

Carnet d'inspiration

Idéathon

Exemples d'initiatives inspirantes, tendances d'évolution, mutations et chiffres éclairants sur les 4 thèmes de l'idéathon !

Cette veille a pour but d'inspirer les participants de l'Assemblée des jeunes de la Ville de Lyon.

Les informations présentées dans ce document n'ont pas vocation à être exhaustives ni à représenter le point de vue de la Ville de Lyon sur les différents enjeux présentés.

Ce document a été rédigé par Ygor, l'accélérateur d'engagement et les facilitateurs de l'idéathon.

Les scénarios présentés sont fictifs et l'analyse des risques est une extrapolation faite par les rédacteurs de ce document.

L'objectif est de susciter des échanges et des discussions constructives au sein de chaque groupe de travail.

Groupe Équipement et consommation

Idéathon

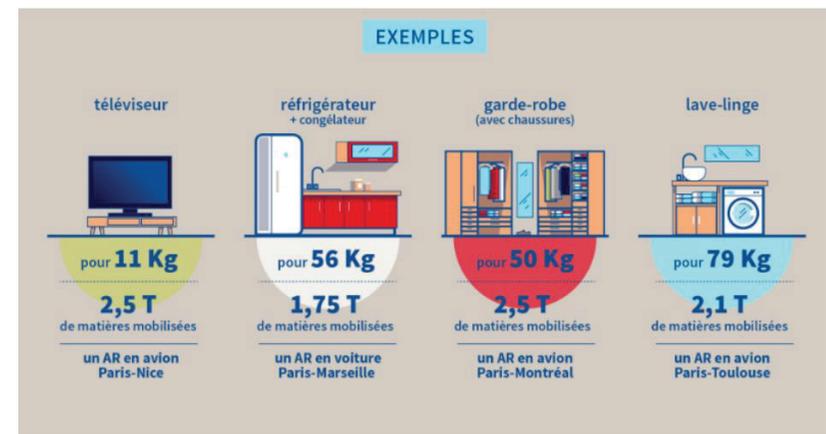
Quelques chiffres sur l'impact de la consommation en France

2,5 tonnes
d'équipements et de meubles
sont possédés par chaque ménage français.

Les **émissions de CO2** durant tout le cycle de fabrication de ces équipements est de **6 tonnes**. C'est à peu près l'équivalent

de 6 aller-retours Paris New-York.

Ademe, 2018



La sobriété des jeunes : un choix subi ?

“ En 2021, **4,1 millions** de jeunes de moins de 30 ans ont un **niveau de vie inférieur au seuil de pauvreté.** ”

“ Les jeunes adultes constituent la tranche d'âge où le **risque d'être pauvre est le plus grand**, et pour qui la situation s'est le **plus dégradée** en quinze ans. ”

La précarité étudiante en France :
quelle réalité en 2024 ?



Les jeunes et la consommation : vers des pratiques plus éco-responsables ?

79% des jeunes de 15 à 25 ans déclarent accorder une **grande importance aux sujets environnementaux**, davantage que leur conjoint et leurs parents (Ademe, 2023).

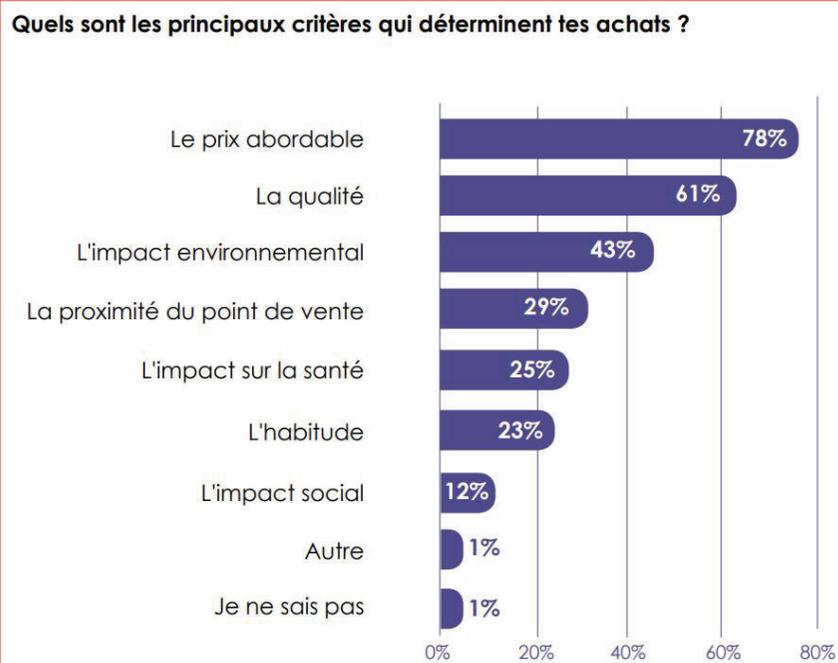


Figure 10 : Top 3 des critères les plus importants dans la décision d'achat des étudiant-e-s.

REFEDD, 2020

Le **coût** et la **qualité du produit** restent les **premiers critères à l'achat**, devant l'impact environnemental ou l'impact sur la santé...

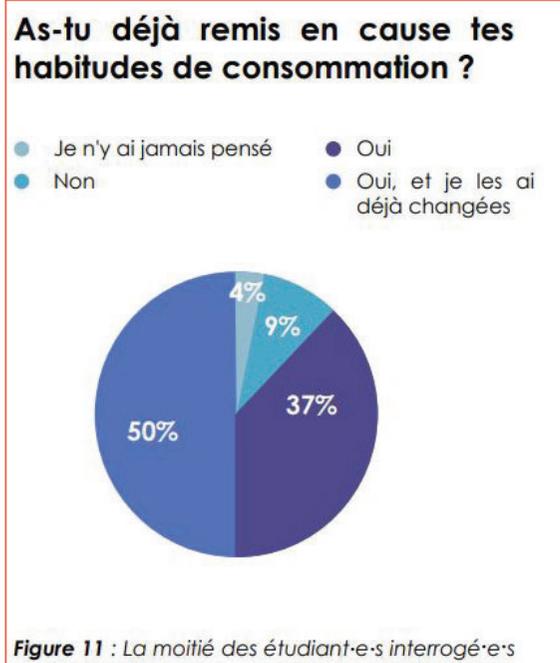


Figure 11 : La moitié des étudiant-e-s interrogé-e-s a déjà remis en cause et changé ses habitudes de consommation.

REFEDD, 2020

...Mais l'**impact environnemental** est le **premier levier de changement** des habitudes de consommation pour les jeunes.

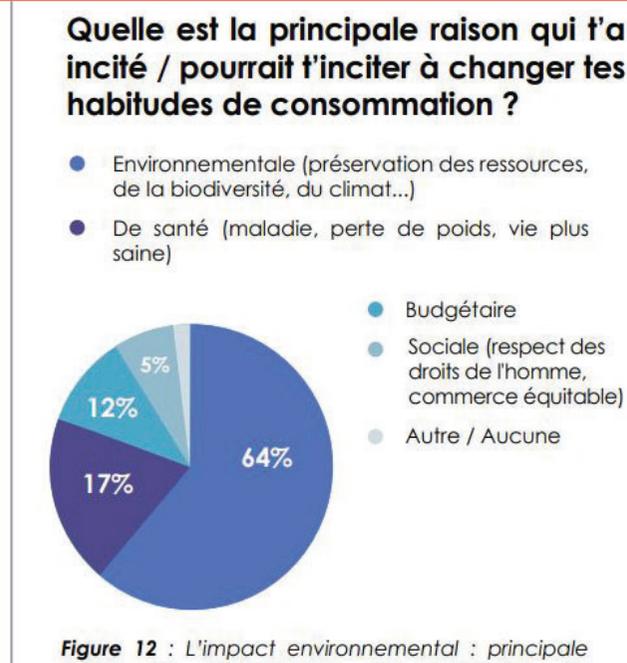


Figure 12 : L'impact environnemental : principale raison du changement des habitudes de consommation des étudiant-e-s.

Une prise de conscience des enjeux environnementaux qui se traduit peu dans les comportements

Les habitudes de consommation des jeunes sont marquées par la **digitalisation des achats** : les jeunes achètent davantage sur Internet que le reste de la population. La **personnalisation des publicités** par des stratégies marketing sur les réseaux sociaux accélère cette dynamique.



En parallèle, les habitudes de consommation sont toujours caractérisées par l'éphémère et la saisonnalité : ainsi, Shein est le premier lieu d'achat d'habillement des 15-24 ans en France.

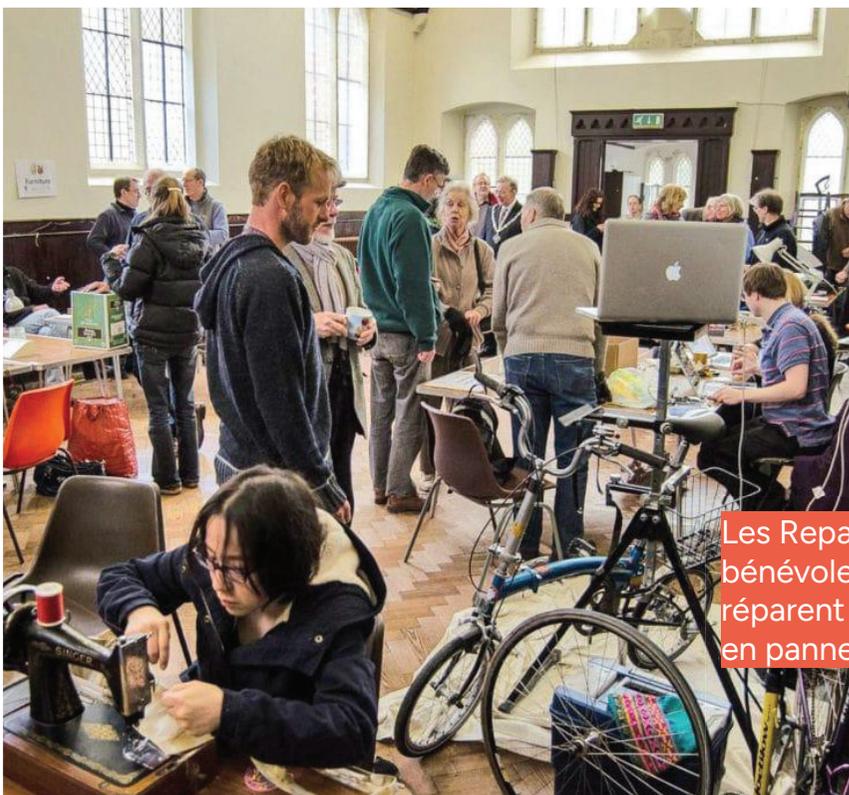


Autre nouvelle tendance, la **fast-déco**, investie par Temu, Shein ou encore AliExpress : 46% des acheteurs de produits de décoration **renouvellent au moins une fois par an** des éléments de leur pièce à vivre, selon Zero Waste France.

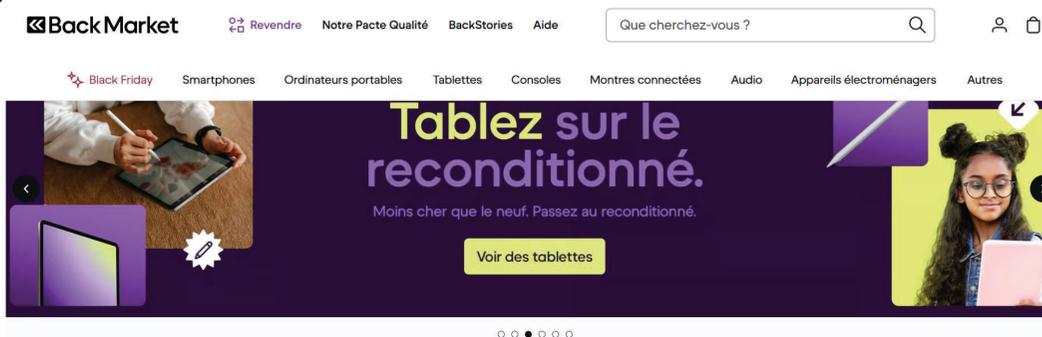
Réparer, réemployer, reconditionner...

Thème Équipement et consommation

Les jeunes, par souci budgétaire mais aussi environnemental, se tournent de plus en plus vers l'**économie circulaire**, en **réparant plutôt qu'en jetant** pour racheter, en dénichant **des équipements déjà utilisés** ou en consommant des **produits d'occasion**



Les Repair cafés, des lieux où bénévoles et particuliers réparent ensemble leurs objets en panne ou cassés.



La circularité recommence ici.

Achetez et revendez vos appareils à des pros du reconditionné.

“ Pour des raisons sans doute avant tout financières, les **jeunes optent aussi beaucoup plus largement pour des produits reconditionnés**, remis en état comme neufs par les marques ou enseignes : **28% des 18-24 ans en ont acheté au cours des 12 derniers mois, contre 18% des Français.**”

Une jeunesse à deux vitesses, entre idéal consumériste et idéal écologiste ?

Les jeunes sont des personnes comme les autres : la réalité est plus complexe et nuancée qu'une fracture nette entre deux blocs monolithiques.

Bien qu'il existe une **plus grande préoccupation des enjeux environnementaux chez les jeunes** que le reste de la population, une **inertie au changement demeure comme pour les autres classes d'âge**.

Mais une tendance vers un comportement éco-responsable se dégage de la société globale : **le "consom'acteur"** qui veut manifester son engagement à travers son acte d'achat.

The screenshot shows a social media interface with a navigation bar at the top containing the text "ça commence par moi", "AGIR", "COMPRENDRE", "MOBILISER", "Me connecter", and "CREER UN COMPTE". The feed consists of several posts:

- Post 1:** Features an image of vintage televisions and a bicycle. The text reads "le défi Rien de neuf" and "trop vite, trop souvent Dans notre société du 'tout, tout de suite, maintenant',...". It has 39/408 likes.
- Post 2:** Features an image of a blue robot. The text reads "SHOPPING J'achète sur Label Emmaüs" and "Les associations aussi sur le Web Si je vous di...". It has 209/408 likes.
- Post 3:** Features an image of a large pile of cardboard boxes. The text reads "SHOPPING Je découvre les alternatives ..." and "Pas évident de trouver les alternatives à côté...". It has 165/408 likes.
- Post 4:** Features an image of folded blue jeans. The text reads "SHOPPING Je fais un cadeau 'Made in...'" and "Dépenser pour soutenir le savoir-faire local L...". It has 343/408 likes.
- Post 5:** Features an image of several pairs of blue jeans hanging on a rack. The text reads "SHOPPING Je porte un jean éco-..." and "Le jean : ennemi écologique Le jean, c'est LE...". It has 229/408 likes.

Les acteurs de la réparabilité et de l'upcycling à Lyon

Thème Équipement et consommation

Ygor
Accélérateur
d'engagement



La ressourcerie créative regroupe une boutique de seconde main, un espace de tri et réception des dons, un lieu permanent pour des ateliers participatifs de création, d'upcycling et de réparation, et proposera bientôt un service de prêt d'objets.

L'atelier Soudé propose des ateliers de réparations électroniques participatifs à destination de tous : téléphones, ordinateurs, petit électroménager... il s'agit d'apporter ses objets hors-service et de les réparer grâce à la mise en commun des outils, compétences et idées.

L'association Change de chaîne offre la possibilité à ses adhérents de réparer leur vélo eux-mêmes, avec l'aide d'outils disponibles sur place, des connaissances et de l'énergie des bénévoles.

Autres exemples, ailleurs

BUA (Barn-Unge-Aktivitet) est une organisation norvégienne à but non lucratif qui permet à la **jeunesse d'essayer des activités** de plus en plus variées, sans augmenter leur consommation.

Est en effet proposé à toutes et à tous le prêt gratuit de matériel de sport ou lié à la vie en plein air (skis, tentes, patins à glace...).

Il suffit d'avoir un numéro de téléphone norvégien.



La Boutique sans argent est une association parisienne à but non lucratif installée dans le 12^{ème} arrondissement, qui comme son nom l'indique, permet à toutes et à tous de se saisir d'objets gratuitement, en se limitant à cinq articles maximum, par jour et par personne.

La Boutique **soutient donc les personnes en situation de précarité** tout en **encourageant la solidarité**. De plus, en valorisant le réemploi d'objets sous-utilisés, elle **sensibilise à des pratiques de consommation plus responsables**. Enfin, ce lieu incite chacun à devenir **acteur d'une économie circulaire et collaborative**, en mêlant partage, réduction des déchets et engagement communautaire.

Thème Équipement et consommation

Ygor
Accélérateur
d'engagement

WeFlo accompagne les particuliers au quotidien pour tous leurs déplacements.

L'application aide à prendre de bonnes habitudes et à réduire son empreinte carbone. WeFlo détecte et analyse les trajets et attribue des récompenses en fonction des modes de transports utilisés. Les utilisateurs gagnent ainsi **des points transformables en bons d'achat** dans la boutique Ireby pro.



Indices et initiatives inspirantes

Quelques exemples inspirants

Thème Équipement et consommation

Ygor
Accélérateur
d'engagement



Les biens communs

Type	Enjeu
Entreprise	Limiter la surconsommation

Proposition de valeur / impact

Les biens communs permettent d'emprunter et de louer plutôt que d'acheter du matériel à usage ponctuel.

Ils gèrent ainsi l'application, installent les casiers, entretiennent les équipements, en plus d'animer et d'accompagner la communauté d'utilisateurs.

Impact

Permet de limiter le gaspillage de matériel sous-utilisé et donc de **réduire ses dépenses**.



Bricologis

Type	Enjeu
Association	Autonomie

Proposition de valeur / impact

Propose des ateliers pour apprendre à faire/réparer soi-même, **Bricologis** est un lieu d'échange, un espace de co-working, qui accompagne également d'initiatives/de projets. L'atelier de bricolage est accessible à tous les adhérents de l'association.

Impact

Permet de **réparer au lieu de jeter** puis racheter, mais aussi favorise l'échange de connaissances et de compétences, ainsi que l'engagement citoyen.



Lyon city card gagnez votre LYON CITY CARD 365 pour 2 personnes avec

Type	Enjeu
Projet de Ville	Accès à la culture

Proposition de valeur / impact

La **Lyon city Card** donne accès à plus de 40 attractions et musées, et aux transports en commun illimités.

Impact

Donne **accès à la culture aux jeunes** à moindre coût, et permet d'attirer un public diversifié dans les différents lieux culturels..

Risques pour nous

Le prix peut décourager pour les personnes qui ne se rendent pas ou peu dans des lieux culturels.

Indices et initiatives inspirantes

Quelques exemples inspirants

Type	Enjeu
Fondation autonome	Lutter contre l'exclusion

Proposition de valeur / impact

Emmaüs a fait de la **collecte, du réemploi et de la revente d'objets usagés** la base de son activité. Il s'agit de donner une seconde vie aux objets en proposant des équipements à des prix modiques.

Impact

Un **bienfait global** dans les domaines du réemploi, des alternatives écologiques, de l'accueil et de l'accompagnement des plus souffrants, de **l'action sociale**, du logement ou de **l'insertion** par l'emploi.

Atelier des nouveaux designs

Type	Enjeu
Association	Upcycling

Proposition de valeur / impact

L'atelier des nouveaux designs est un espace dédié à **l'achat et la vente de créations issues de l'upcycling**. Elle organise des ateliers pour apprendre à réparer et recycler. L'association est dotée d'une matériauthèque et d'une outilhèque.

Impact

Réemploi de matériaux et mis en avant de **créateurs**.

Thème Équipement et consommation



Le chèque Énergie (remboursement de la différence entre le montant à payer et le montant de ce chèque énergie.)

Type	Enjeu
Echelle nationale	Aider les plus précaires

Proposition de valeur / impact

Le chèque énergie permet aux **personnes en situation de précarité** de payer une **facture** d'énergie de son logement (électricité, gaz naturel, gaz en citerne, fioul, bois...).

Impact

Aide les foyers les plus précaires à payer leurs factures.

Mutations à l'oeuvre et risques

Les menaces globales

- Epuisement des ressources au fondement de la production et donc de la consommation des ménages
- Emissions de GES et de polluants menant à l'effondrement de la biodiversité et au changement climatique, entre autres
- Crise économique et de l'inflation
- Augmentation drastique des inégalités socio-économiques
- ...

Les risques (pour une ville comme Lyon)

- Augmentation de la pauvreté et des inégalités socio-économiques
- Crise des commerces
- Pénuries
- ...



Grandes tendances d'évolution

Thème Alimentation

Ygor
Accélérateur
d'engagement

Tendance 1

L'économie circulaire, et le réemploi, la réparation
(troc, don)

Tendance 2

“Faire soi” : le mouvement DIY / maker

Tendance 3

La sobriété subie, du fait de la hausse du coût de la vie

Tendance 4

L'hyperconsommation d'équipements non durables
(fast déco)

Les scénarios à Lyon

Business as usual

Une production d'objets et d'équipements non durables nécessitant leur renouvellement régulier. Une surconsommation par une partie de la population, quand une autre partie dispose de moins en moins de moyens pour consommer ou pour accéder à des équipements de base.

Fort volontarisme (acteurs publics, acteurs locaux)

Des équipements mis en commun et des espaces de réemploi ou de réparation qui permettent aux plus précaires de combler leurs besoins, et aux plus consommateurs de réguler leurs achats.

Coercition des acteurs publics

Une consommation raisonnée et fondée sur les besoins et non les désirs, dans un contexte de prise en compte des limites environnementales dans le coût des équipements et objets (par le biais d'un contrôle social, par exemple).