



DOSSIER DE PRESSE

Donner, acheter ou vendre d'occasion : 98% des Français l'ont testé

— 23.10.12



SOMMAIRE

Consommer mieux : une évolution nécessaire de notre modèle économique

- 1. Donner une « seconde vie » aux produits, 98% des Français l'ont déjà fait**
 - a. Des approches variables selon les profils de consommateurs
 - b. Les jeunes actifs, champions de la seconde vie des objets
- 2. Le réemploi des produits : les réseaux évoluent**
 - a. Des acteurs du réemploi de plus en plus nombreux
 - b. Des pratiques en évolution
- 3. A chaque produit sa « seconde vie »**
- 4. Les pistes d'actions identifiées par l'ADEME pour renforcer l'intérêt du consommateur**

Annexes

- 1. Des produits plus ou moins réemployés**
- 2. Les chiffres clés par filières REP (Responsabilité Élargie du Producteur)**

L'ADEME EN BREF

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale, l'agence met à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, ses capacités d'expertise et de conseil. Elle aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle du ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie et du ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche. www.ademe.fr

www.ademe.fr / Twitter : [@ademe](https://twitter.com/ademe) et [@ecocitoyens](https://twitter.com/ecocitoyens)
[Blog Presse ADEME](#)

Service de presse ADEME / 01 49 09 27 47
ademepresse@fbwa-corporate.com

Consommer mieux : une évolution nécessaire de notre modèle économique

Vers une économie « circulaire » ?

« Extraire – fabriquer – jeter », telle est la définition de l'économie linéaire, notre modèle actuel : les entreprises extraient les matières premières pour la fabrication de nouveaux produits puis les vendent à un tiers qui les jette une fois que leur fonction première est dépassée. **Aujourd'hui ce sont 65 milliards de tonnes de matières premières qui ont ainsi été injectées dans l'économie en 2010 et ce chiffre devrait passer à 82 milliards de tonnes en 2020.**¹

Aujourd'hui, sous le double effet de la croissance démographique, de l'augmentation de la difficulté d'accès aux matières premières et de l'impérieuse nécessité de réduire nos impacts sur l'environnement, notre modèle de consommation pose plusieurs questions :

- Comment satisfaire les besoins d'une population qui atteindra les 9 milliards de personnes d'ici 2050 ?
- Comment garantir un accès équitable aux ressources pour l'ensemble de cette population ?
- Comment limiter notre impact sur l'environnement ?

Cesser d'extraire et de consommer des ressources pour jeter plus ou moins rapidement les produits fabriqués en perdant une partie des matières est aujourd'hui un impératif environnemental. Il est ainsi primordial de renforcer l'utilisation efficace des ressources et de limiter l'impact de nos sociétés sur l'environnement.

Les entreprises, comme les collectivités, ont un grand rôle à jouer dans l'utilisation des ressources renouvelables et dans la valorisation des déchets qui favorise le recyclage, le réemploi et la réparation. L'écoconception, l'écologie industrielle et les modèles d'affaires intégrant la préservation de l'environnement sont par ailleurs des démarches profitables, notamment pour les entreprises. Tendre vers une économie circulaire est en effet une opportunité économique. La mise en œuvre de l'économie circulaire peut ainsi avoir un impact positif sur la compétitivité des entreprises, en leur permettant de réduire leurs coûts, mais aussi sur le pouvoir d'achat du consommateur, qui peut bénéficier de produits moins coûteux.

Pour mettre en place ce cercle vertueux, les entreprises doivent innover tant dans les technologies que dans leur organisation. L'ADEME les y aide en faisant la promotion de l'économie dite « circulaire » notamment à travers le programme « Economie Circulaire » des Investissements d'avenir. Doté d'une enveloppe de 210 millions d'euros, il soutient le développement de nouvelles solutions dans les domaines du recyclage des déchets, de la réhabilitation des sites et sols pollués et de l'éco-conception.

¹ Source : rapport Ellen Macarthur foundation *Vers une économie circulaire*
www.ademe.fr / Twitter : [@ademe](https://twitter.com/ademe) et [@ecocitoyens](https://twitter.com/ecocitoyens)
[Blog Presse ADEME](#)

Sept axes d'intervention sur l'économie pour mettre en œuvre un cycle vertueux :

L'exemple des pneus

1



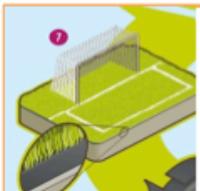
L'ÉCOCONCEPTION
prend en compte les impacts environnementaux de chaque étape du cycle de vie d'un procédé ou d'un produit pour les réduire au maximum.

2



L'ÉCOLOGIE INDUSTRIELLE
consiste à mutualiser les besoins en énergie et en ressources naturelles de toutes les entreprises industrielles d'un territoire pour limiter l'impact de leur activité sur l'environnement.

7



LE RECYCLAGE
permet de récupérer les matières premières d'un produit qui n'a trouvé aucun autre usage, pour les réutiliser dans la fabrication de produits nouveaux.

3



L'ÉCONOMIE DE FONCTIONNALITÉ
consiste à vendre des services plutôt que des produits : la location de voitures permet par exemple à un consommateur de bénéficier des services d'une voiture sans devoir en acheter une.

6



LA RÉUTILISATION
consiste à utiliser un objet – en bon état ou usé – pour un autre usage que celui qui était prévu, comme on peut utiliser du matériel industriel pour faire des meubles vintage par exemple.

4



LE RÉEMPLOI
permet de donner une seconde vie à des objets qui sont toujours en bon état mais ne sont plus utiles à leur propriétaire, via le don ou la revente.

5



LA RÉPARATION
redonne une vie aux biens en panne ou abîmés.

Ce modèle économique tend vers l'utilisation efficace de toutes les ressources (matières, énergies, eau, air, sol...) à toutes les étapes du cycle de fabrication, notamment grâce à l'écoconception, à une consommation raisonnée et à l'exploitation des produits usagés comme ressource.

Dans l'économie circulaire, les produits sont donc conçus pour :

- minimiser tous les impacts sur l'environnement,
- avoir des durées d'usage longues,
- consommer le moins de ressources pendant l'utilisation, notamment en termes d'énergie,
- être facilement réemployés/ réutilisés, réparés, renouvelés,
- être démantelés puis recyclés dans des produits à haute valeur ajoutée.

Les 6 principes de l'économie circulaire¹ :

1. L'utilisation modérée et la plus efficace possible des ressources non renouvelables
2. Une exploitation des ressources renouvelables respectueuses de leurs conditions de renouvellement
3. L'écoconception et la production propre
4. Une consommation respectueuse de l'environnement
5. La valorisation des déchets en tant que ressources
6. Le traitement des déchets sans nuisance

Le réemploi, l'un des piliers de l'économie circulaire :

Le réemploi, aussi appelé « seconde vie des produits », consiste à prolonger la durée de vie d'un produit ou d'un objet, à lui donner une seconde vie en permettant qu'il soit réutilisé par d'autres personnes. Il peut s'agir du don d'objets ou de l'achat / vente d'occasion.

Si le réemploi a longtemps souffert d'une image négative liée à une certaine stigmatisation des bénéficiaires souvent en situation précaire, il fait aujourd'hui figure de nouvelle filière économique pour les différentes catégories sociales. La crise économique a en effet accéléré le développement de cette pratique qui permet de gagner de l'argent (en vendant des objets qui sont encore en bon état) ou d'en économiser (en bénéficiant de dons ou en achetant d'occasion des produits moins chers que dans le circuit classique de distribution). Ainsi, en 2012, ce sont 98% des Français qui disent déjà avoir pratiqué le réemploi. Ils sont d'ailleurs de plus en plus nombreux à en avoir entendu parler (55% en 2012 vs 39% en 2010²).

Si l'essentiel du réemploi prend encore la forme de dons pour 49% des Français et reste assimilé aux pratiques de « délaissement » (don et vente) ou d'achat d'occasion, donner une seconde vie aux objets apparaît aussi de plus en plus comme une réponse positive aux enjeux de responsabilité sociale ; devenue tendance, cette pratique relève ainsi de plus en plus souvent du geste « malin ».

A quelle occasion pratique-t-on le réemploi ?

- un besoin et donc un achat à petit prix (électroménager, matériel informatique)
- se faire plaisir mais à moindre coût (jeux, jouets)
- le coup de cœur (meubles, objets de décoration, livres, CD, DVD)

² Les Français et le réemploi des produits usagés - 2012

www.ademe.fr / Twitter : [@ademe](https://twitter.com/ademe) et [@ecocitoyens](https://twitter.com/ecocitoyens)
[Blog Presse ADEME](#)

Le réemploi en quelques chiffres

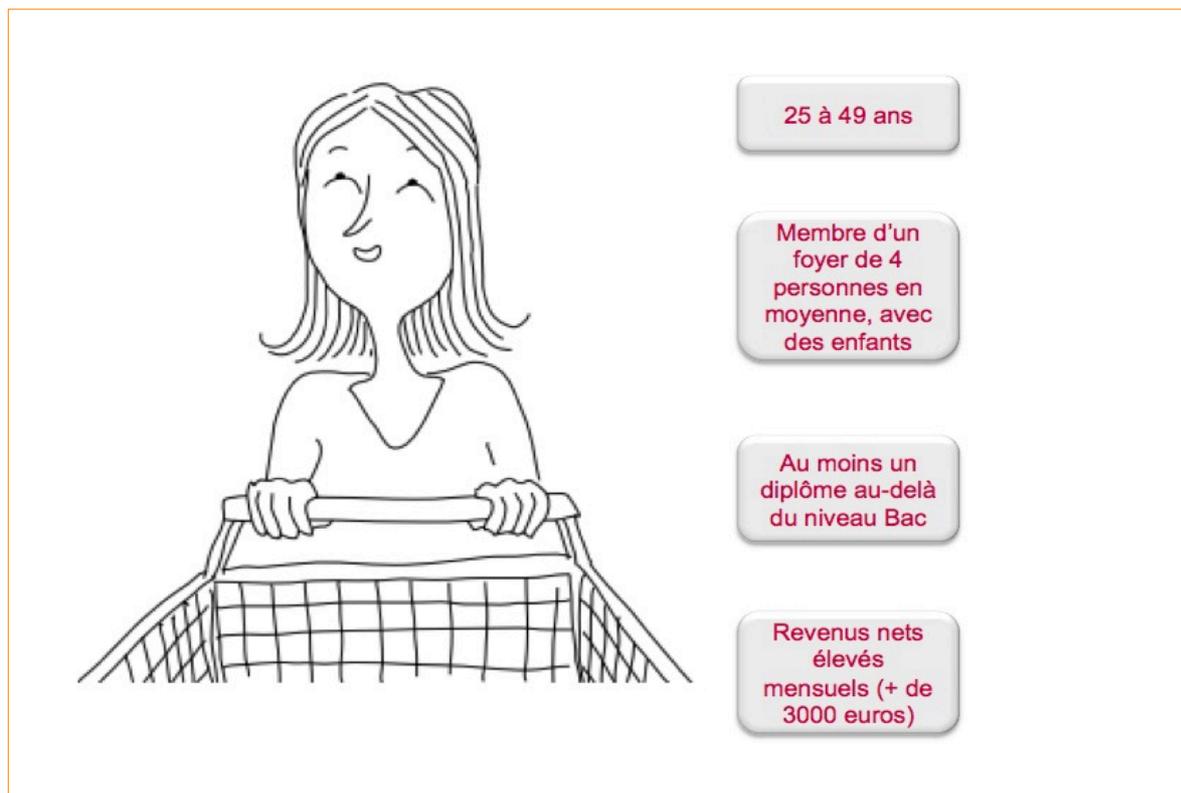
- 96% des Français pensent que le réemploi permet de réduire la quantité des déchets,
- 90% pensent que la seconde vie des produits permet de réinsérer des personnes en difficulté,
- 96% soit 6% de plus qu'en 2010, estiment que le réemploi est un mode de consommation qui a de l'avenir,
- L'achat de produit d'occasion peut être un moyen de se faire plaisir pour 89% des Français,
- 75% pensent que les produits d'occasion sont de plus en plus « tendance »,
- 93% estiment qu'acheter des produits d'occasion, c'est une façon de consommer malin en temps de crise
- 92% sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle l'achat de produit d'occasion permet d'acheter des produits à bas prix

DONNER UNE SECONDE VIE AUX PRODUITS, 98% DES FRANÇAIS L'ONT DÉJÀ FAIT

Les jeunes actifs, champions du réemploi des produits

98% des Français ont déjà pratiqué le réemploi

Le profil-type du « réemployeur »



Des perceptions variables selon les profils de consommateurs

La crise financière a fait émerger de nouveaux comportements de consommation qui consistent à mieux consommer pour moins dépenser : **67 % des Français vont d'ailleurs réduire leurs dépenses dans les mois à venir**³.

Les consommateurs souhaitent aujourd'hui reprendre le « pouvoir » sur leur achat, ils sont à la recherche du bon plan ou de la promotion. Le consommateur cherche ainsi par ses propres moyens à **trouver l'information et responsabiliser ses achats**.

- Les « écocitoyens »⁴ (49% de la population) sont réceptifs et convaincus par les problématiques environnementales. Ils cherchent à revenir à un mode de consommation simple, naturel, basé sur la notion d'authenticité. Ils ont la volonté de consommer mieux à défaut de consommer moins et privilégient donc les réseaux de réemploi : location, consommation collaborative (partage de produits, échanges ou troc).
- A l'inverse, les personnes les moins aisées pratiquent moins le réemploi qu'elles perçoivent comme stigmatisant. Elles utilisent donc moins les réseaux traditionnels d'occasion ou de don, mais ne sont pas opposées aux nouvelles pratiques d'achat sur Internet qu'elles voient comme un canal d'achat « malin », pour acheter ou vendre des produits plus facilement.
- Les personnes plus âgées (+ de 50 ans), quant à elles, ont une vision plus traditionnelle du réemploi qu'elles voient comme une aide à la réinsertion des personnes en difficulté. Si elles fréquentent les réseaux traditionnels du réemploi, des freins persistent comme la crainte de problèmes d'hygiène et de qualité.

³ Etude publiée en janvier 2012 *les Français et les dépenses*

⁴ Sensibilité des Français de plus de 15 ans à la prévention des déchets. Etude réalisée pour le compte de l'ADEME et de l'IFOP, juin 2011

LE REEMPLOI DES PRODUITS : LES RESEAUX EVOLUENT

Des acteurs de plus en plus nombreux

Une notoriété globale en progression

Le nombre de structures de réemploi et de la réutilisation est de 4943 établissements actifs⁵ en 2012. La notoriété de ces nombreuses structures progresse : 74% des Français sont capables d'en citer au moins une (contre 39% en 2010⁶).

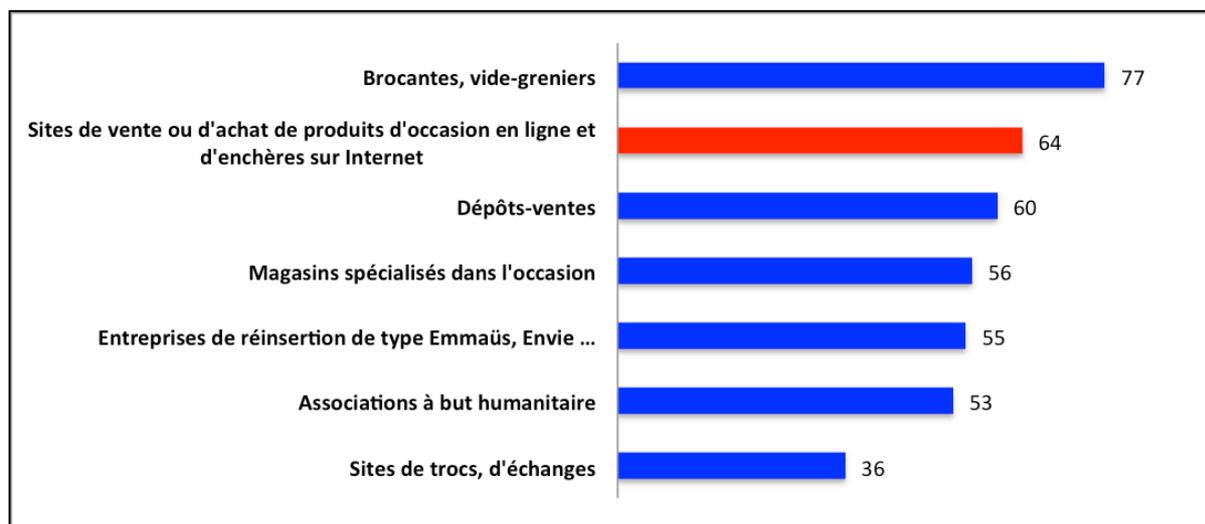
95% des Français ont fréquenté une structure ou un lieu de réemploi au cours des deux dernières années

- Ce sont les acteurs de l'occasion (journaux de petites annonces, les sites Internet de mise en relation, les vide-greniers et brocantes, les dépôts-ventes et les revendeurs)⁷ qui bénéficient de la plus forte notoriété (cités par 50% des Français, +30 points par rapport à 2010) et arrivent ainsi à égalité avec les associations et les entreprises de réinsertion (+23 points par rapport à 2010).
- Emmaüs, entreprise de réinsertion, reste en première place et est citée spontanément par 37% des Français (vs 18% en 2010), suivi des magasins spécialisés dans l'occasion (26%, soit + 14 points par rapport à 2010). Les brocantes / vide-greniers font, quant à eux, un bond cette année avec 22% de citations contre seulement 7% lors de la dernière édition.

Les nouveaux arrivants : les sites de vente par Internet

Les sites Internet de vente ou d'achat de produits d'occasion en ligne progressent également fortement puisqu'ils passent de 3% des citations en 2010 à 13% cette année.

La fréquentation des différentes structures du réemploi :



— Réseaux traditionnels
— Nouveaux réseaux

Le niveau de fréquentation des différentes structures du réemploi est élevé, même si la plupart du temps les Français qui les fréquentent disent le faire « rarement ».

⁵ Source : panorama de la deuxième vie des produits en France 2012

⁶ Le libellé de la question a été complété en 2012

⁷ L'activité d'occasion se traduit par une transaction entre le propriétaire initial du produit et le repreneur ; transaction qui peut prendre la forme d'une vente ou d'un troc vs les acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire qui favorisent, par l'activité économique, l'insertion de personnes en difficulté et permettent à des personnes de s'équiper à moindre frais (ex : Emmaüs)

www.ademe.fr / Twitter : [@ademe](https://twitter.com/ademe) et [@ecocitoyens](https://twitter.com/ecocitoyens)
[Blog Presse ADEME](http://Blog.Presse.ADEME)

Des pratiques en évolution

A mesure que le profil type du réemployeur évolue, les pratiques du réemploi se transforment.

Ainsi, en 2012, on constate un **déplacement des pratiques du réemploi des réseaux «traditionnels» (associations et entreprises de réinsertion) vers les réseaux de l'occasion et les transactions entre particuliers**. Dans les pratiques d'achats, davantage de Français se tournent aujourd'hui vers des proches (20% en 2012 vs 7% en 2010), un site Internet (19% vs 11% en 2010 et 2% en 2004) alors qu'ils achètent moins dans les structures traditionnelles comme les brocantes ou vide-greniers (18% vs 35% en 2010). Les associations, entreprises de réinsertion, dépôts-ventes et petites annonces concernent moins de 10% des actes d'achat analysés et évoluent peu.

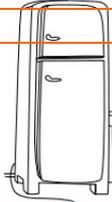
D'autre part, avec l'émergence des sites Internet, **les échanges entre particuliers se généralisent** : les Français craignent moins d'acheter du matériel pouvant être soumis à des pannes à des personnes qu'elles connaissent. Cette pratique a largement été favorisée par le développement d'Internet et les sites de petites annonces en ligne comme Ebay ou Leboncoin.

Enfin, si 48% des personnes qui n'ont pas encore acheté d'occasion se disent prêtes à le faire (une proportion en stagnation par rapport à 2010), elles sont désormais plus ouvertes aux catégories de produits phares du réemploi : meubles, objets de décoration et jeux et jouets.

Quant aux livres, CD et DVD, ils restent la première catégorie achetée d'occasion même si dans sa pratique, elle n'a pas évolué par rapport à 2010 (50% vs 51% en 2010).

- **Ces catégories de produits font fortement l'objet de réemploi dans leur délaissement car ne sont pas soumis à des pannes ou à des problèmes de fonctionnement.** Leur durée de vie peut donc être prolongée au-delà de la première utilisation.
- Lorsqu'ils font l'objet de réemploi, ces produits ou objets sont principalement donnés.
- Les produits réutilisés sont donc principalement vendus car n'étant pas susceptibles de « pannes » et peuvent donc être plus facilement achetés sans crainte.
- Le fait de rendre service et faire plaisir serait également la première motivation à donner des produits dont on ne se sert plus pour 35% des Français.
- Les principales catégories achetées d'occasion restent les livres, CD et DVD, les jeux et jouets, les objets de décoration et les meubles, déjà achetés d'occasion ou troqués par 37% à 50% des Français. Les vêtements et chaussures marquent un léger décrochage dans l'achat d'occasion cette année pour revenir au niveau de 2004 : achetés ou troqués par 25% des Français contre 33% en 2010.

Le gros électroménager : 70% des Français les ont déjà donnés ou vendus

DELAISSEMENT	ACHAT
61% les ont donnés ou rapportés en magasin	13% les ont achetés d'occasion
19% des Français qui s'en sont débarrassés l'ont déjà vendu et le plus souvent via Internet (51%) voire à des proches (22%) et des dépôts-ventes (11%), un peu plus parce qu'on n'en a plus l'utilité et qu'il peut encore être utile à quelqu'un.	
Les freins : panne ou ne sert plus.	

- Dans le bas du tableau, toutes les catégories de produits soumises à des pannes et à des garanties sont achetées neuves dans plus de 80% des cas : l'électroménager, le matériel informatique, hi-fi ou vidéo et les téléphones portables ou tablettes tactiles (achetés d'occasion par seulement 8% des Français qui en ont déjà achetés).
- En effet, le principal frein à l'achat d'occasion reste très majoritairement les problèmes de qualité et de SAV, cités par 67% des Français qui n'achèteraient pas telle ou telle catégorie de produit. Parmi les freins secondaires à l'achat de produits d'occasion, il y a également le fait que le produit désiré n'existe pas d'occasion ou que les produits d'occasion sont démodés, ou encore qu'il est trop compliqué de rechercher un produit d'occasion qui convienne (que ce soit parce que cela prend trop de temps, parce qu'il n'y a pas de structure à proximité ou parce qu'on ne sait pas comment faire...).

Lorsque les produits ne sont pas réemployés et sont donc jetés, c'est surtout parce qu'ils ne fonctionnent plus (dans 66% des cas) ou parce qu'ils n'ont pas assez de valeur (17%). A noter que l'électroménager est plus souvent jeté parce qu'il ne fonctionne plus (dans près de 80% des cas) et les vêtements et objets de décoration parce qu'ils n'ont pas de valeur (dans un tiers des cas).

Les pistes d'actions identifiées par l'ADEME pour renforcer l'intérêt du consommateur

Le réemploi est encore en évolution dans ses pratiques. Toutefois, pour accélérer ce développement, les freins évoqués précédemment doivent disparaître.

Les pistes d'actions de l'ADEME :

- **Relayer par des campagnes de communication locales les campagnes de promotion de réemploi** : l'objectif est de sensibiliser les consommateurs au réemploi afin de favoriser les changements de comportements ; de faire connaître les structures, les acteurs et les produits concernés par le réemploi au niveau local afin de développer les pratiques ; et de mobiliser et impliquer les acteurs associatifs, les collectivités locales et les acteurs économiques.
- **Mettre en place des labels** : qu'ils portent sur les réseaux ou les produits, ces labellisations pourraient être les garants de la qualité et de la propreté des objets vendus ou donnés en seconde main.
- **Développer un réseau de SAV** : le Gifam et l'ADEME ont procédé à une évaluation très détaillée de la perception du SAV : de la phase « accueil » aux conseils délivrés, en passant par la qualité de la réparation. Au global, les consommateurs ont noté le SAV sur 19 prestations différentes qui concernent la phase de contact d'une part et la phase d'intervention. Ils se montrent plutôt satisfaits du SAV lorsqu'ils y ont eu recours même si des pistes d'amélioration subsistent. La mise en place d'un véritable SAV dédié à la seconde vie des objets permettrait de rassurer les consommateurs, notamment sur les questions liées au dysfonctionnement survenu après l'achat.

ANNEXE : DES PRODUITS PLUS OU MOINS REEMPLOYES

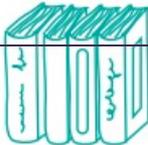
Les produits les plus réemployés

Les vêtements et chaussures : 92% des Français les ont déjà donnés ou vendus

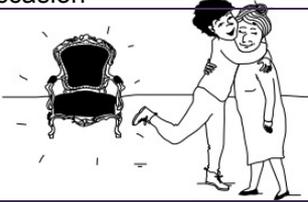


DELAISSEMENT	ACHAT
88% les ont donnés	22% les ont achetés d'occasion
Le plus souvent donnés à des associations dans 41% des cas, déposés dans les bornes (20%) pour aider les personnes en difficulté	
Les freins au don : hygiène et manque de temps. Les freins à la vente : articles abîmés et sans valeur	Les freins à l'achat : l'hygiène

Les livres, CD et DVD : 93% des Français les ont déjà donnés ou vendus

DELAISSEMENT	ACHAT
79% les ont donnés	46% les ont achetés d'occasion
vendus par 22% des Français qui s'en sont débarrassés.	plus souvent achetés par Internet (27%) ou en brocante (25%) pour leur originalité ou parce que l'occasion s'est présentée.
	Les freins : le problème vient le plus souvent du fait que l'objet recherché n'existe pas d'occasion (ce qui est bien entendu surtout le cas pour les nouveautés).

Les meubles : 84% des Français les ont déjà donnés ou vendus

DELAISSEMENT	ACHAT
68% les ont donnés	34% les ont achetés d'occasion
Les meubles sont plus souvent donnés à des proches (76%) pour faire plaisir / vendus par 24% des Français qui s'en sont débarrassés le plus souvent sur Internet (47%) ou dans des dépôts-ventes (10%), pour faire de la place et parce qu'ils sont encore en bon état	
	Les freins : c'est l'absence de besoin qui ressort, suivi par le fait que les meubles d'occasion peuvent être obsolètes ou démodés

Les produits les moins réemployés

Le matériel informatique : 71% des Français les ont déjà donnés ou vendus

DELAISSEMENT	ACHAT
57% les ont donnés ou rapporté en magasin Un peu plus souvent donné à des proches (60%) pour faire plaisir, parce qu'il n'a plus de valeur ou ne sert plus / 17% des Français qui s'en sont débarrassés l'ont déjà vendu, le plus souvent vendu sur Internet (59%) pour gagner de l'argent et dans une moindre mesure, pouvoir s'en acheter un autre.	11% les ont achetés d'occasion 
Les freins : matériel dépassé ou ne fonctionnant plus.	Craintes sur la qualité et la garantie des produits

Le petit électroménager : 56% des Français les ont déjà donnés ou vendus

DELAISSEMENT	ACHAT
49% les ont donnés ou rapporté en magasin Les freins : moins donné ou vendu que le gros le électroménager, son prix est plus bas et il est plus « facile » de le jeter à la poubelle.	12% les ont achetés d'occasion  craintes sur la fiabilité et la qualité du produit

ANNEXE : LES CHIFFRES CLES PAR FILIERE REP (RESPONSABILITE ELARGIE DU PRODUCTEUR)

Pour limiter l'impact environnemental, une meilleure gestion des déchets s'est imposée. Le principe du pollueur / payeur est alors apparu pour transférer au producteur du déchet (fabricant ou importateur) la responsabilité financière de la gestion des déchets.

La France est le pays qui a le plus recours à ce principe de gestion avec une vingtaine de filières REP de différents types et à différents stades de mise en œuvre.

4 objectifs de la REP⁹ :

- Décharger les collectivités territoriales de tout ou partie des coûts de gestion des déchets et transférer le financement du contribuable vers le consommateur ;
- Inclure dans le prix de vente du produit neuf les coûts de gestion de ce produit une fois usagé ;
- Inciter les producteurs à s'engager dans une démarche d'écoconception ;
- Améliorer la performance de recyclage des déchets.

LES DECHETS A DOMICILE



Médicaments**

- L'année 2011 fut marquée par de très bons résultats en termes de collecte avec une augmentation du taux de près de 10% par rapport à l'année 2010 dépassant largement l'objectif de 2% fixés dans la demande d'agrément de l'association Cyclamed.

Équipements électriques et électroniques ménagers*

- 448 000 tonnes collectées, soit 6,9kgs par habitant par an en 2011
- 193 millions d'euros d'éco-contributions perçus sur ces produits en 2011

Piles et accumulateurs*

- 222 000 tonnes mises sur le marché en 2011
- 215 000 tonnes collectées en 2011
- 211 000 tonnes traitées en 2011

Ameublement***

- Gisement estimé à 2,7 millions de tonnes de déchets, comprenant en majorité des éléments ménagers et assimilés

Cartouches d'impression bureautique****

- En 2011, près de 15 000 tonnes de cartouches d'impression bureautiques usagées ont été mises sur le marché et 6 400 tonnes ont été collectées et la filière a valorisé 6 300 tonnes de cartouches d'impression bureautiques usagées

Papiers graphiques ménagers (et assimilés)***

- 1,9 millions de tonnes de déchets mises sur le marché en 2011
- 98% des Français sont concernés par cette filière en 2010

Textiles, linge de maison et chaussures***

- 125 000 tonnes de textile, linge de maison et chaussures usagés des ménages collectés
- 13,7 millions d'euros d'éco-contribution perçus en 2011

Emballages ménagers**

- 67,1 % recyclés en 2011

⁹ Source : Les filières à Responsabilité élargie du producteur - panorama 2011 - édition 2012

LES DECHETS DU SECTEUR AUTOMOBILE



Lubrifiants**

- En 2011, le taux de collecte des huiles usagées moteurs est de 96,8 %.
- Environ 52 % des huiles usagées noires collectées ont fait l'objet d'une régénération, le reste a été valorisé sous forme d'énergie.

Automobiles*

- 79% des véhicules hors d'usage ont été recyclés en 2010
- 81,9% des véhicules hors d'usage ont été valorisés en 2010

Pneumatiques***

- 491 000 tonnes de pneumatiques déclarés mis sur le marché français en 2011
- 392 000 tonnes, soit 84% des quantités mises sur le marché sont traitées en 2011

LES PRODUITS A RISQUES



Produits de l'agrofourmiture****

- 80 000 tonnes de plastiques usagés produits en 2011
- 55% des produits collectés
- 49% des produits collectés sont recyclés

Fluides frigorigènes fluorés**

- 611 tonnes de fluides frigorigènes régénérés en 2011, soit 70% du tonnage collecté

Déchets d'activités de soins à risques infectieux (DASRI)***

- 360 tonnes de DASRI produites par an
- La filière DASRI est la plus petite des filières REP en termes de tonnage en France

Produits chimiques***

- 43 000 tonnes de déchets diffus spécifiques ménagers produites par an, dont 14 000 tonnes d'emballages souillés ou non.

* Filières à Responsabilité Elargie du Producteur européennes

** Filières à Responsabilité Elargie du Producteur françaises mettant en œuvre une réglementation européenne sectorielle déchets

*** Filières à Responsabilité Elargie du Producteur imposées par une réglementation française

**** Filières à Responsabilité Elargie du Producteur basées sur un accord volontaire