

Le 22 avril 2021

LES ADOS ÉMETTENT 33 KG DE CO2 PAR MOIS

Pixpay dévoile le baromètre de l'empreinte carbone des ados et lance sa « GreenBox » pour sensibiliser ses utilisateurs à une consommation plus durable

À l'occasion du Jour de la Terre, qui se tiendra ce jeudi 22 avril, [Pixpay](#), la carte de paiement des 10-18 ans copilotée par les parents, dévoile son premier baromètre de l'empreinte carbone de la consommation des adolescents. Basée sur plus d'un million de transactions de ses utilisateurs âgés de 10 à 18 ans entre janvier 2020 et mars 2021, cette étude a été réalisée en partenariat avec [Greenly](#), le spécialiste de la mesure d'empreinte carbone via les paiements.

En parallèle, Pixpay dont l'ADN est de donner aux ados toutes les clés et les bons réflexes pour bien préparer leur avenir, ajoute une dimension écoresponsable à son application en lançant sa « GreenBox ». Ce nouvel outil permet désormais à ses jeunes utilisateurs de comprendre et mesurer l'impact écologique de leur consommation et d'agir pour le réduire s'ils le souhaitent.

LES ADOS ÉMETTENT 33 KG DE CO2 PAR MOIS SOIT 6,6 KG PAR TRANSACTION

Outil de consommation des adolescents au quotidien, Pixpay dévoile aujourd'hui en partenariat avec le calculateur CO2 Greenly son premier baromètre sur « L'empreinte Carbone de la consommation des ados ».

Selon cette étude, les adolescents émettent 33 kg de CO2 par mois, soit 396 kg de CO2 à l'année à travers leur consommation directe. Une empreinte carbone qui semble faible comparée à celle des adultes qui atteint en moyenne 11,2 tonnes de CO2 par an en 2018 ([source Insee](#)) tandis que l'objectif fixé par les accords de Paris est de 2 tonnes de CO2 par an et par habitant.

L'empreinte carbone moyenne des adolescents par transaction est d'environ 5 kg de CO2 soit environ 0,34 kg par € dépensé.

Sans surprise, plus les ados sont âgés, plus ils consomment et donc plus ils sont émetteurs de CO2. En revanche, si on rapporte l'émission de CO2 par € dépensé, ce sont les plus jeunes qui ont le plus gros impact avec 0,36 kg de CO2 / € dépensé pour les 10-12 ans contre 0,33 kg de CO2 / € dépensé pour les 16-18 ans. En effet, les 10-12 ans consomment beaucoup de jeux vidéo et de jouets et de produits informatiques, des produits à forte empreinte carbone (0,36 kg de CO2 / € dépensé). C'est moins le cas pour les achats en fast-foods dont raffolent les 14 ans et plus, et qui sont moins polluants (0,23 kg de CO2 / € dépensé).

Pour ce qui est du genre des adolescents, ce sont les filles qui émettent le plus avec 34,3 kg de CO2 / mois, contre 31,8 kg de CO2 / mois pour les garçons.

Des résultats qui s'expliquent par le fait que les filles dépensent beaucoup dans la catégorie vêtements et accessoires qui fait partie des plus polluantes avec 0,42 kg de CO2 / € dépensé.

Enfin, géographiquement, les ados des grandes villes sont moins émetteurs de CO2 que ceux des villages et petites villes (moins de 20 000 habitants) avec en moyenne 0,32 kg de CO2 / € dépensé contre 0,34 kg.

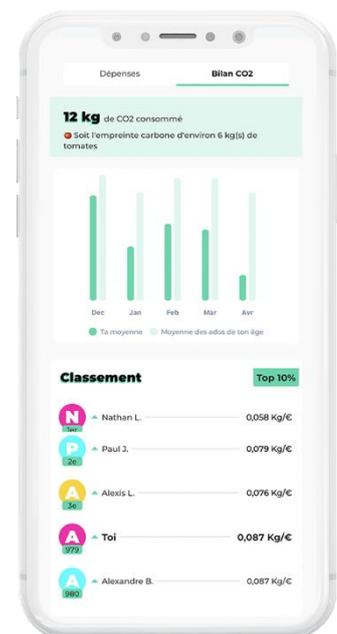
Il est important de noter que même si l’empreinte carbone liée à la consommation des ados peut sembler inférieure à celle d’un adulte, elle n’en reste pas moins importante à son échelle, du fait des types de dépenses des ados : fast fashion, fast food, supermarchés... Le point positif est que ces catégories d’achat sont les plus facilement améliorables, et c’est grâce à la GreenBox que Pixpay entend aider les adolescents à peser pour la planète, en allégeant leur poids en CO2.

UNE « GREENBOX » POUR COMPRENDRE, PROGRESSER ET AGIR EN FAVEUR D’UNE CONSOMMATION PLUS DURABLE ET RESPONSABLE

À l’occasion de la publication de ce baromètre, Pixpay lance sa “GreenBox” dans son application mobile. Ainsi, la startup dont le service porte une forte dimension pédagogique pour préparer les adolescents à leur future autonomie financière, entend à présent les accompagner dans la construction de leur conscience éco-responsable pour les aider à devenir des consommateurs éveillés.

A travers cette “GreenBox”, Pixpay propose désormais à ses utilisateurs de nouvelles fonctionnalités qui reposent sur 3 piliers :

- **Comprendre.** En premier lieu Pixpay entend montrer concrètement aux adolescents l’impact environnemental de leurs habitudes de consommation. Grâce à la technologie de son partenaire Greenly, à chaque transaction, **les jeunes utilisateurs de l’application pourront évaluer l’empreinte carbone de leur dépense.** Ainsi, il leur sera notifié si leur achat était “green” (c’est-à-dire s’il permet d’économiser du CO2 par rapport à un achat de référence) ou pas. Dans le second cas, une alternative plus éco-responsable leur sera proposée, soit chez le même marchand, soit chez d’autres acteurs de l’économie durable. En cas d’achat d’un burger dans un fastfood par exemple, l’application proposera de remplacer le steak de bœuf par du poulet, ou de se tourner vers un restaurant local. Avec cette fonctionnalité, les ados prennent conscience de l’impact écologique qu’ont leurs achats, et apprennent comment consommer de manière plus vertueuse grâce à des gestes simples. L’idée n’est pas de les culpabiliser ni de leur faire la morale, mais bien de les informer et de leur faire prendre conscience du rôle qui est le leur.



- **Mesurer et progresser.** En complément du calcul de l’empreinte carbone de chacune de leurs transactions, **Pixpay propose à ses utilisateurs une analyse plus globale de l’impact écologique de leur consommation.** Ils ont ainsi accès à leur bilan carbone à l’échelle mensuelle et peuvent alors évaluer l’évolution de leur consommation dans le temps. Ils ont également une vision globale de l’impact écologique des 50 000 utilisateurs de l’application pour se positionner et comparer leur empreinte carbone à des consommateurs de leur tranche d’âge (10-18 ans).
- **Agir :** Enfin, les adolescents ayant à présent conscience de la portée écologique de leurs achats quotidiens et pris la mesure de l’impact de leur consommation à l’échelle

globale, Pixpay leur propose de s'engager. Tous les trimestres, une association partenaire sera mise en avant. **L'occasion de sensibiliser les jeunes utilisateurs de l'application à sa cause et de leur donner la possibilité de s'investir, s'ils le souhaitent, en réalisant de petits dons** (moins de 10 €/mois). Une manière d'apporter un soutien financier à une cause qui leur tient à cœur sans pour autant impacter leur pouvoir d'achat. **La première association est [Blutopia](#), une association montée par deux jeunes Rochelais qui œuvre pour la protection des océans.**

“La volonté qui accompagne le lancement de notre “GreenBox” est d'aider nos jeunes utilisateurs, qui seront les citoyens de demain, à prendre conscience de l'impact qu'ils ont, à leur échelle, sur notre planète. Une manière de leur montrer le rôle positif qu'ils peuvent jouer en adoptant quelques gestes simples.” conclut **Caroline Ménager, cofondatrice de Pixpay.**

L'Avis du Psy :

Développer la conscience écologique de son ado...

- Inculquer les valeurs écologiques dès le plus jeune âge ;
- Apprendre par l'exemple et les gestes simples du quotidien ;
- Susciter sa curiosité et éveiller sa conscience ;
- Ne pas lui faire la morale ni lui imposer des règles.

... et lui apprendre à donner

- Familiariser aux émotions de donner et de recevoir dès le plus jeune âge ;
- Remplacer le sentiment de dette par celui de reconnaissance ;
- Inscrire son ado dans un démarche de solidarité individuelle.

Pour plus d'informations, vous trouverez joint à ce communiqué l'Avis du Psy dans son intégralité. Nous pouvons également vous mettre en relation avec Laurence Peltier.

A PROPOS DE PIXPAY

Pixpay, start-up fondée par Benoit Grassin, Nicolas Klein et Caroline Ménager en janvier 2019, est la première marque à proposer enfin une alternative aux banques pour les 10-18 ans. Son ambition : révolutionner les solutions de paiement des adolescents en leur donnant les ressources pour bien grandir. Pixpay propose ainsi aux jeunes une carte de paiement MasterCard et une app mobile leur permettant de payer, d'être payés, d'épargner ou encore de bénéficier de remises sur leurs marques préférées. C'est aussi une application mobile pour les parents, leur offrant une solution sécurisante, pédagogique et pratique pour suivre et accompagner leurs enfants au quotidien. <https://www.pixpay.fr/>

Contacts presse :

Etienne RICHET – etienne@edifice-communication.com – 07 85 89 64 57

Elise ELMALEH – elise@edifice-communication.com – 07 72 66 77 91