



## Recyclage, upcycling, réemploi : les Millennials ne demandent qu'à être encouragés !

---

Quelles sont les habitudes de consommation et de recyclage des Millennials, cette génération scrutée de près par les marques ? C'est ce qu'a cherché à savoir Éco-mobilier, éco-organisme en charge de la collecte, du tri et du recyclage des meubles usagés, en les interrogeant, en partenariat avec l'Ifop. Les résultats révèlent une sensibilité accrue aux principes de l'économie circulaire et le potentiel considérable des Millennials pour participer au recyclage, au réemploi et à la valorisation des meubles usagés.

### 92% des Millennials pratiquent le tri sélectif

Les sondés, âgés entre 18 et 34 ans et communément appelés « Millennials » affirment à **92%** pratiquer le tri sélectif. Un chiffre fort et marquant qui chute considérablement lorsqu'il s'agit spécifiquement des meubles : **30%** d'entre eux ont le réflexe du tri sélectif pour le mobilier.

Pour autant, lorsque l'on interroge les Millennials sur l'importance qu'ils accordent au recyclage, on apprend que **93%** d'entre eux considèrent cette pratique comme importante voire primordiale. Un chiffre qui illustre une sensibilité environnementale forte et une volonté d'agir concrètement au quotidien.

### L'upcycling : tout reste à faire pour séduire les Millennials

L'upcycling (récupérer des matériaux ou des produits dont on n'a plus l'usage afin de les transformer en matériaux ou produits de qualité ou d'utilité supérieure), n'est pas une pratique répandue chez les Millennials puisque **66%** affirment ne pas en avoir entendu parler. Interrogés spécifiquement, ceux qui ne connaissent pas, sont plutôt enclins à tester cette pratique au cours des 12 prochains mois, en achetant des produits issus de l'upcycling (pour **41%** d'entre eux), ou en upcyclant eux-mêmes des objets et des vêtements pour les offrir ou les vendre (pour **37%** d'entre eux).

### Des réflexes encourageants en phase avec l'économie circulaire

**83%** des Millennials interrogés privilégient l'achat de meubles neufs pour s'équiper en mobilier (dont 49% en magasins). En parallèle, lorsqu'il s'agit de se débarrasser d'un meuble, **38%** des Millennials les vendent sur des sites de vente aux particuliers et 35% les déposent en déchèterie.

---



---

## L'étude – la méthodologie

L'Ifop a mené une étude pour mieux connaître cette cible privilégiée et énigmatique des Millennials, c'est-à-dire les 18-34 ans, consommateurs en devenir ou déjà aguerris. Eco-mobilier a jugé intéressant de chercher à mieux les connaître, à mieux comprendre leurs habitudes et leurs attentes autour du recyclage, du réemploi, ...

Etude quantitative réalisée auprès d'un échantillon national représentatif **de 1000 individus âgés de 18 à 34 ans**. L'échantillon a été structuré selon la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé et du chef de ménage, région et catégorie d'agglomération) et menée du jeudi 23 au vendredi 24 novembre 2017.

## A propos d'Eco-mobilier

Eco-mobilier a été créé en décembre 2011 par 12 distributeurs et 12 fabricants français. Eco-organisme à but non lucratif, Eco-mobilier a été agréé par les pouvoirs publics le 26 décembre 2012 et réagréé le 26 décembre 2017 pour une période de 6 ans, afin de gérer la collecte, le tri, le recyclage et la valorisation de tous les meubles usagés ainsi que pour en favoriser le réemploi. Pour remplir cette mission, l'éco-participation est appliquée à l'achat de meubles neufs depuis le 1<sup>er</sup> mai 2013. Depuis sa création, Eco-mobilier a collecté plus d'1 million de tonnes de meubles usagés, valorisées à plus de 90% et vise à horizon 2023, le ZERO enfouissement.

Eco-mobilier en chiffres (estimations à fin 2017): plus de 4 000 points de collecte, en déchèteries publiques, sur les plateformes de l'économie sociale et solidaire et avec les distributeurs ou professionnels volontaires / 530 000 tonnes collectées et valorisées à 93 %, dont 58 % de recyclage.

---

CONTACTS PRESSE

Stéphanie Taillibert

T. +33 (0)1 44 90 87 43 - [stephanie.t@markoagency.com](mailto:stephanie.t@markoagency.com)