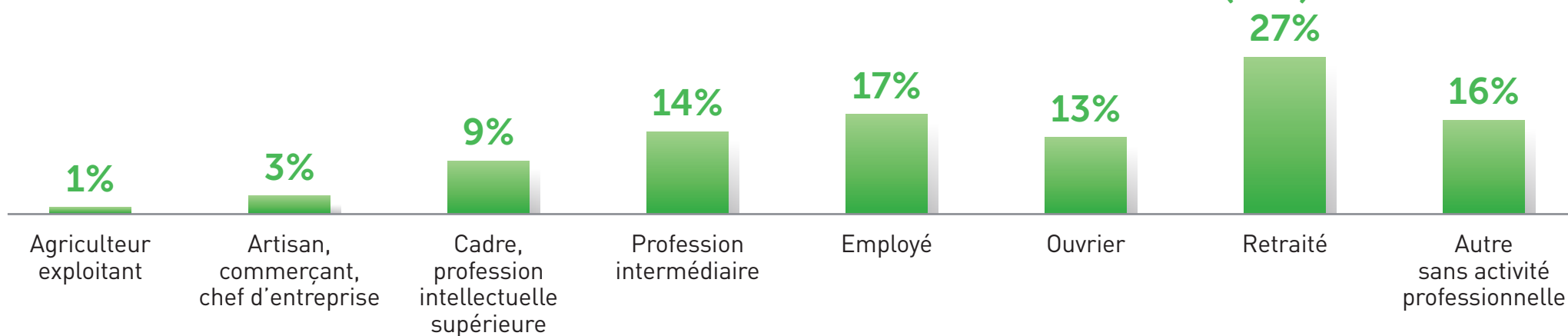
SEXE



ÂGE



PROFESSIONS ET CATÉGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES (PCS)





Les HABITUDES des Français en matière de CONSOMMATION,
de TRI et de RECYCLAGE des Textiles d'habillement,
du Linge de maison et des Chaussures (TLC)

SYNTHÈSE

Un changement des comportements



Près de **8 Français sur 10** (78%)

ONT le sentiment d'avoir **CHANGÉ LEUR FAÇON DE CONSOMMER** les Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures (TLC).

Un constat renforcé parmi les 45-59 ans et les PCS +

Quels sont les gestes éco-responsables pratiqués par les Français ?



**Le tri
des placards**

78% des Français
(++ femmes, Sud Est)



**Donner
une 2^{ème} vie
aux produits**

(réparation, vente, dons...)

77% des Français

(++ femmes, 45-59 ans,
Sans activité pro.)



**Acheter
uniquement quand
le besoin est réel**

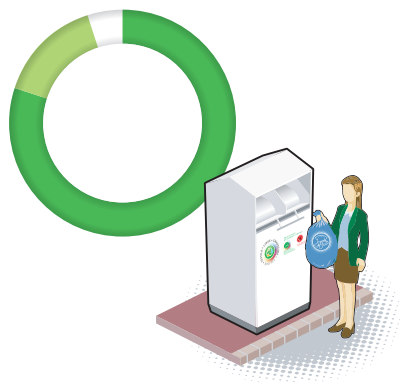
72% des Français

(++ hommes, 45 ans et plus)

Un haut niveau de connaissance et d'utilisation des points d'apport

Conteneurs sur voie publique

95%
de notoriété
80%
d'utilisation



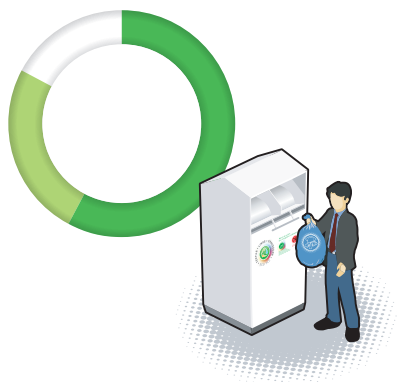
Associations, ressourceries

85%
de notoriété
56%
d'utilisation



Conteneurs en déchèterie

83%
de notoriété
58%
d'utilisation



Collectes en magasin

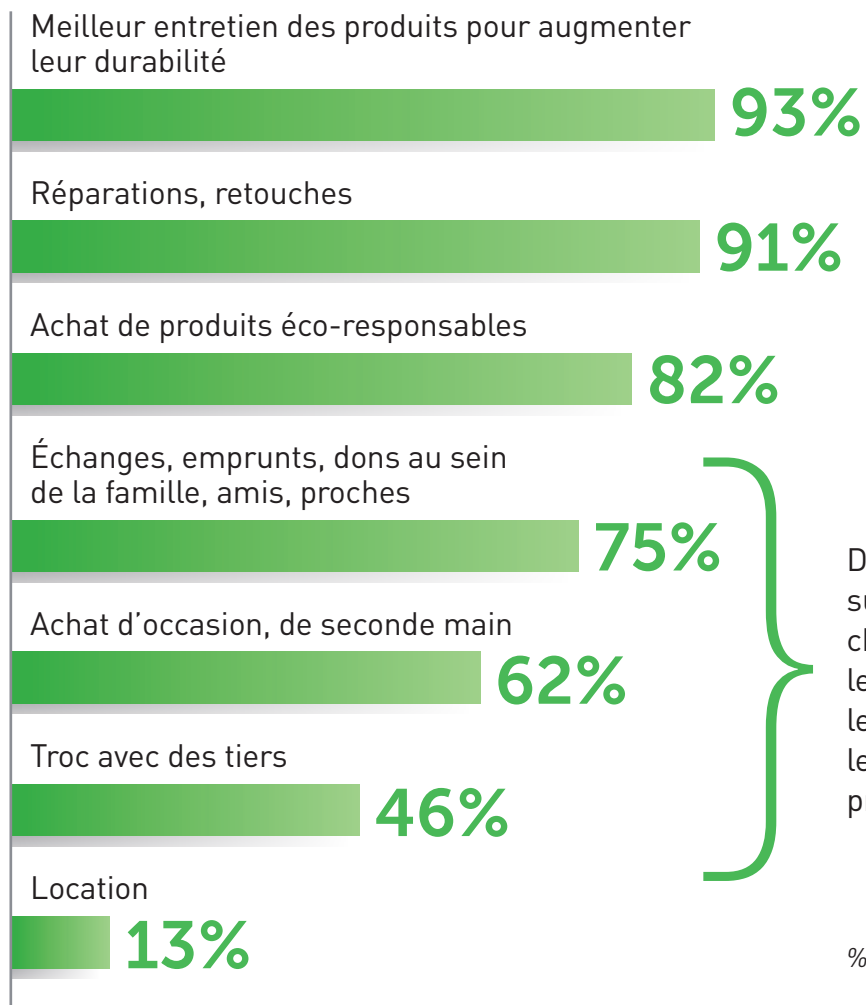
73%
de notoriété
34%
d'utilisation



Les femmes et les moins de 30 ans sont moins avertis en matière de conteneurs, qu'ils soient sur voie publique ou en déchèterie. Quant aux collectes en magasin, elles sont plus prisées par les plus jeunes (moins de 30 ans).

D'un point de vue régional, les points d'apport sont globalement moins connus et moins utilisés dans le Sud Est, à l'inverse du Nord Est qui semble la région la plus connaissante et utilisatrice.

Pratiques déclarées : un meilleur entretien des produits, des réparations et des retouches



Des pratiques surreprésentées chez les femmes, les moins de 45 ans, les PCS -, les sans activités professionnelles

% de temps en temps + souvent



Faire des économies est la motivation principale des Français (96%) dans leurs pratiques de réparation, d'échange, d'emprunt, d'achat d'occasion ou de location

Pratiques déclarées : un meilleur entretien des produits, des réparations et des retouches (suite)



62% d'achats d'occasion

...essentiellement des textiles d'habillement (femmes, hommes, enfants)...

qui se font majoritairement :

- **en vide-greniers et brocantes**
(74 % des acheteurs d'occasion)

- **sur Internet**
(48 % des acheteurs d'occasion ;
57 à 62 % des moins de 45 ans ;
les retraités en retrait, 22 %)



38% n'achètent pas d'occasion

Quels sont les freins à cette pratique ?

- **Attachement aux produits neufs, de 1^{ère} main**
(73 % des non-acheteurs d'occasion)
- **Doutes sur l'hygiène des produits**
(73 % des non-acheteurs d'occasion)
- **Doutes sur la qualité des produits**
(45 % des non-acheteurs d'occasion ;
54 % des moins de 30 ans)





n'ont jamais loué et/ou troqué des TLC

Pourquoi ?

→ **Doutes sur l'hygiène des produits**

(65 % de citations, 70 % parmi les + de 60 ans)

→ **Appétence pour la possession,
sans partage avec d'autres utilisateurs**

(50 % de citations)

→ **Pratique qui n'est pas encore ancrée
dans les mœurs**

(50 % de citations)



86% des Français trient leurs TLC inutilisés pour s'en débarrasser et/ou les gardent "au cas où"

Ces pratiques de tri sont plus ancrées chez les femmes et les PCS +.
Le stockage est plus présent parmi les plus jeunes (moins de 30 ans).
Plusieurs réponses possibles.

- **42% trient (uniquement)**
- **36% trient et gardent "au cas où"**
- **8% gardent "au cas où" (uniquement)**



QUE TRIE-T-ON ?

Chaussures (80 %),
vêtements femmes (79 %)
et vêtements hommes (72 %),
linge de maison (40 %),
vêtements enfants (34 %)



À QUELLE FRÉQUENCE ?

2 fois par an ou plus
dans près de 7 cas sur 10
(++ femmes)



POURQUOI TRIE-T-ON ?

Pour faire de la place dans
les placards (79% des citations ;
++ femmes et moins de 30 ans)

QU'EN FAIT-ON ?

Dépôt dans un conteneur sur voie publique

(72% de citations ; ++ 30-44 ans)



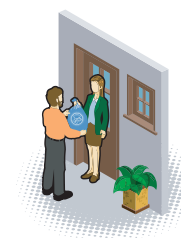
Dépôt à des associations, des ressourceries

(62% de citations ; ++ femmes)



Dons à la famille, aux amis

(55% de citations ; ++ femmes,
moins de 45 ans)



Une bonne connaissance des Français sur l'engagement des marques dans l'économie circulaire



2 Français sur 3 ont cité spontanément une marque parmi lesquelles :



Les Français les moins avertis
sont les 60 ans et plus, les retraités et
les Français résidant dans le Sud-Est
(41 à 43 % n'ont pas su citer de marques
engagées vs 34 % au global).

H&M est la marque la plus citée :
18%, et plus encore par les femmes,
les moins de 30 ans, les sans activité pro.
et les Français résidant en Île-de-France
(23 à 30 %).

Les produits TLC qui intègrent de la matière recyclée connus par près de...



8 Français sur 10

mais encore peu achetés (par 3 Français sur 10)

(++ moins de 45 ans et PCS +)

Le coup de cœur prime, avant toute chose,
dans l'achat d'un TLC intégrant de la matière recyclée

que ce soit auprès des acheteurs ou des non-acheteurs
(vecteur d'incitation d'achat).



**QU'ACHÈTE-T-ON
COMME PRODUIT INTÉGRANT
DE LA MATIÈRE RECYCLÉE ?**

T-Shirts, polos, chemises, chaussures,
articles en polaire

QUELLES MARQUES ONT ÉTÉ ACHETÉES ?

DECATHLON

H&M

NIKE

Auchan

KIABI

HOPAAL

adidas

patagonia

PUMA

ZARA

En conclusion...

1 Un sentiment de **changement des habitudes de consommation** qui passe par une **consommation plus responsable**, davantage de **tri** et de **recyclage** mais également par une **2ème vie des produits** : des réparations, des retouches, de la vente, de la revente.



2 Les **achats d'occasion**, le **troc** ou encore la **location** sont des **pratiques** qui sont **encore freinées** par les doutes des Français sur **l'hygiène des produits** leur **appétence** et leur **attachement pour les produits neufs** et la possession.

En conclusion...



3

Des **points d'apport bien connus** des Français et une **prépondérance des conteneurs** et particulièrement de ceux sur la voie publique.

La **collecte en magasin**, si elle bénéficie d'une bonne notoriété, doit encore **faire sa place en termes d'utilisation**.

4

Les Français ont une **connaissance relative des marques engagées dans l'économie circulaire** : 2/3 ont su citer une marque.

Ils sont également **avertis en matière de produits TLC qui intègrent de la matière recyclée** même s'ils ne sont **que 30 % à en avoir déjà achetés**.





Les HABITUDES des Français en matière de CONSOMMATION,
de TRI et de RECYCLAGE des Textiles d'habillement,
du Linge de maison et des Chaussures (TLC)

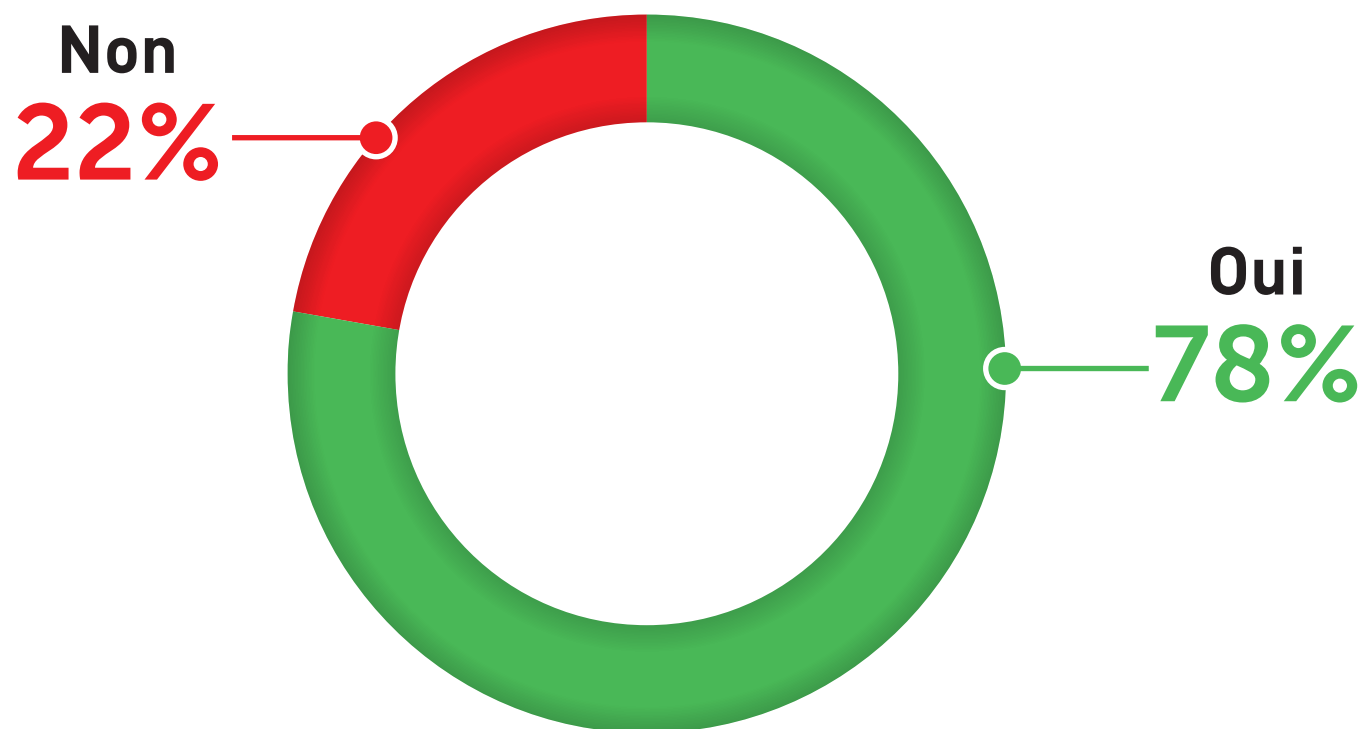
RÉSULTATS DÉTAILLÉS

JUILLET 2018

Évolution des habitudes de consommation vis-à-vis des Textiles, Linge de maison et Chaussures (TLC)

Q5. Tout d'abord, au cours des dernières années, avez-vous le sentiment d'avoir changé votre façon d'acheter, d'utiliser, de recycler, de jeter vos vêtements, vos chaussures, votre linge de maison ?

Base Ensemble = 1 000 répondants



Résultats par sexe, âge, PCS et région de résidence

Q5. Tout d'abord, au cours des dernières années, avez-vous le sentiment d'avoir changé votre façon d'acheter, d'utiliser, de recycler, de jeter vos vêtements, vos chaussures, votre linge de maison ?

Base Ensemble = 1 000 répondants

	TOTAL	SEXE		ÂGE			
		Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
% OUI	78%	77%	78%	76%	77%	83%	75%
Total répondants	1 000	487	513	221	240	245	294

	TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
		PCS +	PCS -	Retraité	Autre sans activité professionnelle	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
% OUI	78%	85%	78%	74%	77%	80%	78%	74%	80%	76%
Total répondants	1 000	135	433	269	163	185	225	229	249	112

Modalités de changement des habitudes à l'égard des TLC



78% des Français
ont le sentiment d'avoir changé
leurs habitudes de consommation
vis-à-vis des Textiles d'habillement,
Linge de maison et Chaussures

Q6. De quelle(s) manière(s) cela se traduit-il ?

Plusieurs réponses possibles. Base à ceux
qui ont le sentiment d'avoir changé leurs usages
et attitudes vis-à-vis des TLC = 780 répondants

Résultats > 5%

Une consommation plus responsable et raisonnée

27%

Plus de tri et de recyclage des TLC

26%

Plus de tri et de recyclage en général

18%

La vente, revente (de vêtements...)

13%

Le don (de vêtements...)

13%

Plus de tri et de recyclage des déchets

12%

L'achat de produits d'occasion

8%

Le fait de conserver et d'utiliser les TLC plus longtemps

6%

Par une volonté d'économies

6%

Privilégier les achats sur Internet et sites de particulier à particulier

6%

Modalités de changement des habitudes à l'égard des TLC (suite)

Q6. De quelle(s) manière(s) cela se traduit-il ?

Plusieurs réponses possibles. Base à ceux qui ont le sentiment d'avoir changé leurs usages et attitudes vis-à-vis des TLC = 780 répondants
Résultats > 5%

	TOTAL	SEXE		ÂGE			
		Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
Une consommation plus responsable et raisonnée	27%	28%	27%	32%	28%	22%	27%
Plus de tri et de recyclage des TLC	26%	24%	29%	21%	21%	30%	31%
Plus de tri et recyclage en général	18%	17%	20%	14%	22%	17%	20%
La vente, revente (de vêtements...)	13%	8%	18%	14%	14%	15%	10%
Le don (de vêtements...)	13%	9%	18%	11%	13%	15%	14%
Plus de tri et recyclage des déchets	12%	14%	9%	11%	14%	14%	9%
L'achat de produits d'occasion	8%	6%	10%	9%	7%	12%	6%
Le fait de conserver et d'utiliser les TLC plus longtemps	6%	7%	6%	5%	7%	1%	12%
Par une volonté de faire des économies	6%	5%	6%	5%	2%	8%	6%
Privilégier les achats sur internet et sites de particulier à particulier	6%	8%	3%	6%	5%	6%	5%
Total répondants	780	378	402	167	187	204	222

Modalités de changement des habitudes à l'égard des TLC (suite)

Q6. De quelle(s) manière(s) cela se traduit-il ?

Plusieurs réponses possibles. Base à ceux qui ont le sentiment d'avoir changé leurs usages et attitudes vis-à-vis des TLC = 780 répondants
Résultats > 5%

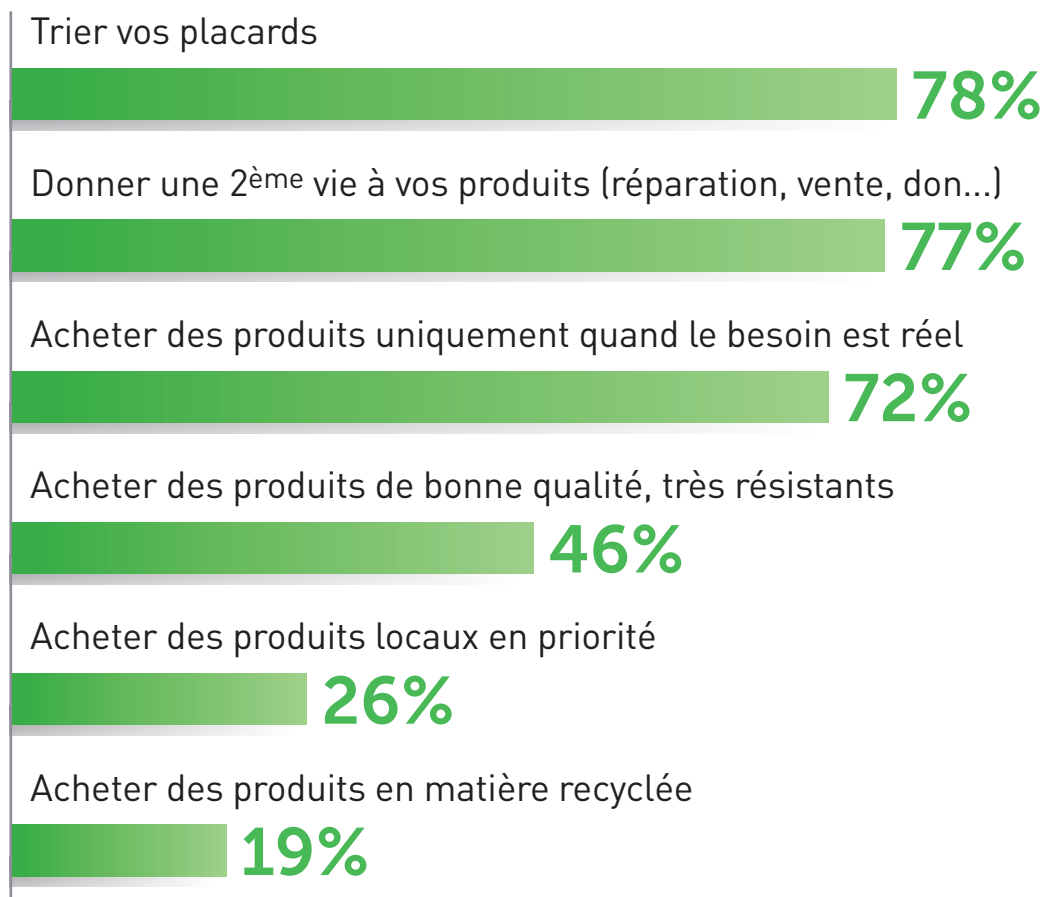
	TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
		PCS +	PCS -	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Une consommation plus responsable et raisonnée	27%	27%	27%	25%	31%	29%	26%	27%	28%	25%
Plus de tri et de recyclage des TLC	26%	19%	27%	32%	22%	25%	24%	26%	29%	27%
Plus de tri et recyclage en général	18%	19%	18%	19%	17%	17%	25%	15%	15%	21%
La vente, revente (de vêtements...)	13%	19%	12%	9%	19%	16%	16%	11%	12%	10%
Le don (de vêtements...)	13%	15%	12%	13%	17%	18%	12%	9%	13%	17%
Plus de tri et recyclage des déchets	12%	9%	13%	10%	13%	12%	9%	13%	12%	12%
L'achat de produits d'occasion	8%	6%	9%	7%	13%	5%	10%	8%	9%	12%
Le fait de conserver et d'utiliser les TLC plus longtemps	6%	8%	3%	12%	5%	7%	7%	8%	4%	7%
Par une volonté de faire des économies	6%	3%	6%	8%	5%	4%	11%	4%	5%	2%
Privilégier les achats sur internet et sites de particulier à particulier	6%	6%	5%	5%	7%	5%	5%	5%	7%	5%
Total répondants	780	114	341	199	126	151	175	170	199	85

Gestes éco-responsables pratiqués

Q7. Quels sont tous les gestes éco-responsables que vous pratiquez en matière de Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ensemble = 1 000 répondants

Résultats > 5%



Q7. Quels sont tous les gestes éco-responsables que vous pratiquez en matière de Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ensemble = 1 000 répondants

Résultats > 5%

	TOTAL	SEXE		ÂGE			
		Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
Trier vos placards	78%	71%	85%	79%	79%	79%	77%
Donner une deuxième vie à vos produits (réparation, vente, don...)	77%	70%	85%	75%	76%	83%	75%
Acheter des produits uniquement quand le besoin est réel	72%	75%	68%	60%	73%	77%	76%
Acheter des produits de bonne qualité, très résistants	46%	50%	42%	44%	49%	50%	40%
Acheter des produits locaux en priorité	26%	24%	27%	14%	26%	28%	32%
Acheter des produits en matière recyclée	19%	16%	22%	20%	19%	21%	18%
Total répondants	1 000	487	513	221	240	245	294

Q7. Quels sont tous les gestes éco-responsables que vous pratiquez en matière de Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ensemble = 1 000 répondants

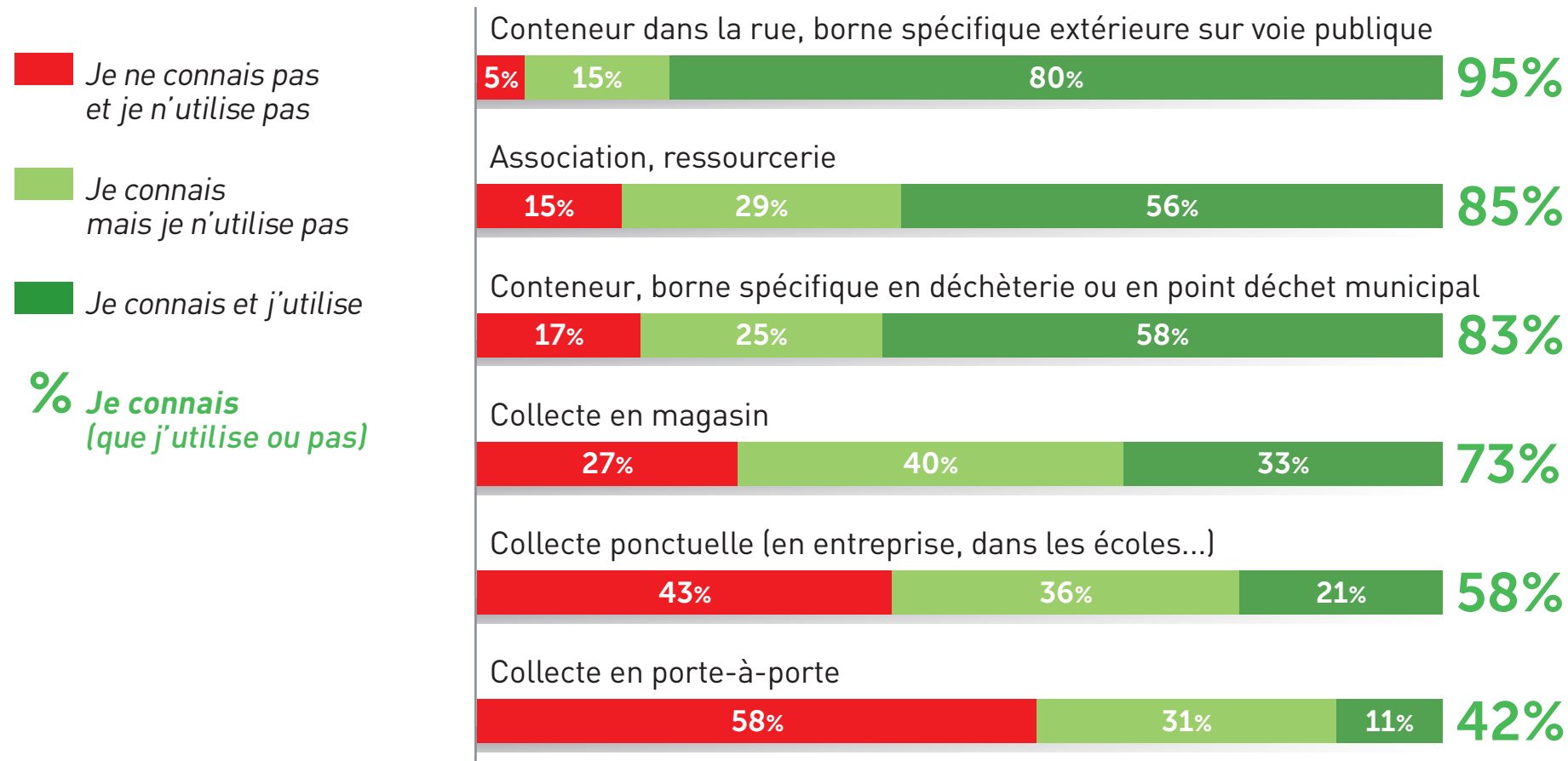
Résultats > 5%

	TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
		PCS +	PCS -	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Trier vos placards	78%	76%	78%	78%	82%	78%	75%	78%	83%	77%
Donner une deuxième vie à vos produits (réparation, vente, don...)	77%	79%	75%	76%	86%	76%	80%	79%	76%	77%
Acheter des produits uniquement quand le besoin est réel	72%	68%	74%	75%	63%	76%	71%	72%	68%	72%
Acheter des produits de bonne qualité, très résistants	46%	48%	48%	39%	48%	52%	48%	45%	40%	44%
Acheter des produits locaux en priorité	26%	33%	23%	32%	17%	25%	28%	24%	25%	26%
Acheter des produits en matière recyclée	19%	18%	20%	17%	24%	28%	22%	17%	17%	12%
Total répondants	1 000	135	433	269	163	185	225	229	249	112

Connaissance et utilisation des solutions de dépôt des TLC (1/2)

Q8. Connaissez-vous et utilisez-vous les solutions suivantes de dépôt de Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures ?

Base Ensemble = 1 000 répondants



Q8. Connaissez-vous et utilisez-vous les solutions suivantes de dépôt de Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures ?

Base Ensemble = 1 000 répondants

		TOTAL	SEXE		ÂGE			
			Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
Conteneur dans la rue, borne spécifique extérieure sur voie publique	Connais	95%	98%	94%	94%	97%	95%	96%
	Connais et utilise	80%	82%	77%	74%	82%	82%	80%
Association, ressourcerie	Connais	85%	84%	85%	89%	85%	84%	83%
	Connais et utilise	56%	50%	61%	52%	59%	54%	57%
Conteneur, borne spécifique en déchèterie ou en point déchet municipal	Connais	83%	86%	81%	81%	80%	85%	85%
	Connais et utilise	58%	60%	57%	48%	58%	62%	64%
Collecte en magasin	Connais	73%	73%	73%	82%	72%	71%	69%
	Connais et utilise	34%	30%	37%	43%	30%	39%	26%
Collecte ponctuelle (en entreprise, dans les écoles...)	Connais	58%	60%	55%	74%	58%	55%	47%
	Connais et utilise	22%	21%	22%	27%	27%	22%	14%
Collecte en porte-à-porte	Connais	42%	44%	41%	48%	39%	42%	41%
	Connais et utilise	11%	10%	12%	11%	11%	12%	10%
Total répondants		1 000	487	513	221	240	245	294

Q8. Connaissez-vous et utilisez-vous les solutions suivantes de dépôt de Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures ?

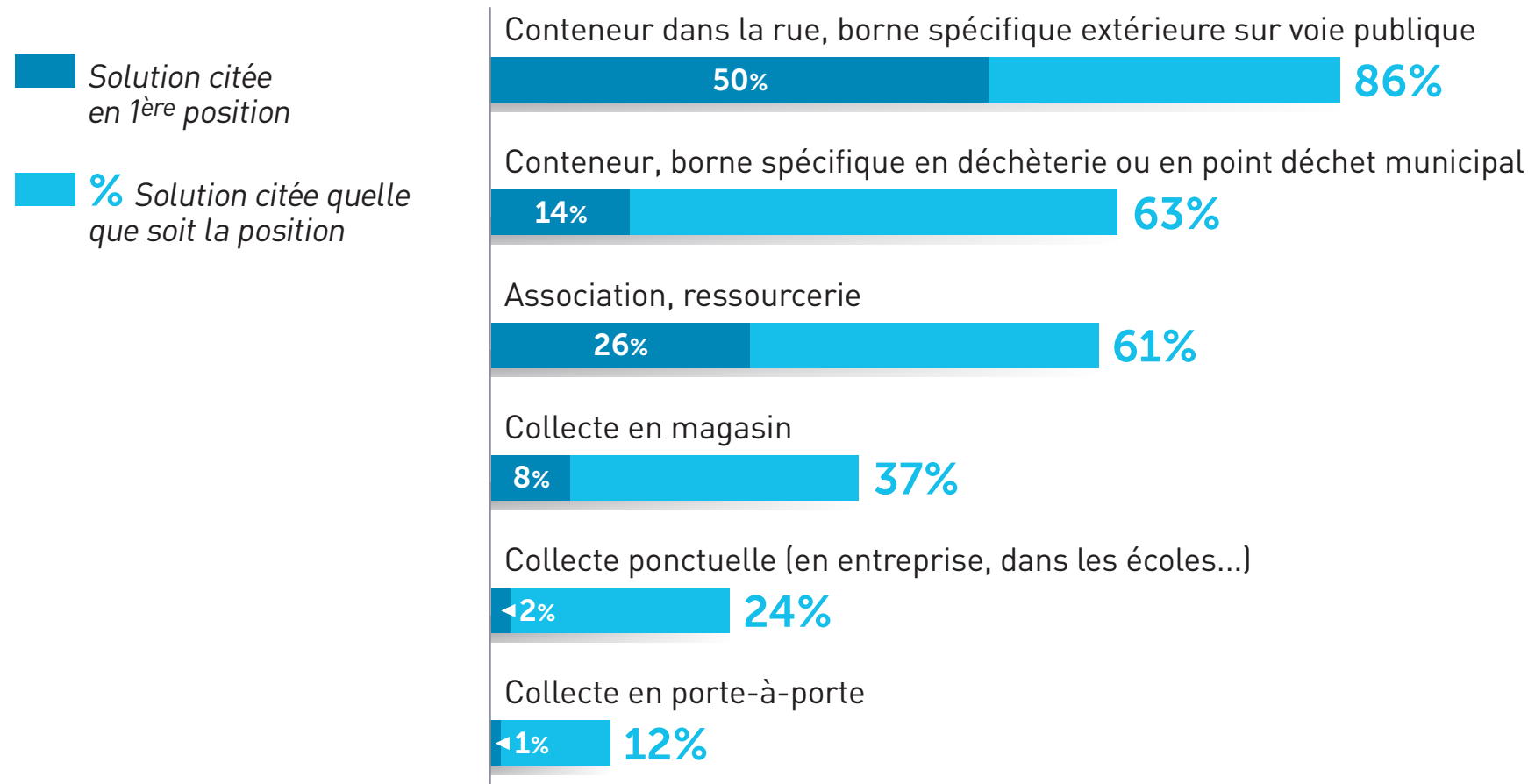
Base Ensemble = 1 000 répondants

		TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
			PCS +	PCS –	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Conteneur dans la rue, borne spécifique extérieure sur voie publique	Connais	95%	98%	96%	97%	90%	98%	95%	95%	94%	97%
	Connais et utilise	80%	82%	81%	80%	72%	77%	79%	83%	77%	82%
Association, ressourcerie	Connais	85%	81%	85%	85%	88%	86%	84%	86%	84%	85%
	Connais et utilise	56%	58%	55%	57%	54%	52%	58%	57%	55%	58%
Conteneur, borne spécifique en déchèterie ou en point déchet municipal	Connais	83%	82%	94%	86%	77%	79%	88%	86%	79%	80%
	Connais et utilise	58%	52%	61%	65%	45%	46%	68%	62%	56%	55%
Collecte en magasin	Connais	73%	76%	74%	69%	76%	73%	77%	76%	67%	72%
	Connais et utilise	34%	33%	35%	26%	42%	37%	38%	35%	27%	32%
Collecte ponctuelle (en entreprise, dans les écoles...)	Connais	58%	65%	59%	46%	66%	64%	57%	57%	53%	60%
	Connais et utilise	22%	23%	25%	14%	26%	25%	22%	20%	19%	27%
Collecte en porte-à-porte	Connais	42%	44%	42%	41%	43%	48%	52%	39%	34%	37%
	Connais et utilise	11%	11%	11%	11%	10%	14%	15%	10%	8%	5%
Total répondants		1 000	135	423	269	163	185	225	229	249	112

Connaissance et utilisation des solutions de dépôt des TLC (2/2)

Q9. Parmi les solutions de dépôt que vous utilisez, quelles sont celles que vous pratiquez le plus souvent, de la plus utilisée à la moins utilisée ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux qui utilisent au moins une solution de dépôt = 923 répondants



Q9. Parmi les solutions de dépôt que vous utilisez, quelles sont celles que vous pratiquez le plus souvent, de la plus utilisée à la moins utilisée ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux qui utilisent au moins une solution de dépôt = 923 répondants

		TOTAL	SEXE		ÂGE			
			Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
Conteneur dans la rue, borne spécifique extérieure sur voie publique	Total citée	86%	89%	83%	81%	91%	87%	86%
	Citée en 1 ^{er}	50%	54%	46%	45%	57%	47%	49%
Conteneur, borne spécifique en déchèterie ou en point déchet municipal	Total citée	63%	65%	61%	53%	64%	65%	69%
	Citée en 1 ^{er}	14%	17%	11%	16%	9%	16%	15%
Association, ressourcerie	Total citée	61%	55%	66%	58%	65%	58%	61%
	Citée en 1 ^{er}	26%	21%	30%	23%	24%	26%	29%
Collecte en magasin	Total citée	37%	32%	41%	47%	33%	41%	27%
	Citée en 1 ^{er}	8%	6%	11%	13%	7%	10%	5%
Collecte ponctuelle (en entreprise, dans les écoles...)	Total citée	24%	23%	24%	30%	30%	23%	15%
	Citée en 1 ^{er}	2%	2%	2%	4%	3%	0,3%	1%
Collecte en porte-à-porte	Total citée	12%	11%	13%	12%	12%	13%	11%
	Citée en 1 ^{er}	1%	0,4%	1%	–	1%	1%	1%
Total répondants		923	450	473	200	218	231	274

Q9. Parmi les solutions de dépôt que vous utilisez, quelles sont celles que vous pratiquez le plus souvent, de la plus utilisée à la moins utilisée ?

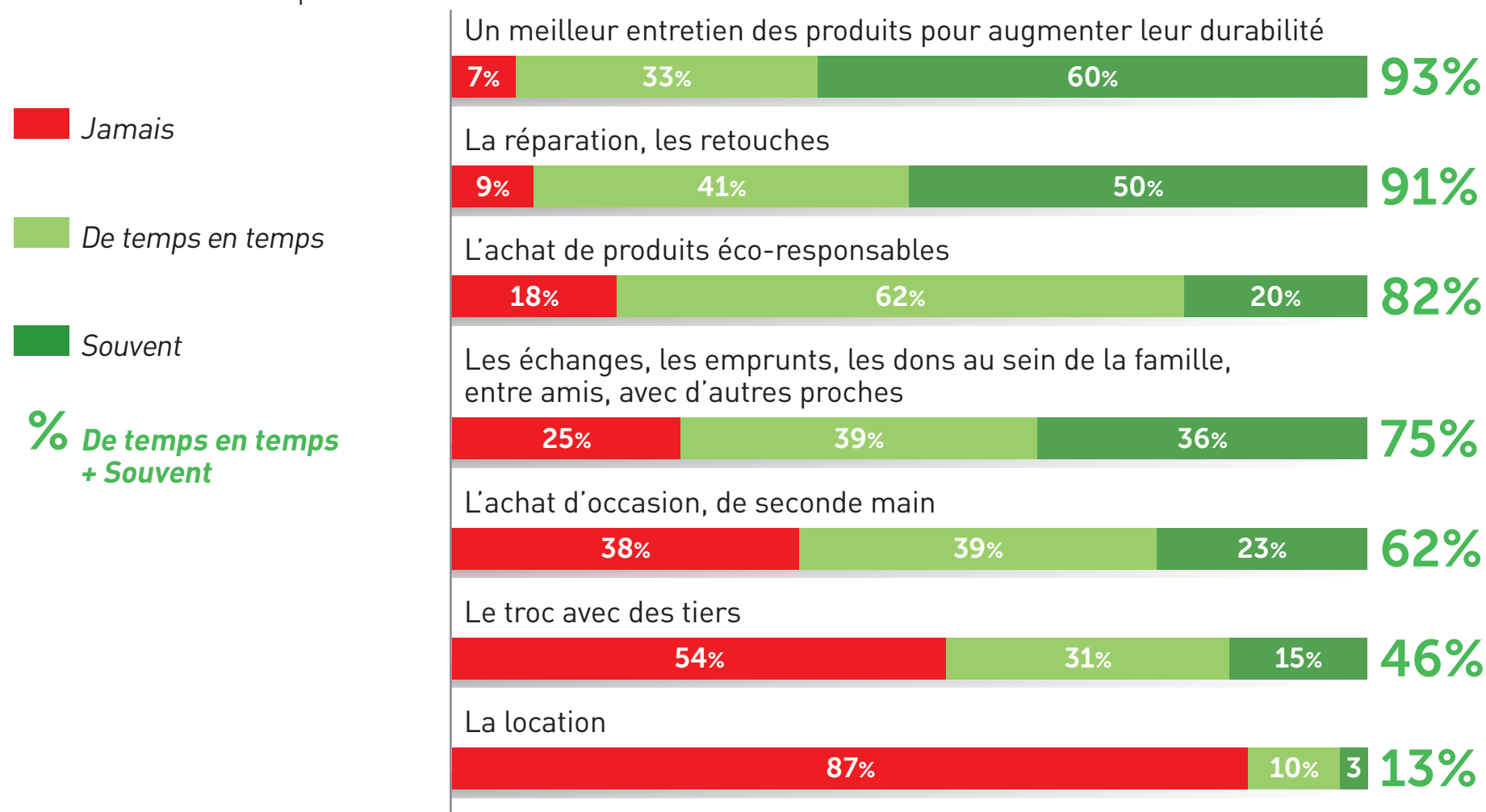
Plusieurs réponses possibles - Base Ceux qui utilisent au moins une solution de dépôt = 923 répondants

		TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
			PCS +	PCS –	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Conteneur dans la rue, borne spécifique extérieure sur voie publique	Total citée	86%	89%	89%	85%	79%	84%	85%	90%	83%	90%
	Citée en 1 ^{er}	50%	54%	50%	49%	47%	47%	48%	57%	49%	46%
Conteneur, borne spécifique en déchèterie ou en point déchet municipal	Total citée	63%	57%	67%	69%	49%	50%	73%	68%	61%	60%
	Citée en 1 ^{er}	14%	10%	15%	16%	12%	10%	19%	13%	13%	15%
Association, ressourcerie	Total citée	61%	63%	60%	61%	59%	56%	62%	62%	60%	63%
	Citée en 1 ^{er}	26%	19%	26%	28%	26%	27%	23%	20%	30%	30%
Collecte en magasin	Total citée	37%	35%	39%	28%	46%	40%	41%	37%	30%	35%
	Citée en 1 ^{er}	8%	11%	8%	6%	12%	10%	8%	9%	8%	7%
Collecte ponctuelle (en entreprise, dans les écoles...)	Total citée	24%	25%	27%	15%	28%	27%	24%	21%	21%	29%
	Citée en 1 ^{er}	2%	5%	1%	1%	2%	3%	2%	1%	1%	2%
Collecte en porte-à-porte	Total citée	12%	12%	12%	12%	11%	15%	16%	11%	9%	6%
	Citée en 1 ^{er}	1%	2%	1%	1%	–	2%	1%	–	0,4%	–
Total répondants		923	126	395	253	149	171	208	212	229	103

Pratiques à l'égard des TLC

Q10. Parmi les usages suivants à l'égard des vêtements, linge de maison et chaussures, quels sont ceux que vous réalisez et à quelle fréquence ?

Base Ensemble = 1 000 répondants



Q10. Parmi les usages suivants à l'égard des vêtements, linge de maison et chaussures, quels sont ceux que vous réalisez et à quelle fréquence ?

Base Ensemble = 1 000 répondants

% De temps en temps + Souvent	TOTAL	SEXE		ÂGE			
		Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
Un meilleur entretien des produits pour augmenter leur durabilité	93%	94%	93%	92%	92%	94%	95%
La réparation, les retouches	91%	89%	92%	90%	93%	92%	89%
L'achat de produits éco-responsables	82%	81%	84%	83%	79%	85%	83%
Les échanges, les emprunts, les dons au sein de la famille, entre amis, avec d'autres proches	75%	70%	80%	82%	82%	76%	62%
L'achat d'occasion, de seconde main	62%	56%	67%	70%	67%	64%	49%
Le troc avec des tiers	46%	40%	50%	53%	49%	49%	34%
La location	13%	14%	12%	17%	18%	12%	7%
Total répondants	1 000	487	513	221	240	245	294

Q10. Parmi les usages suivants à l'égard des vêtements, linge de maison et chaussures, quels sont ceux que vous réalisez et à quelle fréquence ?

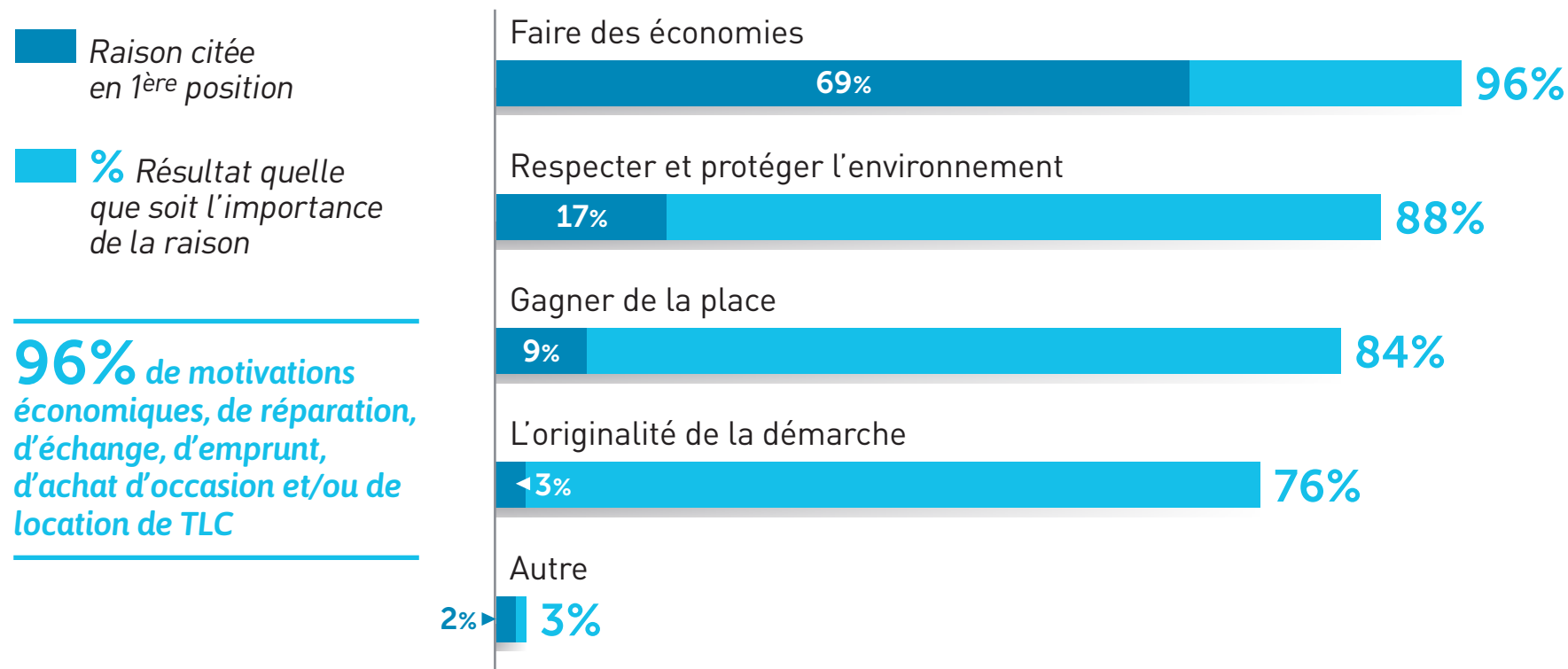
Base Ensemble = 1 000 répondants

% De temps en temps + Souvent	TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
		PCS +	PCS -	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Un meilleur entretien des produits pour augmenter leur durabilité	93%	97%	91%	96%	92%	93%	92%	93%	95%	94%
La réparation, les retouches	91%	93%	92%	89%	90%	89%	92%	95%	88%	87%
L'achat de produits éco-responsables	82%	81%	82%	82%	86%	87%	84%	81%	79%	85%
Les échanges, les emprunts, les dons au sein de la famille, entre amis, avec d'autres proches	75%	78%	79%	61%	84%	78%	77%	71%	76%	72%
L'achat d'occasion, de seconde main	62%	63%	66%	49%	71%	67%	63%	65%	54%	60%
Le troc avec des tiers	46%	50%	51%	33%	49%	52%	49%	44%	37%	53%
La location	13%	18%	16%	5%	14%	13%	15%	14%	14%	7%
Total répondants	1 000	135	433	269	163	185	225	229	249	112

Motivations aux pratiques de réparation, d'échange, d'emprunt, d'achat d'occasion et de location de TLC

Q14. Quelles sont les principales raisons, de la plus importante à la moins importante, qui motivent vos pratiques de réparation, d'échange, d'emprunt, d'achat d'occasion ou encore de location de vêtements, de linge de maison et de chaussures ?

Plusieurs réponses possibles hiérarchisées - Base Ceux pratiquant de temps en temps ou souvent au moins une pratique parmi la réparation, l'échange, l'emprunt, l'achat d'occasion et la location de TLC = 964 répondants



Motivations aux pratiques de réparation, d'échange, d'emprunt, d'achat d'occasion et de location de TLC (suite)

Q14. Quelles sont les principales raisons, de la plus importante à la moins importante, qui motivent vos pratiques de réparation, d'échange, d'emprunt, d'achat d'occasion ou encore de location de vêtements, de linge de maison et de chaussures ?

Plusieurs réponses possibles hiérarchisées - Base Ceux pratiquant de temps en temps ou souvent au moins une pratique parmi la réparation, l'échange, l'emprunt, l'achat d'occasion et la location de TLC = 964 répondants - Résultats > 5%

		TOTAL	SEXE		ÂGE			
			Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
Faire des économies	Total citée	96%	96%	67%	98%	97%	97%	94%
	Citée en 1 ^{er}	69%	70%	68%	74%	69%	67%	67%
Respecter et protéger l'environnement	Total citée	88%	87%	88%	88%	87%	91%	85%
	Citée en 1 ^{er}	17%	17%	17%	13%	16%	19%	20%
Gagner de la place	Total citée	84%	83%	85%	86%	87%	83%	81%
	Citée en 1 ^{er}	9%	9%	10%	10%	9%	10%	10%
L'originalité de la démarche	Total citée	76%	79%	74%	73%	79%	80%	73%
	Citée en 1 ^{er}	3%	3%	3%	2%	4%	4%	2%
Total répondants		964	464	500	216	233	236	279

Motivations aux pratiques de réparation, d'échange, d'emprunt, d'achat d'occasion et de location de TLC (suite)

Q14. Quelles sont les principales raisons, de la plus importante à la moins importante, qui motivent vos pratiques de réparation, d'échange, d'emprunt, d'achat d'occasion ou encore de location de vêtements, de linge de maison et de chaussures ?

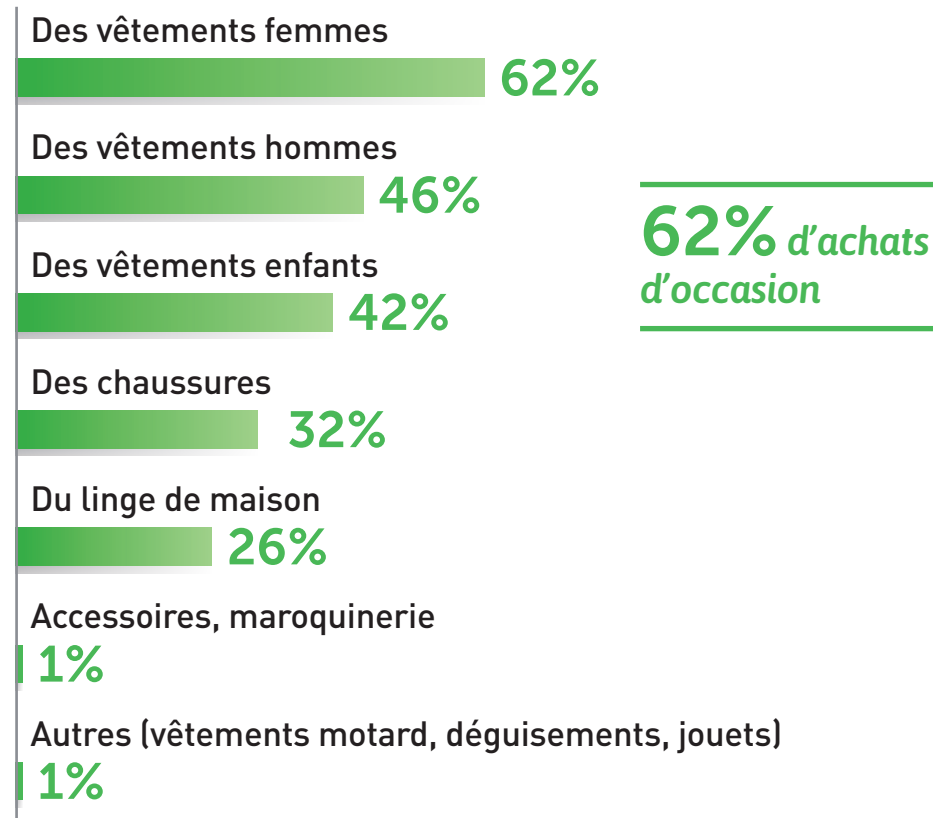
Plusieurs réponses possibles hiérarchisées - Base Ceux pratiquant de temps en temps ou souvent au moins une pratique parmi la réparation, l'échange, l'emprunt, l'achat d'occasion et la location de TLC = 964 répondants - Résultats > 5%

		TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
			PCS +	PCS –	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Faire des économies	Total citée	96%	96%	97%	94%	99%	97%	96%	96%	96%	96%
	Citée en 1 ^{er}	69%	60%	72%	66%	72%	65%	71%	68%	71%	69%
Respecter et protéger l'environnement	Total citée	88%	89%	88%	86%	88%	86%	86%	89%	88%	91%
	Citée en 1 ^{er}	17%	24%	14%	19%	16%	21%	16%	19%	15%	12%
Gagner de la place	Total citée	84%	86%	88%	80%	79%	80%	87%	87%	82%	83%
	Citée en 1 ^{er}	9%	8%	10%	11%	7%	11%	10%	9%	7%	13%
L'originalité de la démarche	Total citée	76%	76%	80%	73%	71%	71%	76%	82%	72%	83%
	Citée en 1 ^{er}	3%	5%	3%	2%	3%	2%	1%	3%	5%	5%
Total répondants		964	132	417	255	160	181	215	226	237	105

Achats d'occasion, de seconde main de TLC (1/2)

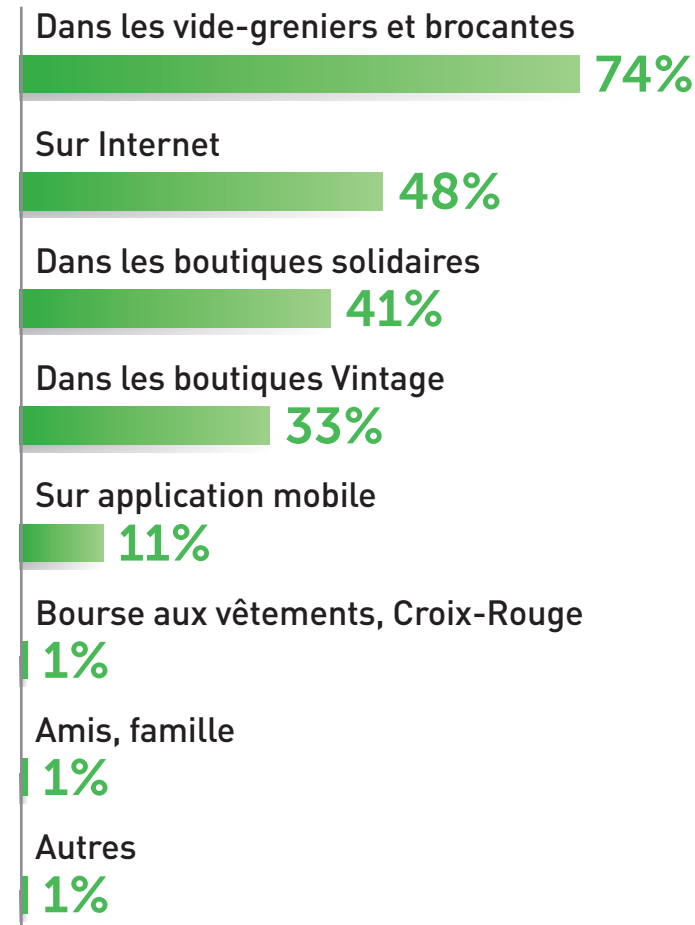
Q11. Quel(s) type(s) d'article(s) achetez-vous d'occasion, en seconde main ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux achetant des articles d'occasion, de seconde main = 612 répondants



Q12. Où achetez-vous ces articles d'occasion, de seconde main ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux achetant des articles d'occasion, de seconde main = 612 répondants



Achats d'occasion, de seconde main de TLC (1/2 suite)

	TOTAL	SEXE		ÂGE			
		Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus

Q11. Quel(s) type(s) d'article(s) achetez-vous d'occasion, en seconde main ?

Des vêtements femmes	62%	34%	83%	65%	56%	60%	67%
Des vêtements hommes	46%	72%	26%	43%	52%	51%	36%
Des vêtements enfants	42%	41%	44%	20%	64%	51%	34%
Des chaussures	32%	27%	35%	43%	37%	28%	18%
Du linge de maison	26%	25%	27%	23%	23%	32%	27%
Accessoires, maroquinerie	1%	0,3%	1%	1%	1%	–	1%
Autres (vêtements motards, déguisements, jouets)	1%	0,4%	1%	1%	–	1%	–

Q12. Où achetez-vous ces articles d'occasion, de seconde main ?

Dans les vide-greniers et brocantes	74%	73%	74%	63%	78%	77%	77%
Sur Internet	48%	46%	49%	90%	57%	45%	25%
Dans les boutiques solidaires	41%	42%	41%	34%	37%	46%	48%
Dans les boutiques Vintage	33%	29%	36%	47%	30%	34%	20%
Sur application mobile	11%	8%	12%	23%	15%	3%	1%
Bourse aux vêtements, Croix-Rouge	1%	1%	1%	–	1%	3%	–
Amis, famille	1%	1%	0,3%	1%	1%	1%	1%
Autres	1%	1%	2%	1%	1%	–	2%
Total répondants	612	270	342	154	158	155	145

Achats d'occasion, de seconde main de TLC (1/2 suite)

	TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
		PCS +	PCS –	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Q11. Quel(s) type(s) d'article(s) achetez-vous d'occasion, en seconde main ?										
Des vêtements femmes	62%	54%	58%	66%	72%	57%	63%	64%	59%	66%
Des vêtements hommes	46%	44%	52%	37%	41%	49%	51%	42%	43%	41%
Des vêtements enfants	42%	49%	50%	34%	29%	32%	49%	50%	36%	44%
Des chaussures	32%	37%	32%	17%	45%	35%	31%	32%	33%	25%
Du linge de maison	26%	30%	27%	25%	22%	24%	27%	28%	25%	29%
Accessoires, maroquinerie	1%	1%	–	1%	1%	1%	–	–	2%	–
Autres (vêtements motards, déguisements, jouets)	1%	–	1%	–	1%	–	1%	–	1%	1%

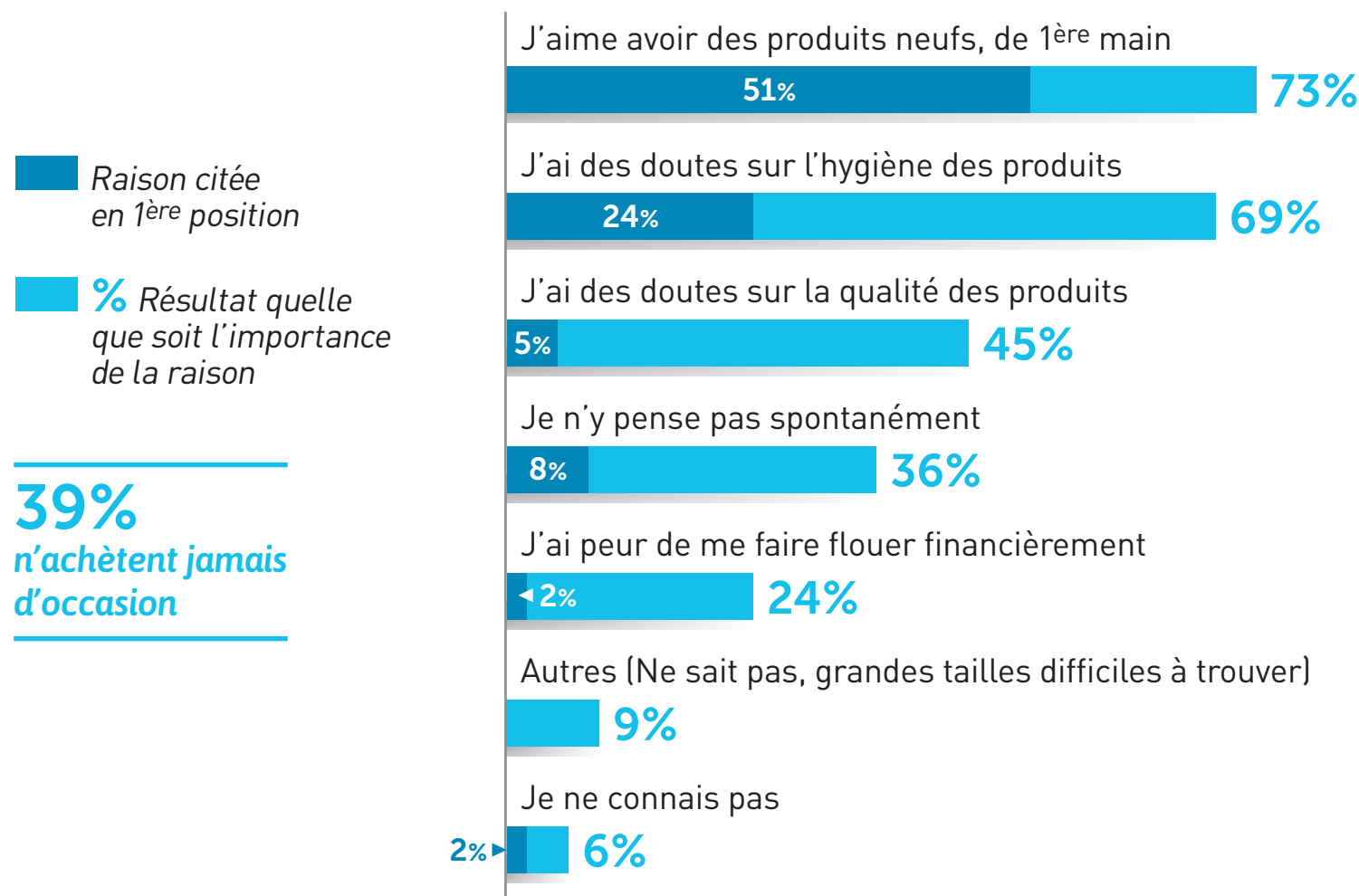
Q12. Où achetez-vous ces articles d'occasion, de seconde main ?

Dans les vide-greniers et brocantes	74%	73%	75%	76%	69%	74%	79%	70%	71%	78%
Sur Internet	48%	59%	52%	22%	58%	53%	49%	48%	40%	50%
Dans les boutiques solidaires	41%	44%	40%	46%	37%	36%	36%	44%	42%	54%
Dans les boutiques Vintage	33%	40%	34%	19%	40%	42%	26%	28%	35%	37%
Sur application mobile	11%	18%	10%	1%	17%	13%	10%	10%	8%	13%
Bourse aux vêtements, Croix-Rouge	1%	2%	1%	1%	–	1%	–	1%	1%	3%
Amis, famille	1%	–	1%	1%	–	–	1%	1%	1%	–
Autres	1%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	–
Total répondants	612	84	282	130	116	122	141	149	133	67

Achats d'occasion, de seconde main de TLC (2/2)

Q16. Concernant les achats d'occasion, de seconde main, quelles sont les 3 principales raisons, de la plus importante à la moins importante, pour lesquelles vous n'en achetez pas ?

3 réponses maximum hiérarchisées - Base Ceux achetant des articles d'occasion, de seconde main = 388 répondants



Q16. Concernant les achats d'occasion, de seconde main, quelles sont les 3 principales raisons, de la plus importante à la moins importante, pour lesquelles vous n'en achetez pas ?

3 réponses maximum hiérarchisées - Base Ceux utilisant des articles d'occasion, de seconde main = 388 répondants

Résultats > 5%

		TOTAL	SEXE		ÂGE			
			Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
J'aime avoir des produits neuf, de 1 ^{ère} main	Total citée	73%	74%	73%	79%	70%	77%	71%
	Citée en 1 ^{er}	51%	56%	44%	52%	43%	52%	54%
J'ai des doutes sur l'hygiène du produit	Total citée	69%	68%	70%	74%	66%	72%	66%
	Citée en 1 ^{er}	24%	20%	28%	27%	29%	22%	21%
J'ai des doutes sur la qualité des produits	Total citée	45%	46%	43%	54%	49%	33%	45%
	Citée en 1 ^{er}	5%	4%	6%	5%	3%	3%	6%
Je n'y pense pas spontanément	Total citée	36%	41%	30%	27%	35%	41%	38%
	Citée en 1 ^{er}	8%	10%	6%	4%	10%	9%	9%
J'ai peur de me faire flouer financièrement	Total citée	24%	26%	21%	20%	25%	16%	30%
	Citée en 1 ^{er}	2%	2%	3%	1%	1%	2%	3%
Total répondants		388	217	171	67	82	90	149

Q16. Concernant les achats d'occasion, de seconde main, quelles sont les 3 principales raisons, de la plus importante à la moins importante, pour lesquelles vous n'en achetez pas ?

3 réponses maximum hiérarchisées - Base Ceux utilisant des articles d'occasion, de seconde main = 388 répondants

Résultats > 5%

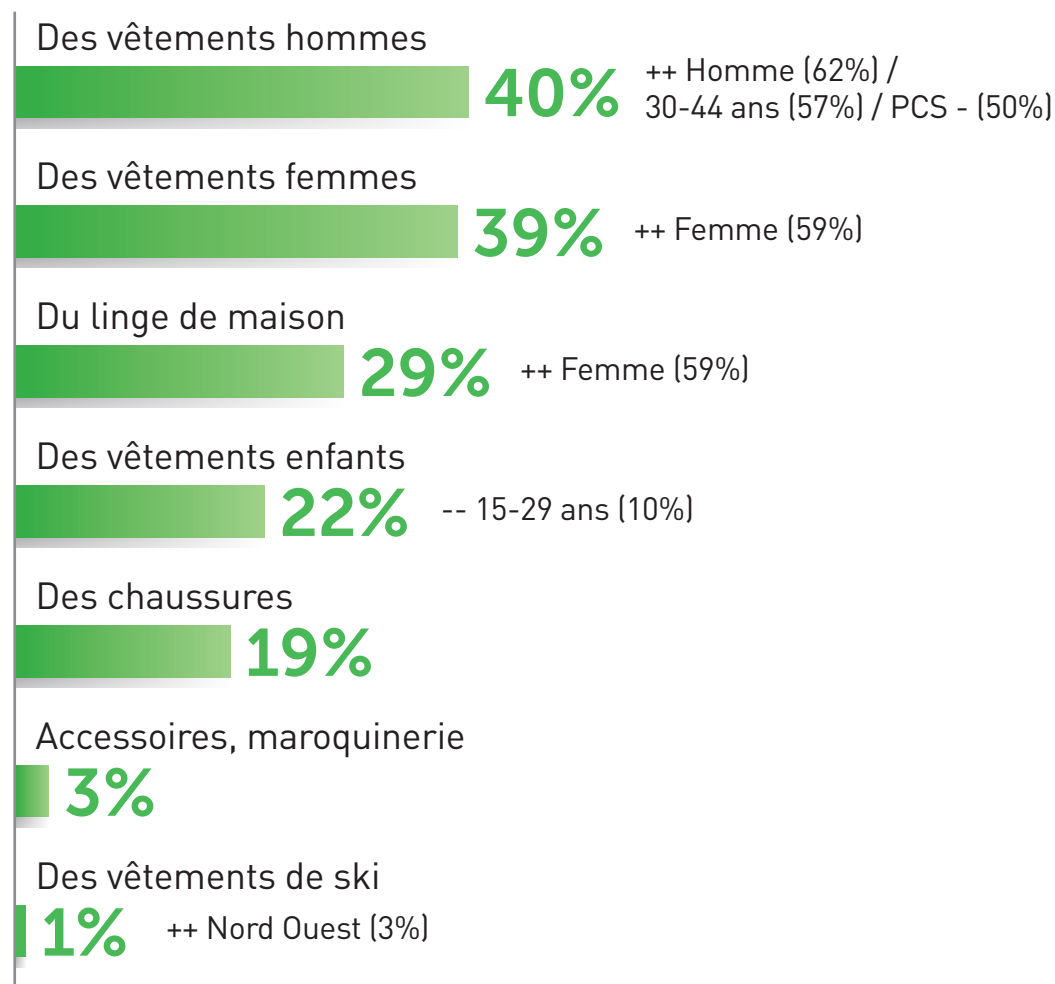
		TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
			PCS +	PCS –	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
J'aime avoir des produits neuf, de 1 ^{ère} main	Total citée	73%	73%	74%	70%	80%	74%	66%	79%	76%	73%
	Citée en 1 ^{er}	51%	47%	49%	53%	55%	51%	44%	58%	49%	57%
J'ai des doutes sur l'hygiène du produit	Total citée	69%	76%	69%	67%	69%	62%	68%	74%	76%	56%
	Citée en 1 ^{er}	24%	30%	28%	19%	18%	21%	26%	19%	30%	16%
J'ai des doutes sur la qualité des produits	Total citée	45%	51%	44%	43%	46%	48%	42%	45%	46%	40%
	Citée en 1 ^{er}	5%	8%	4%	6%	–	7%	7%	1%	5%	–
Je n'y pense pas spontanément	Total citée	36%	32%	38%	42%	21%	29%	34%	34%	42%	40%
	Citée en 1 ^{er}	8%	4%	8%	11%	6%	10%	7%	8%	9%	6%
J'ai peur de me faire flouer financièrement	Total citée	24%	24%	19%	28%	28%	27%	28%	15%	27%	20%
	Citée en 1 ^{er}	2%	2%	0,4%	4%	4%	1%	2%	5%	–	5%
Total répondants		388	51	151	139	47	63	84	80	116	45

Location de TLC

Q13. Quel(s) type(s) d'article(s) louez-vous ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux louant des TLC = 130 répondants

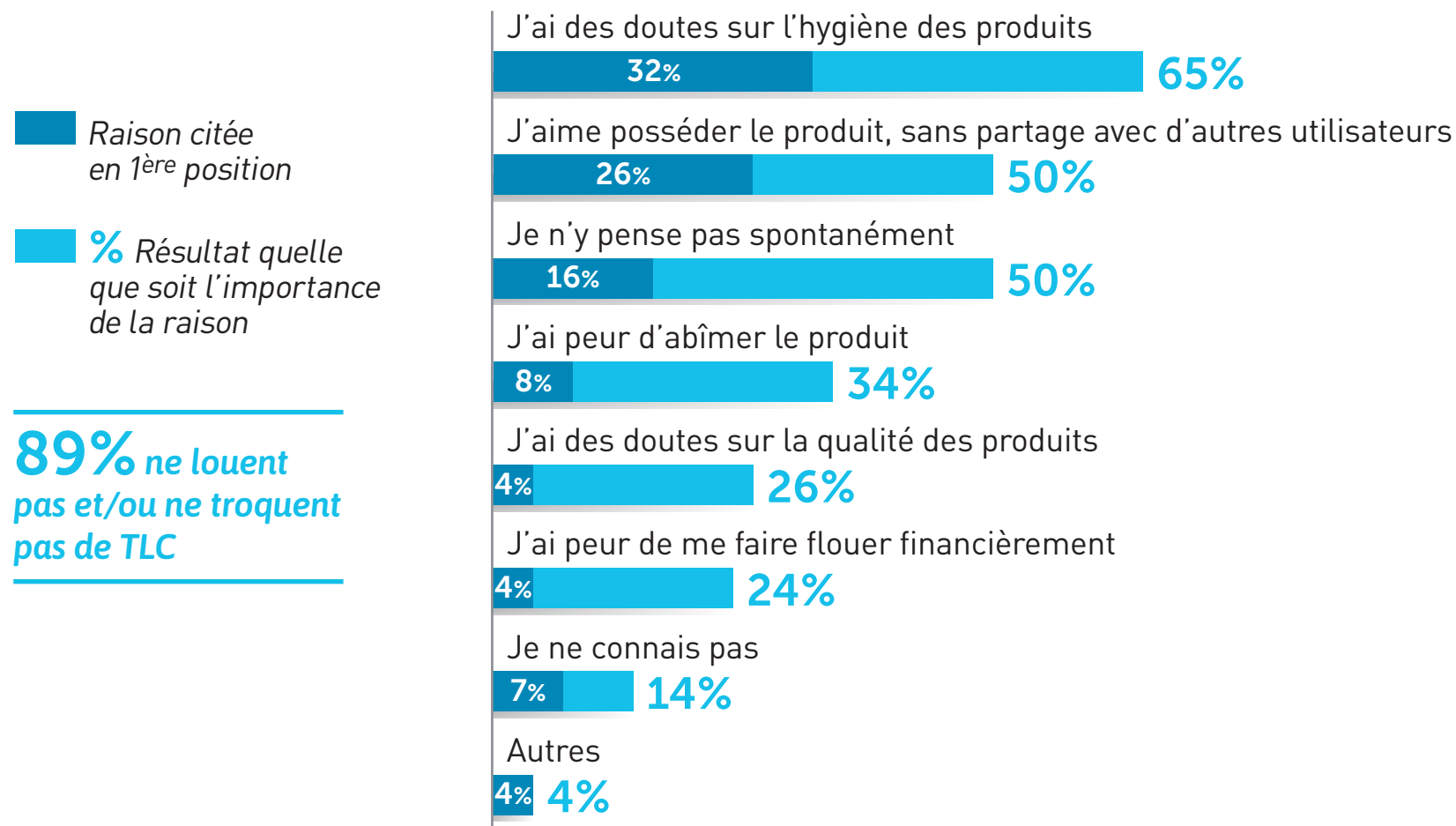
13%
de location



Location et/ou troc de TLC

Q15. Vous avez dit ne pas troquer ou louer de vêtements, chaussures ou linge de maison, quelles sont les 3 principales raisons, de la plus importante à la moins importante, qui vous freinent ?

3 réponses maximum hiérarchisées - Base Ceux ne pratiquant pas la location et/ou le troc de TLC = 891 répondants



89% ne louent pas et/ou ne troquent pas de TLC

Q15. Vous avez dit ne pas troquer ou louer de vêtements, chaussures ou linge de maison, quelles sont les 3 principales raisons, de la plus importante à la moins importante, qui vous freinent ?

3 réponses maximum hiérarchisées - Base Ceux ne pratiquant pas la location et/ou le troc de TLC = 891 répondants

		TOTAL	SEXE		ÂGE			
			Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
J'ai des doutes sur l'hygiène du produit	Total citée	65%	66%	64%	67%	59%	62%	70%
	Citée en 1 ^{er}	32%	31%	32%	30%	30%	29%	36%
J'aime posséder le produit, sans partage avec d'autres	Total citée	50%	50%	50%	53%	51%	47%	50%
	Citée en 1 ^{er}	26%	29%	24%	31%	29%	22%	24%
Je n'y pense pas spontanément	Total citée	50%	52%	49%	51%	50%	49%	52%
	Citée en 1 ^{er}	16%	14%	17%	14%	9%	17%	20%
J'ai peur d'abîmer le produit	Total citée	34%	26%	41%	39%	39%	39%	24%
	Citée en 1 ^{er}	8%	6%	10%	9%	14%	8%	4%
J'ai des doutes sur la qualité du produit	Total citée	26%	31%	21%	25%	23%	23%	31%
	Citée en 1 ^{er}	4%	5%	3%	4%	3%	6%	4%
J'ai peur de me faire flouer financièrement	Total citée	24%	25%	24%	27%	27%	21%	23%
	Citée en 1 ^{er}	4%	4%	3%	5%	3%	4%	3%
Total répondants		891	429	462	192	201	220	278

Q15. Vous avez dit ne pas troquer ou louer de vêtements, chaussures ou linge de maison, quelles sont les 3 principales raisons, de la plus importante à la moins importante, qui vous freinent ?

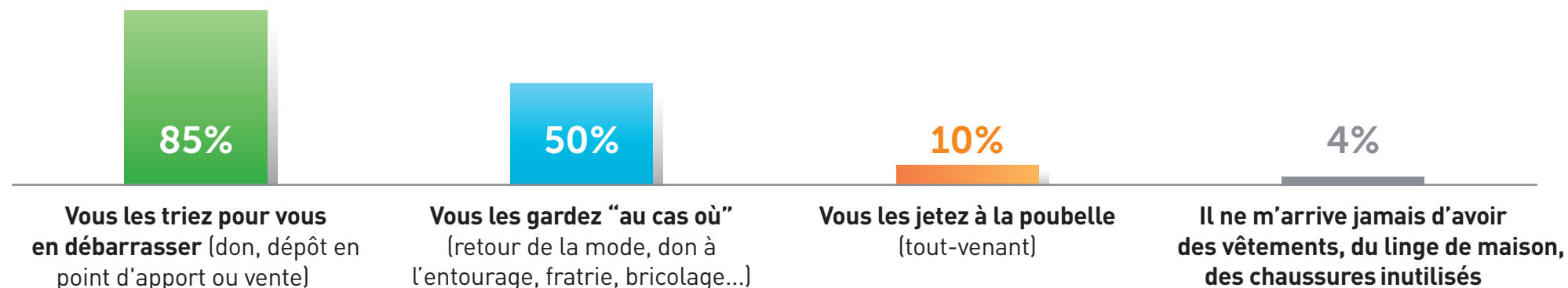
3 réponses maximum hiérarchisées - Base Ceux ne pratiquant pas la location et/ou le troc de TLC = 891 répondants

		TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
			PCS +	PCS –	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
J'ai des doutes sur l'hygiène du produit	Total citée	65%	67%	60%	70%	67%	64%	63%	65%	71%	57%
	Citée en 1 ^{er}	32%	32%	30%	35%	29%	28%	29%	35%	35%	29%
J'aime posséder le produit, sans partage avec d'autres	Total citée	50%	48%	50%	49%	51%	49%	50%	49%	51%	49%
	Citée en 1 ^{er}	26%	22%	27%	25%	30%	31%	26%	26%	26%	23%
Je n'y pense pas spontanément	Total citée	50%	55%	49%	54%	45%	47%	45%	53%	51%	58%
	Citée en 1 ^{er}	16%	16%	13%	20%	14%	16%	11%	15%	15%	25%
J'ai peur d'abîmer le produit	Total citée	34%	38%	37%	24%	41%	34%	35%	34%	33%	34%
	Citée en 1 ^{er}	8%	12%	10%	3%	11%	10%	10%	5%	7%	9%
J'ai des doutes sur la qualité du produit	Total citée	26%	25%	24%	31%	23%	28%	28%	21%	27%	26%
	Citée en 1 ^{er}	4%	4%	5%	4%	3%	4%	7%	2%	5%	2%
J'ai peur de me faire flouer financièrement	Total citée	24%	20%	26%	22%	28%	28%	31%	20%	23%	18%
	Citée en 1 ^{er}	4%	4%	5%	3%	3%	2%	6%	4%	3%	3%
Total répondants		891	115	374	258	144	164	196	202	224	105

Devenir des TLC inutilisés

Q17. Que faites-vous de vos vêtements, linge de maison et chaussures inutilisés ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ensemble = 1 000 répondants



	TOTAL
Uniquement Tri des TCL	42%
TCL gardés "au cas où" + Tri	36%
Uniquement TCL gardés "au cas où"	8%
Pas de TCL inutilisés	4%
TCL gardés "au cas où" + Tri + TLC jetés à la poubelle	4%
Tri + TLC jetés à la poubelle	3%
TCL gardés "au cas où" + TLC jetés à la poubelle	2%
Uniquement TLC jetés à la poubelle	1%
Total répondants	1 000

86% des Français trient, gardent "au cas où", ou bien pratiquent les 2.

Devenir des TLC inutilisés (suite)

Q17. Que faites-vous de vos vêtements, linge de maison et chaussures inutilisés ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ensemble = 1 000 répondants

	TOTAL	SEXE		ÂGE			
		Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
Vous les triez pour vous en débarrasser	85%	83%	88%	81%	86%	87%	77%
Vous les gardez "au cas où"	50%	47%	52%	62%	51%	44%	44%
Vous les jetez à la poubelle	10%	11%	8%	13%	11%	7%	8%
Il ne m'arrive jamais d'avoir des TLC inutilisés	4%	4%	4%	3%	4%	5%	4%
Total répondants	1 000	487	513	221	240	245	294

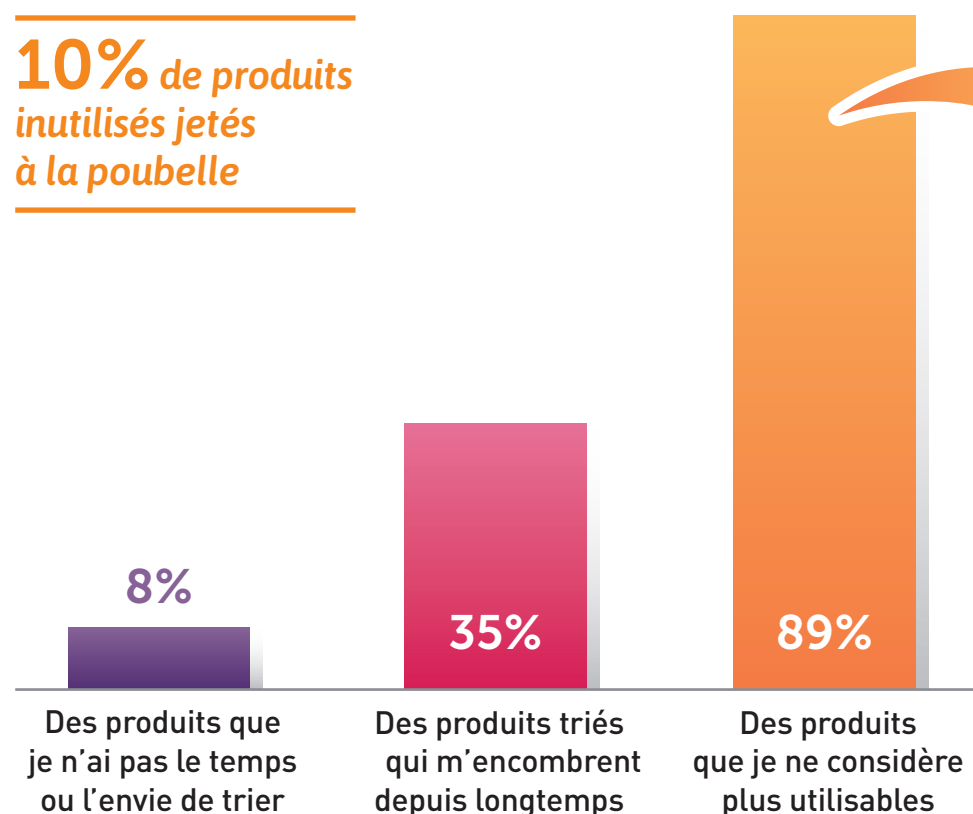
	TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
		PCS +	PCS -	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Vous les triez pour vous en débarrasser	85%	92%	84%	87%	80%	83%	85%	87%	87%	84%
Vous les gardez "au cas où"	50%	52%	49%	43%	60%	52%	52%	48%	47%	49%
Vous les jetez à la poubelle	10%	14%	9%	7%	11%	13%	8%	12%	6%	9%
Il ne m'arrive jamais d'avoir des TLC inutilisés	4%	1%	5%	4%	4%	5%	5%	3%	4%	3%
Total répondants	1 000	135	433	269	163	185	225	229	249	112

TLC inutilisés et jetés à la poubelle

Q18. Quels produits jetez-vous à la poubelle ?

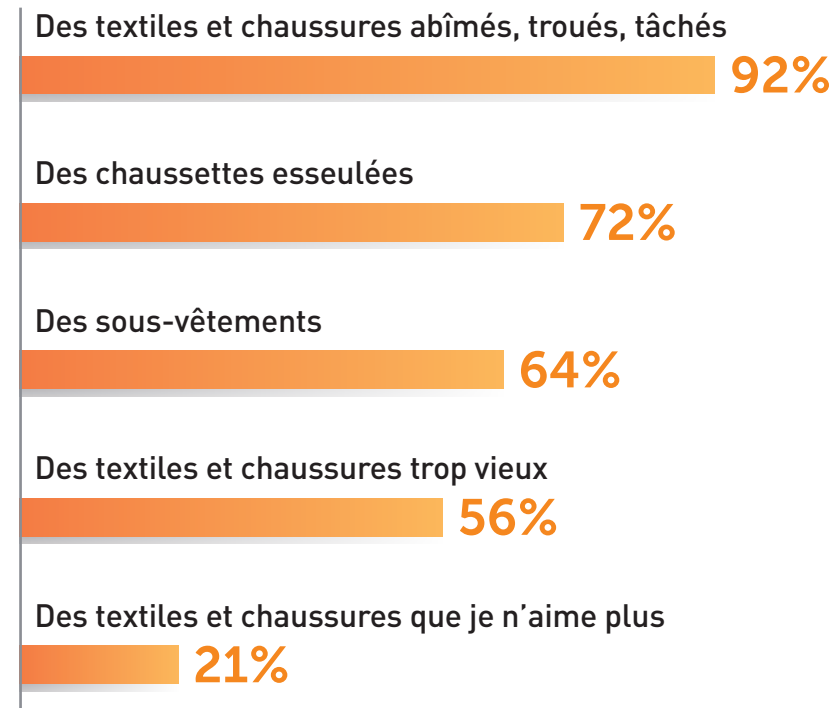
Plusieurs réponses possibles - Base Ceux jetant des produits inutilisés à la poubelle = 96 répondants

**10% de produits
inutilisés jetés
à la poubelle**



Q19. Vous nous avez dit jeter à la poubelle des produits que vous ne considériez comme plus utilisables. Lesquels ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux jetant à la poubelle des produits jugés inutilisables = 85 répondants

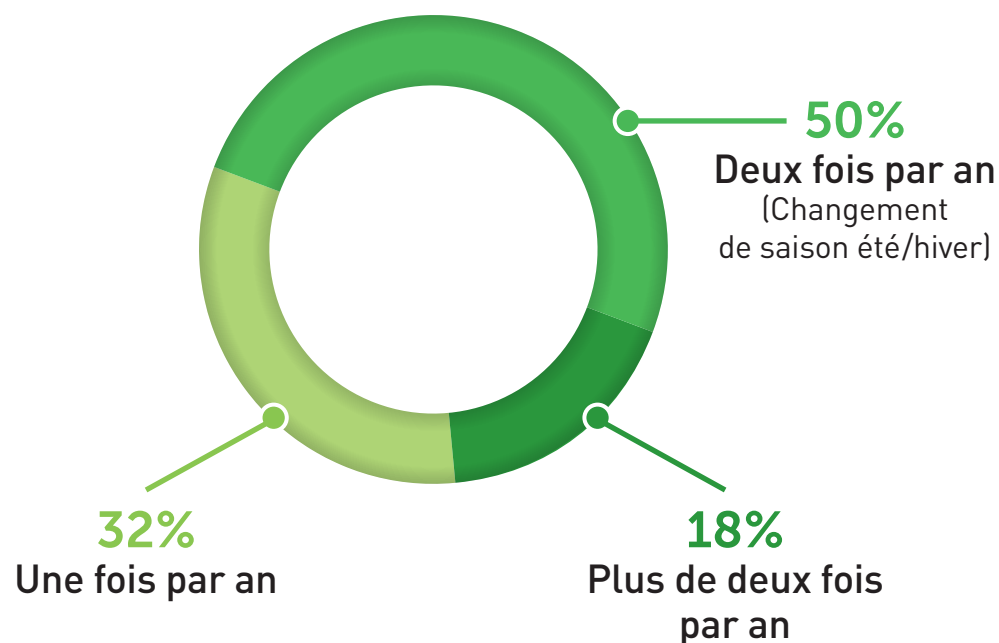


TLC inutilisés et triés (1/2)

85% de produits inutilisés et triés

Q20. À quelle fréquence triez-vous vos vêtements, linge de maison et/ou chaussures ?

Base Ceux triant des produits inutilisés = 858 répondants



Q22. Pour quelles raisons faites-vous ce tri ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux triant des produits inutilisés = 858 répondants



TLC inutilisés et triés (1/2 suite)

	TOTAL	SEXE		ÂGE			
		Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
Q20. À quelle fréquence triez-vous vos vêtements, linge de maison et/ou chaussures ? Base 858 répondants							
Une fois par an	32%	44%	22%	32%	32%	34%	30%
Deux fois par an	50%	45%	54%	51%	45%	52%	52%
Plus de deux fois par an	18%	12%	24%	17%	24%	15%	18%
Q22. Pour quelles raisons faites-vous ce tri ? Base 858 répondants (Résultats > 5%)							
Besoin de place dans les placards	79%	76%	83%	85%	79%	75%	79%
Changement de mode, de taille	58%	50%	65%	51%	41%	42%	41%
Changement de saison	43%	34%	51%	61%	62%	58%	53%
Attitude éco-responsable	40%	42%	38%	37%	37%	43%	41%
Vente des produits triés	25%	20%	30%	31%	28%	27%	16%
Total répondants	858	409	449	178	210	214	256

TLC inutilisés et triés (1/2 suite)

	TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
		PCS +	PCS –	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Q20. À quelle fréquence triezy-vous vos vêtements, linge de maison et/ou chaussures ? Base 858 répondants										
Une fois par an	32%	30%	34%	31%	31%	31%	33%	37%	27%	30%
Deux fois par an	50%	48%	50%	51%	50%	45%	50%	48%	55%	52%
Plus de deux fois par an	18%	22%	17%	18%	20%	24%	17%	16%	18%	18%

Q22. Pour quelles raisons faites-vous ce tri ? Base 858 répondants (Résultats > 5%)

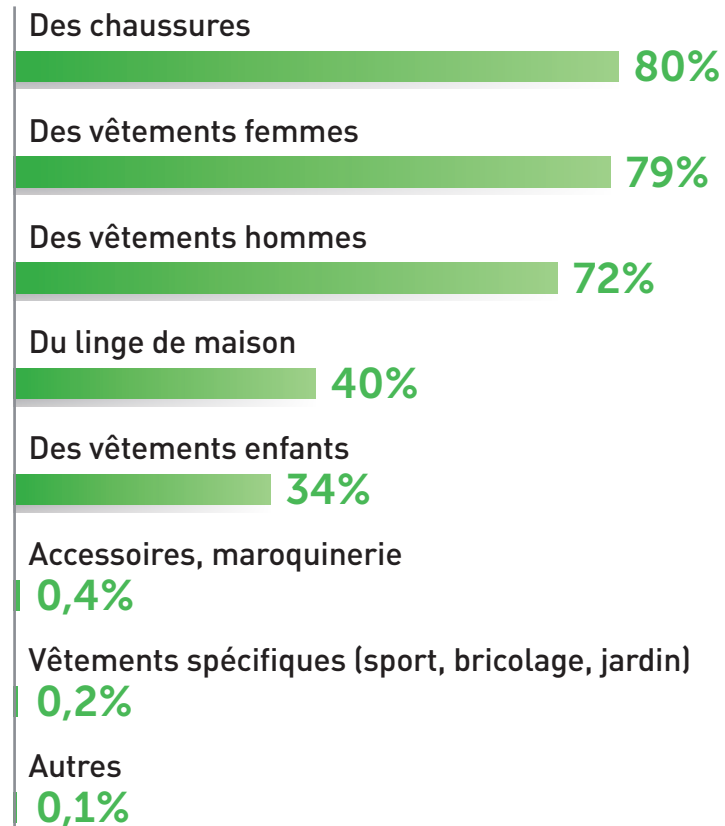
Besoin de place dans les placards	79%	79%	79%	78%	85%	86%	79%	77%	77%	79%
Changement de mode, de taille	58%	65%	55%	54%	69%	60%	60%	54%	58%	57%
Changement de saison	43%	42%	41%	42%	51%	39%	48%	38%	47%	41%
Attitude éco-responsable	40%	44%	37%	41%	42%	42%	39%	38%	43%	34%
Vente des produits triés	25%	24%	28%	13%	39%	26%	27%	22%	26%	24%
Total répondants	858	124	370	234	130	159	190	198	217	94

TLC inutilisés et triés (2/2)

85% des Français trient leurs produits inutilisés

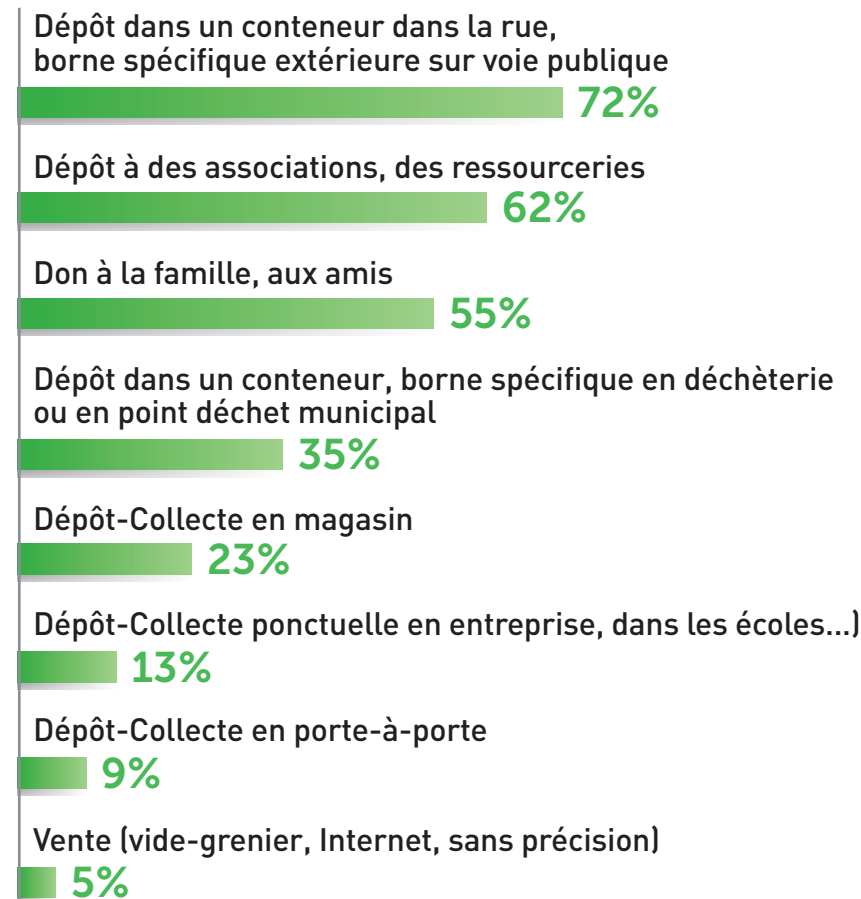
Q21. Quels types de produits triezy-vous ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux triant des produits inutilisés = 858 répondants



Q23. Que faites-vous de vos vêtements, linge de maison, chaussures que vous avez triés ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux triant des produits inutilisés = 858 répondants - Résultats >= 5%



TLC inutilisés et triés (2/2 suite)

	TOTAL	SEXE		ÂGE			
		Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus

Q21. Quels types de produits triez-vous ? Base 858 répondants

Des chaussures	80%	72%	87%	83%	76%	84%	77%
Des vêtements femmes	79%	56%	98%	69%	77%	82%	84%
Des vêtements hommes	72%	95%	52%	63%	76%	76%	72%
Du linge de maison	40%	37%	43%	35%	37%	49%	39%
Des vêtements enfants	34%	35%	34%	21%	59%	49%	10%

Q23. Que faites-vous de vos vêtements, linge de maison, chaussures que vous avez triés ? Base 858 répondants (Résultats >= 5%)

Dépôt dans un conteneur dans la rue, borne spécifique extérieure sur voie publique	72%	75%	70%	66%	78%	73%	71%
Dépôt à des associations, des ressourceries	62%	57%	67%	63%	58%	65%	63%
Don à la famille, aux amis	55%	47%	61%	74%	66%	49%	36%
Dépôt dans une borne spécifique en déchèterie ou en point déchet municipal	35%	37%	33%	26%	37%	38%	37%
Dépôt-Collecte en magasin	23%	19%	26%	33%	25%	21%	15%
Dépôt-Collecte ponctuelle	13%	12%	13%	16%	18%	13%	5%
Dépôt-Collecte en porte-à-porte	9%	8%	9%	8%	9%	9%	8%
Vente (vide-grenier, Internet, sans précision)	5%	3%	8%	6%	6%	6%	4%
Total répondants	858	409	449	178	210	214	256

TLC inutilisés et triés (2/2 suite)

	TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
		PCS +	PCS -	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Q21. Quels types de produits triezy-vous ? Base 858 répondants										
Des chaussures	80%	84%	79%	76%	85%	81%	83%	75%	81%	78%
Des vêtements femmes	79%	77%	74%	84%	83%	76%	80%	79%	80%	75%
Des vêtements hommes	72%	75%	76%	73%	56%	66%	83%	73%	68%	68%
Du linge de maison	40%	46%	38%	37%	44%	44%	44%	35%	39%	39%
Des vêtements enfants	34%	43%	47%	10%	34%	34%	37%	36%	31%	32%

Q23. Que faites-vous de vos vêtements, linge de maison, chaussures que vous avez triés ? Base 858 répondants (Résultats >= 5%)

Dépôt dans un conteneur dans la rue, borne spécifique extérieure sur voie publique	72%	71%	72%	72%	74%	74%	73%	73%	71%	71%
Dépôt à des associations, des ressourceries	62%	66%	60%	63%	65%	62%	61%	62%	65%	61%
Don à la famille, aux amis	55%	62%	60%	36%	66%	59%	55%	52%	54%	55%
Dépôt dans une borne spécifique en déchèterie ou en point déchet municipal	35%	27%	39%	37%	27%	27%	43%	41%	31%	27%
Dépôt-Collecte en magasin	23%	26%	25%	15%	28%	30%	25%	19%	20%	21%
Dépôt-Collecte ponctuelle	13%	17%	14%	5%	18%	20%	10%	11%	13%	9%
Dépôt-Collecte en porte-à-porte	9%	6%	10%	8%	8%	10%	10%	9%	8%	5%
Vente (vide-grenier, Internet, sans précision)	5%	9%	5%	4%	5%	5%	4%	6%	7%	4%
Total répondants	858	124	370	234	130	159	190	198	217	94

Localisation des points d'apport

Q24. Comment localisez-vous le point d'apport où vous allez déposer vos affaires ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux déposant leurs produits inutilisés en magasin, dans des conteneurs sur voie publique et/ou des conteneurs en déchèterie ou point déchet municipal = 713 répondants

71% des personnes triant leurs produits inutilisés les déposent en magasin ou dans des conteneurs (voie publique, déchèterie, point déchet municipal)

Vu dans la rue

88%

Par le bouche à oreille

26%

Recherche sur Internet

18%

Dans les medias (Presse, Blog, Radio...)

6%

Je connais déjà le point d'apport

1%

Par la mairie

1%

Vu dans les magasins-enseignes

0,3%

Ne sait pas

0,1%

Localisation des points d'apport (suite)

Q24. Comment localisez-vous le point d'apport où vous allez déposer vos affaires ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux déposant leurs produits inutilisés en magasin, dans des conteneurs sur voie publique et/ou des conteneurs en déchèterie ou point déchet municipal = 713 répondants - Résultats > 5%

	TOTAL	SEXE		ÂGE			
		Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
Vu dans la rue	88%	91%	86%	83%	90%	88%	90%
Par le bouche à oreille	26%	24%	28%	36%	25%	27%	19%
Recherche sur Internet	18%	17%	19%	30%	14%	16%	15%
Dans les medias (Presse, Blog, Radio...)	6%	7%	6%	6%	8%	3%	7%
Total répondants	713	348	365	141	180	179	213

	TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
		PCS +	PCS -	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Vu dans la rue	88%	86%	89%	89%	86%	89%	89%	87%	88%	88%
Par le bouche à oreille	26%	26%	28%	19%	33%	23%	25%	30%	27%	20%
Recherche sur Internet	18%	20%	17%	14%	27%	22%	22%	10%	17%	23%
Dans les medias (Presse, Blog, Radio...)	6%	7%	7%	5%	6%	4%	8%	6%	6%	7%
Total répondants	713	107	301	194	111	136	158	167	174	78

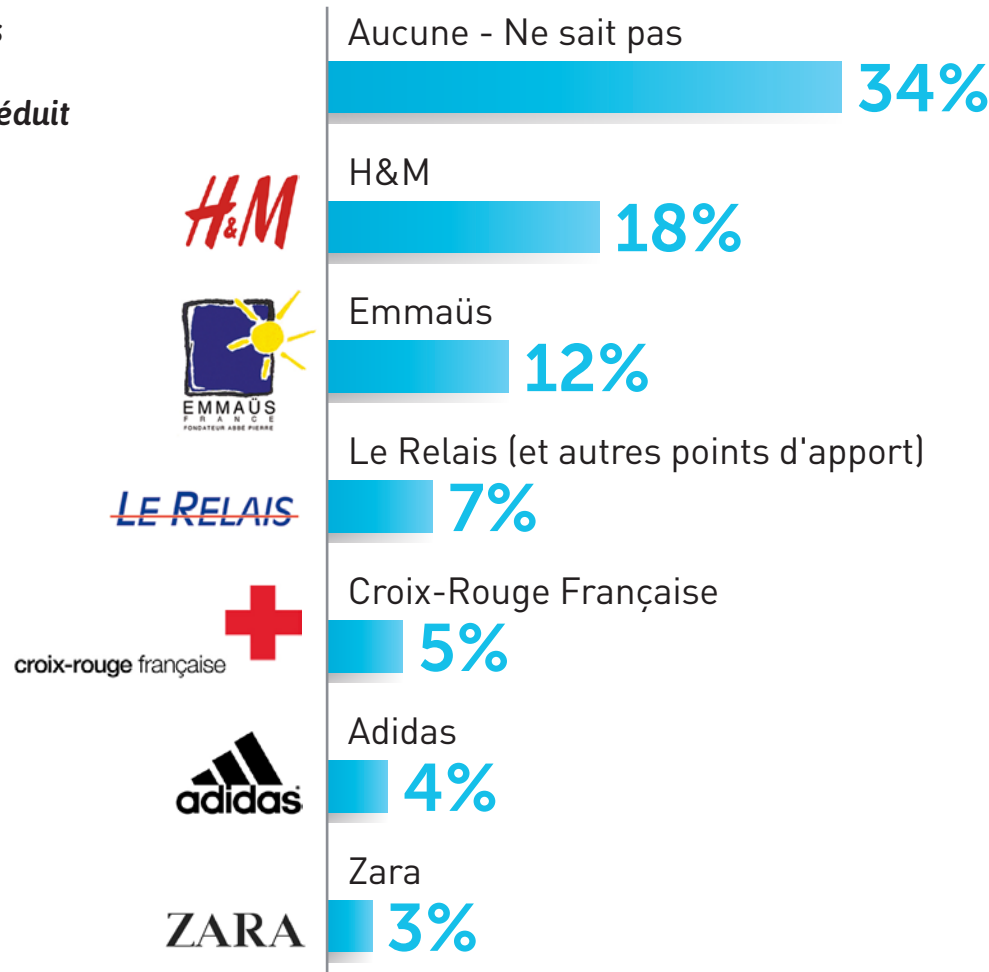
Notoriété spontanée des marques engagées dans l'économie circulaire

Q25. Pouvez-vous me citer toutes les marques engagées dans l'économie circulaire des textiles et chaussures que vous connaissez ?

On entend par économie circulaire toutes les actions permettant de limiter les déchets (de la conception des produits en intégrant des matières recyclées ou ayant un impact réduit sur l'environnement, par l'éco-conception, collecte en magasin, jusqu'à la fin de vie des produits...)

Plusieurs réponses possibles
Base Ensemble = 1 000 répondants
Résultats >= 3%

**En moyenne,
1,9 marque citée**



Q25. Pouvez-vous me citer toutes les marques engagées dans l'économie circulaire des textiles et chaussures que vous connaissez ?

On entend par économie circulaire toutes les actions permettant de limiter les déchets (de la conception des produits en intégrant des matières recyclées ou ayant un impact réduit sur l'environnement, par l'éco-conception, collecte en magasin, jusqu'à la fin de vie des produits...)

Plusieurs réponses possibles - Base Ensemble = 1 000 répondants - Résultats >= 3%

	TOTAL	SEXE		ÂGE			
		Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
Aucune - Ne sait pas	34%	35%	33%	19%	36%	37%	41%
H&M	18%	12%	24%	30%	15%	15%	14%
Emmaüs	12%	11%	13%	7%	12%	15%	14%
Le Relais (et autres points d'apport)	7%	6%	8%	9%	9%	6%	5%
Croix-Rouge Française	5%	4%	7%	2%	7%	8%	4%
Adidas	4%	4%	3%	4%	2%	4%	4%
Zara	3%	3%	4%	4%	2%	5%	2%
Total répondants	1 000	487	513	221	240	245	294

Q25. Pouvez-vous me citer toutes les marques engagées dans l'économie circulaire des textiles et chaussures que vous connaissez ?

On entend par économie circulaire toutes les actions permettant de limiter les déchets (de la conception des produits en intégrant des matières recyclées ou ayant un impact réduit sur l'environnement, par l'éco-conception, collecte en magasin, jusqu'à la fin de vie des produits...)

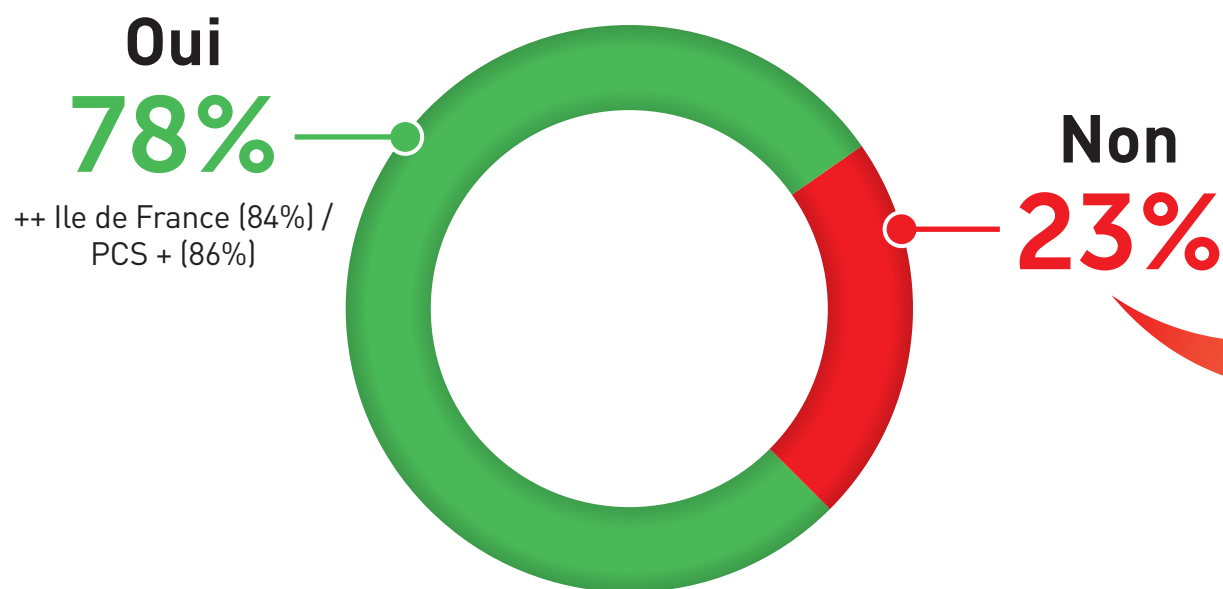
Plusieurs réponses possibles - Base Ensemble = 1 000 répondants - Résultats >= 3%

	TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
		PCS +	PCS -	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Aucune - Ne sait pas	34%	30%	32%	42%	29%	30%	31%	30%	43%	34%
H&M	18%	20%	16%	13%	29%	23%	16%	17%	17%	18%
Emmaüs	12%	9%	12%	15%	10%	12%	13%	13%	10%	13%
Le Relais (et autres points d'apport)	7%	9%	6%	6%	10%	3%	8%	12%	4%	8%
Croix-Rouge Française	5%	3%	6%	4%	7%	5%	4%	7%	5%	7%
Adidas	4%	1%	4%	4%	5%	5%	4%	3%	4%	2%
Zara	3%	6%	2%	3%	4%	4%	4%	4%	3%	2%
Total répondants	1 000	135	433	269	163	185	225	229	249	112

Connaissance des produits TLC en matière recyclée

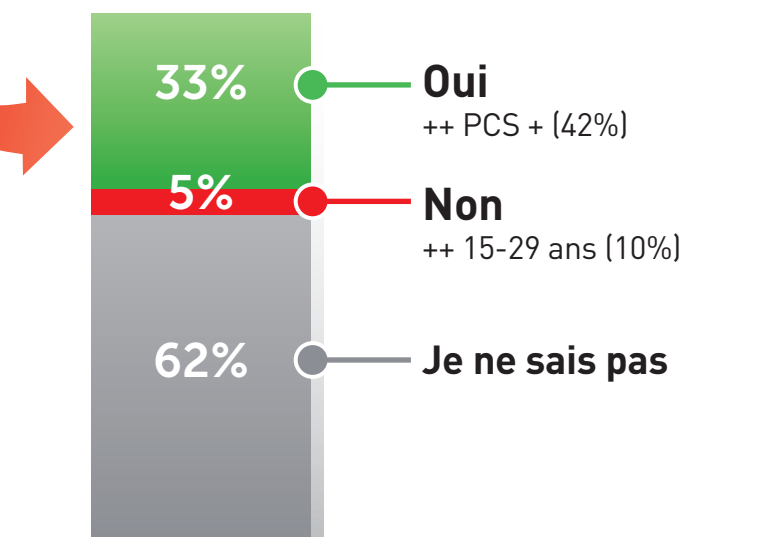
Q26. Savez-vous que certains produits textiles et chaussures sont fabriqués en matière recyclée ?

Base Ensemble = 1 000 répondants



Q30. À l'avenir, avez-vous l'intention d'acheter des produits textiles et chaussures en matière recyclée ?

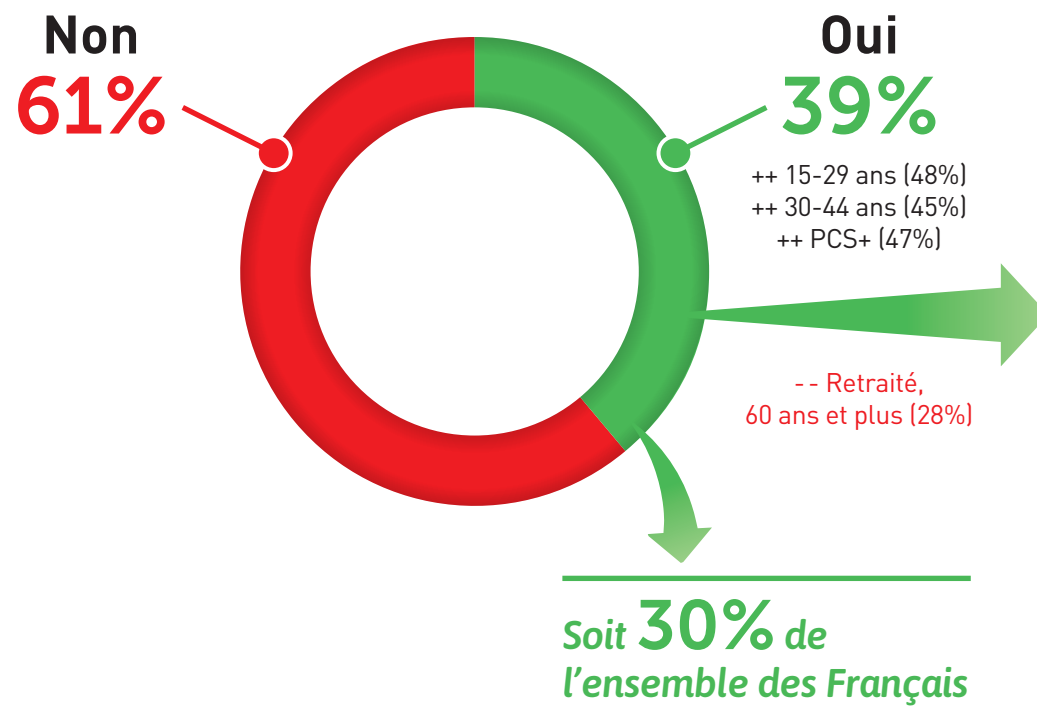
Base Ceux n'ayant pas connaissance de produits TLC en matière recyclée = 471 répondants



Pratiques à l'égard des produits TLC en matière recyclée

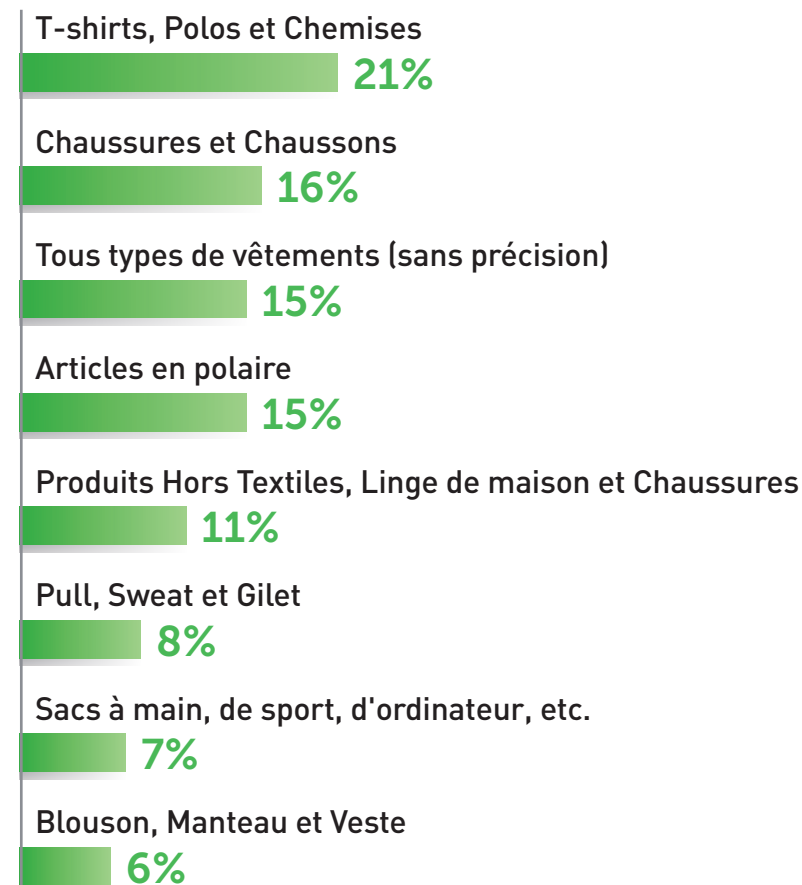
Q27. En avez-vous déjà acheté, que ce soit en magasin ou sur Internet ?

Base Ceux ayant connaissance de l'existence de produits TLC en matière recyclée = 772 répondants



Q28. Quels produits en matière recyclée avez-vous achetés ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux ayant acheté des produits TLC en matière recyclée = 301 répondants - Résultats > 5%



Q27. En avez-vous déjà acheté, que ce soit en magasin ou sur Internet ?

Base Ceux ayant connaissance de l'existence de produits TLC en matière recyclée = 772 répondants - Résultats > 5%

	TOTAL	SEXE		ÂGE			
		Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
T-shirts, Polos et Chemises	21%	16%	27%	34%	20%	12%	16%
Chaussures et Chaussons	16%	20%	11%	20%	18%	11%	12%
Tous types de vêtements (sans précision)	15%	11%	19%	17%	14%	18%	9%
Articles en polaire	15%	15%	14%	9%	11%	18%	23%
Produits Hors Textiles, Linge de maison et Chaussures	11%	10%	13%	13%	8%	15%	10%
Pull, Sweat et Gilet	8%	9%	8%	9%	9%	11%	5%
Sacs à main, de sport, d'ordinateur, etc.	7%	5%	8%	6%	7%	8%	7%
Blouson, Manteau et Veste	6%	5%	6%	2%	7%	4%	10%
Total répondants	301	158	143	84	80	74	63

Pratiques à l'égard des produits TLC en matière recyclée (suite)

Q27. En avez-vous déjà acheté, que ce soit en magasin ou sur Internet ?

Base Ceux ayant connaissance de l'existence de produits TLC en matière recyclée = 772 répondants - Résultats > 5%

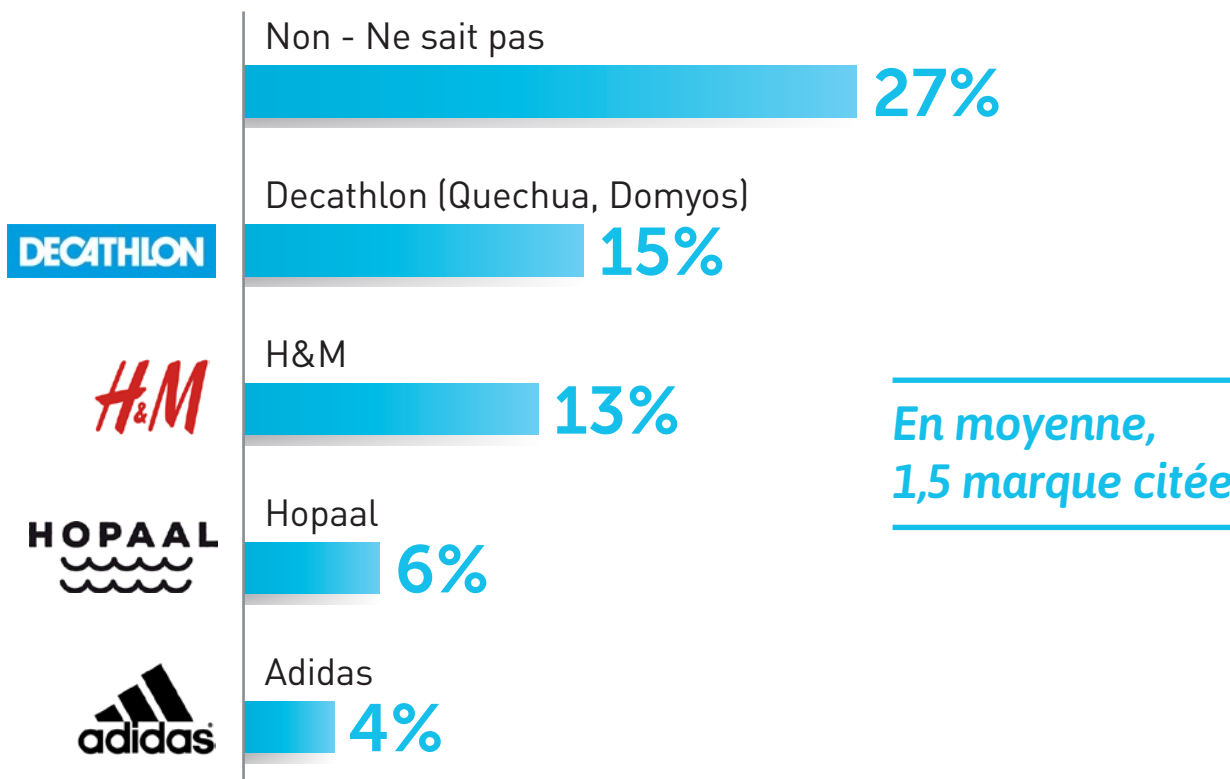
	TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
		PCS +	PCS -	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
T-shirts, Polos et Chemises	21%	23%	17%	16%	38%	19%	19%	26%	20%	26%
Chaussures et Chaussons	16%	14%	17%	14%	15%	23%	10%	17%	15%	14%
Tous types de vêtements (sans précision)	15%	20%	14%	9%	19%	11%	17%	14%	19%	14%
Articles en polaire	15%	12%	13%	24%	11%	9%	9%	18%	16%	32%
Produits Hors Textiles, Linge de maison et Chaussures	11%	6%	12%	11%	15%	4%	17%	9%	18%	4%
Pull, Sweat et Gilet	8%	11%	6%	5%	16%	7%	10%	8%	6%	15%
Sacs à main, de sport, d'ordinateur, etc.	7%	18%	4%	7%	2%	6%	4%	12%	5%	7%
Blouson, Manteau et Veste	6%	6%	4%	10%	6%	7%	6%	5%	6%	4%
Total répondants	301	54	136	57	54	69	69	66	69	28 !

Notoriété spontanée des marques achetées en termes de produits qui intègrent de la matière recyclée

Q29. Pouvez-vous citer les marques que vous avez achetées ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux ayant achetés des produits TLC en matière recyclée = 301 répondants
Résultats > 3%

30% des répondants
ont déjà acheté
un produit qui intègre
de la matière recyclée



Notoriété spontanée des marques achetées en termes de produits qui intègrent de la matière recyclée (suite)

Q29. Pouvez-vous citer les marques que vous avez achetées ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ceux ayant achetés des produits TLC en matière recyclée = 301 répondants
Résultats >= 3%

	TOTAL	SEXE		ÂGE			
		Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
Non - Ne sait pas	27%	28%	25%	11%	21%	38%	41%
Decathlon (Quechua, Domyos)	15%	14%	15%	6%	17%	13%	26%
H&M	13%	8%	17%	28%	6%	6%	8%
Hoopal (marque)	6%	5%	7%	10%	5%	6%	1%
Entreprise, marque Hors TLC	6%	4%	7%	10%	8%	3%	2%
Adidas	4%	5%	4%	4%	7%	3%	3%
Total répondants	301	158	143	84	80	74	63

Notoriété spontanée des marques achetées en termes de produits qui intègrent de la matière recyclée (suite)

Q29. Pouvez-vous citer les marques que vous avez achetées ?

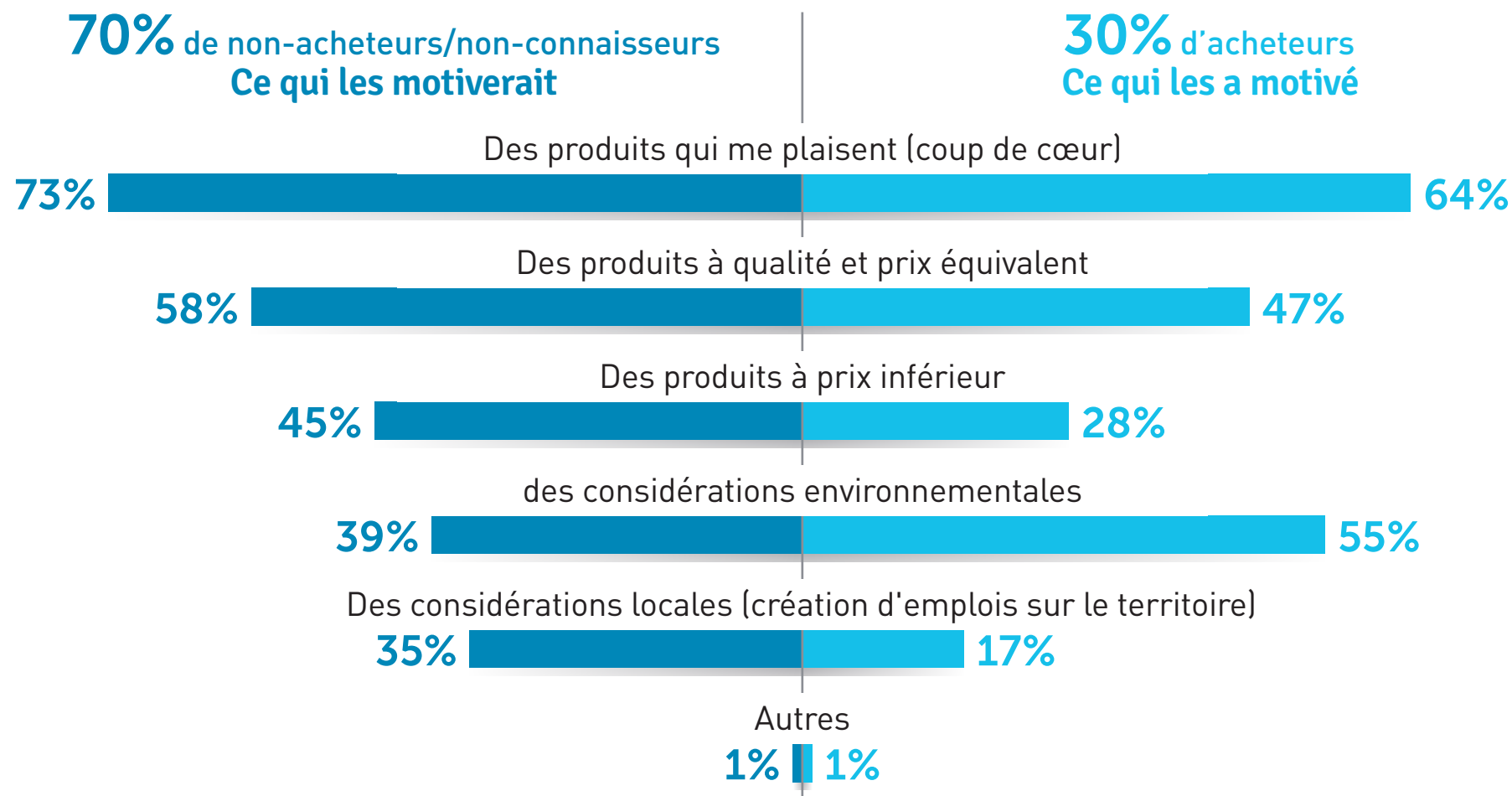
Plusieurs réponses possibles - Base Ceux ayant achetés des produits TLC en matière recyclée = 301 répondants
Résultats >= 3%

	TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
		PCS +	PCS -	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Non - Ne sait pas	27%	27%	26%	40%	13%	27%	25%	24%	34%	18%
Decathlon (Quechua, Domyos)	15%	7%	14%	26%	11%	10%	12%	14%	21%	21%
H&M	13%	15%	8%	9%	27%	19%	10%	12%	9%	18%
Hoopal (marque)	6%	5%	6%	—	13%	6%	7%	8%	2%	11%
Entreprise, marque Hors TLC	6%	6%	7%	2%	6%	2%	12%	3%	9%	—
Adidas	4%	2%	6%	2%	4%	6%	3%	3%	3%	7%
Total répondants	301	54	136	57	54	69	69	66	69	28 !

Motivation d'achat de produits en matière recyclée

Q31. [Pour les non-acheteurs ou non connaisseurs] **Qu'est-ce qui vous motiverait à acheter un produit en matière recyclée ?** / [Pour les acheteurs] **Qu'est-ce qui vous a motivé ?**

Plusieurs réponses possibles - Base Ensemble = 1 000 répondants



Motivation d'achat de produits en matière recyclée (suite)

Q31. [Pour les non-acheteurs ou non connaisseurs] Qu'est-ce qui vous motiverait à acheter un produit en matière recyclée ? / [Pour les acheteurs] Qu'est-ce qui vous a motivé ?

Plusieurs réponses possibles - Base Ensemble = 1 000 répondants

	TOTAL	SEXE		ÂGE			
		Homme	Femme	15 - 29 ans	30 - 44 ans	45 - 59 ans	60 ans et plus
Des produits qui me plaisent (coup de cœur)	70%	65%	76%	74%	70%	68%	70%
Des produits à qualité et prix équivalent	55%	54%	55%	56%	56%	54%	54%
Des considérations environnementales	44%	44%	44%	46%	45%	46%	40%
Des produits à prix inférieur	40%	41%	39%	32%	44%	41%	41%
Des considérations locales (création d'emplois sur le territoire)	29%	28%	31%	18%	26%	36%	36%
Total répondants	1 000	487	513	221	240	245	294

	TOTAL	PCS REGROUPÉS				RÉGION DE RÉSIDENCE				
		PCS +	PCS -	Retraité	Autre sans activité pro.	Île-de-France	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest
Des produits qui me plaisent (coup de cœur)	70%	70%	69%	70%	74%	69%	70%	74%	70%	67%
Des produits à qualité et prix équivalent	55%	51%	57%	53%	53%	55%	55%	52%	59%	48%
Des considérations environnementales	44%	53%	42%	41%	46%	42%	42%	45%	47%	42%
Des produits à prix inférieur	40%	26%	42%	42%	42%	34%	43%	38%	40%	45%
Des considérations locales (création d'emplois sur le territoire)	29%	30%	28%	35%	24%	21%	34%	35%	26%	30%
Total répondants	1 000	135	433	269	163	185	225	229	249	112



4, cité Paradis • 75010 PARIS
Tél. 01 85 08 42 38

www.ecotlc.fr • www.lafibredutri.fr