

### COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS QUÉBÉCOIS EN MATIÈRE DE GASPILLAGE ALIMENTAIRE : IDENTIFICATION DES ENJEUX ET DES PISTES DE SOLUTIONS

Les consommateurs québécois sont de plus en plus conscientisés sur les enjeux du gaspillage alimentaire, qui prennent davantage d'importance dans le contexte inflationniste actuel où le prix des aliments s'accroît et amplifie l'insécurité alimentaire de nombreux ménages. La Politique bioalimentaire 2018-2025 – *Alimenter notre monde* et son Plan d'action 2018-2023 comprennent une piste de travail et des actions phares visant à réduire le gaspillage et les pertes alimentaires ainsi qu'à favoriser les dons alimentaires. Dans ce cadre, le Centre interuniversitaire de recherche en analyse des organisations (CIRANO) a produit une étude qui a pour objectifs de mieux comprendre le comportement des consommateurs en matière de gaspillage alimentaire et de cibler les meilleures stratégies pour le réduire. Ce numéro de *Bioclips* en présente les principaux résultats.

L'étude du CIRANO de mai 2021 intitulée [Réduction du gaspillage alimentaire des consommateurs québécois](#)<sup>1</sup> constitue l'un des travaux préliminaires prévus par le chantier sur la réduction du gaspillage alimentaire mené conjointement avec le ministère de l'Environnement, de la Lutte contre les changements climatiques, de la Faune et des Parcs, RECYC-QUÉBEC et les partenaires du secteur bioalimentaire. Bien que la nécessité d'adopter un bon comportement pour réduire la quantité d'aliments jetés est bien ancrée auprès des ménages, il existe une multitude de variables n'ayant pas été explorées et pouvant aider à proposer des solutions dans la gestion des pertes alimentaires. Les résultats de cette étude ont été obtenus notamment au moyen d'un sondage, de la réalisation d'un journal de bord et de la tenue de groupes de discussion.

#### PLUSIEURS FACTEURS INFLUENT LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

L'étude a permis de relever plusieurs facteurs qui limitent le gaspillage alimentaire. Parmi ceux-ci figurent :

- le fait qu'une seule personne assume les tâches alimentaires (ex. : faire l'épicerie, planifier les repas);
- l'établissement d'une routine;
- le temps accordé à la gestion des aliments et la disponibilité d'équipements de conservation (ex. : congélateur, contenants hermétiques);
- l'utilisation d'applications mobiles;
- l'accessibilité aux marchés d'alimentation;
- la conscience environnementale et l'altruisme.

Inversement, certains facteurs sont considérés comme aggravant le gaspillage alimentaire. Par exemple :

- la composition du ménage (plus d'une personne à décider, préférences alimentaires variées);
- l'imprévisibilité de certains événements (ex. : activités sociales non prévues);
- les décisions spontanées de manger à l'extérieur de la maison;
- l'absence de rotation des aliments dans le réfrigérateur ou dans le garde-manger;
- les emballages peu écologiques que proposent les restaurants pour rapporter les restes de table;
- la difficulté à réutiliser les restes et à les valoriser.

#### L'ÉTUDE A ÉTABLI QUATRE PROFILS DE « GASPILLEURS »

Une analyse typologique a permis d'établir quatre profils de consommateurs en matière de gaspillage alimentaire et de brosser un portrait sociodémographique et psychologique pour chacun d'eux. Ces profils ont été définis en fonction de la compétence perçue pour chacun des quatre domaines de la littératie alimentaire (aptitudes à planifier, gérer, sélectionner, préparer et manger les aliments), du biais de supériorité<sup>2</sup> ainsi que de la propension à adhérer aux principes de simplicité volontaire et de minimalisme.

Tableau 1. Profils des consommateurs par rapport au gaspillage alimentaire

Profils	Caractéristiques
<b>Le grand sensible à la cause</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Il souhaite toujours en apprendre davantage.</li><li>• Il recherche les occasions d'appliquer des solutions concrètes.</li><li>• Il a une dévotion pour les causes environnementales.</li></ul>
<b>Le sensibilisé</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Il a un bon niveau de conscience de la problématique, mais il peut encore améliorer ses comportements.</li><li>• Il fait preuve d'une certaine spontanéité dans ses choix alimentaires.</li></ul>
<b>Le résigné</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Il est au fait des comportements à éviter, mais est peu enclin à changer.</li><li>• À cause de contraintes de temps liées à sa situation familiale, il a de la difficulté à trouver les moyens pour réduire le gaspillage.</li></ul>
<b>Le non-concerné</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Il est peu sensible à la problématique et a un faible niveau de culpabilité quant au gaspillage alimentaire.</li><li>• Il improvise dans l'achat des aliments, il ne planifie pas.</li></ul>

Source : CIRANO; compilation du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ).

#### LES CONSOMMATEURS QUÉBÉCOIS SONT MAJORITAIREMENT SENSIBLES AU GASPILLAGE ALIMENTAIRE, MAIS ILS LE SOUS-ÉVALUENT À LA MAISON

Un sondage a d'abord été réalisé auprès de la population québécoise dans le but, notamment, de mesurer la propension à éviter le gaspillage alimentaire et de déterminer les facteurs sociopsychologiques favorisant

<sup>1</sup> CIRANO (2021), [Réduction du gaspillage alimentaire des consommateurs québécois](#); Jacinthe Cloutier et Marie-Claude Roy.

<sup>2</sup> Le « biais de supériorité » réfère à la probabilité que les consommateurs surestiment leurs habiletés à réduire le gaspillage alimentaire par rapport à celles des autres.

la réduction du gaspillage. Les principaux résultats indiquent que les consommateurs sont majoritairement sensibles au gaspillage alimentaire. Ils se sentent coupables s'ils gaspillent et se perçoivent compétents dans la planification, la sélection, la préparation et la consommation des aliments. De plus, ils ont des motivations rationnelles guidant leurs achats de nourriture. Par contre, ils utilisent peu les applications anti-gaspillage.

Par la suite, un journal de bord a été complété par près de 40 participants à l'étude. Pendant cet exercice, tous les aliments jetés durant sept jours devaient être documentés. Les participants devaient les photographier, les décrire et indiquer s'il s'agissait ou non d'un gaspillage alimentaire. Cette mesure avait pour but de cibler les perceptions des consommateurs en regard de ce qu'ils considéraient comme étant du gaspillage alimentaire ou non.

Afin de pouvoir effectuer des comparaisons des quantités jetées selon la mesure, les gaspillages ont été ramenés sur une même base d'unité. Dans le sondage, environ 55 % des répondants ont rapporté gaspiller l'équivalent de moins d'un quart de sac d'épicerie en plastique (équivalant à moins de 3,75 litres). Dans le journal de bord, les répondants ont déclaré, en moyenne, avoir jeté 3,18 litres de nourriture au cours d'une semaine, alors que les chercheuses ont évalué le gaspillage à 3,85 litres en observant leurs photographies. En somme, les répondants ont significativement rapporté une quantité de gaspillage alimentaire moindre que ce qui a été réellement jeté.

## DES CONSTATS SONT ÉTABLIS ET DES SOLUTIONS SONT PROPOSÉES

Les groupes de discussion ont permis aux participants d'échanger sur des éléments ayant un effet sur la fréquence du gaspillage alimentaire et sur les quantités d'aliments gaspillés, ainsi que sur des solutions à mettre en place auprès de différents acteurs. Il en ressort notamment que les bonnes pratiques en matière de planification sont déterminantes pour, d'une part, s'approvisionner de la quantité juste d'aliments et, d'autre part, faire une meilleure gestion des restes alimentaires. Les participants ont également souligné des obstacles à la réduction du gaspillage lorsqu'ils fréquentent des établissements du réseau de l'hôtellerie, de la restauration et du marché institutionnel (HRI). Comme solutions, ils ont proposé de prévoir des mesures qui permettent, en amont, d'éviter de générer des restes d'aliments et, en aval, de prévoir des dispositifs pour bien gérer ces restes, comme des emballages écologiques pour rapporter les restes de repas.

## DES STRATÉGIES DE RÉDUCTION DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE EXISTENT À TRAVERS LE MONDE

Les différentes lectures ont permis de relever à l'échelle internationale et nationale des stratégies gouvernementales, sectorielles et communautaires favorisant la réduction du gaspillage alimentaire par les consommateurs. Plusieurs ont déjà été mises en place à travers le monde et une revue de littérature réalisée dans l'étude a permis de dégager certaines approches privilégiées selon le champ d'intervention.

**Tableau 2. Types de stratégies de réduction du gaspillage alimentaire selon l'approche**

Stratégies	Rôles
<b>Gouvernementales</b>	Législation, éducation, sensibilisation et promotion des bonnes pratiques
<b>Sectorielles</b>	Redistribution ou réutilisation des surplus alimentaires
<b>Communautaires</b>	Facilitateur pour la redistribution des aliments aux citoyens vulnérables

Source : CIRANO; compilation du MAPAQ.

## L'ÉTUDE FORMULE 32 RECOMMANDATIONS

Les recommandations ont été regroupées sous trois catégories : le consommateur, le secteur tertiaire et pour une meilleure quantification du gaspillage (recommandations d'ordre méthodologique). Voici une synthèse des principales recommandations :

- Utiliser des moyens de communication ciblés en fonction des quatre profils de consommateurs définis par l'analyse typologique;
- Engager un dialogue entre le personnel du secteur tertiaire (HRI) et la clientèle afin de recueillir l'opinion de cette dernière sur ses besoins et ses attentes en matière de portions et de diversité de menu, en vue de réduire le gaspillage alimentaire;
- Utiliser les journaux de bord comme un outil de sensibilisation par la prise de conscience sur la quantité de gaspillage alimentaire et prévoir un déploiement à différentes échelles;
- Préciser et clarifier la définition du gaspillage alimentaire, notamment en fournissant des exemples et des références concrètes.

## LA SENSIBILISATION ET LA COMMUNICATION DOIVENT SE POURSUIVRE

Des pistes de recherche futures intéressantes sont soulevées par les chercheuses. Outre l'importance de continuer les efforts en matière d'information et de sensibilisation, une communication entre les consommateurs et les différentes instances préoccupées par le gaspillage alimentaire semble s'imposer comme la clé pour développer des stratégies communes et porteuses pour l'avenir.

Le sondage et les journaux de bord ayant été réalisés au début de la pandémie de COVID-19, un tel bouleversement dans les habitudes de vie pourrait avoir influencé les réponses des participants de l'étude. Une mesure a toutefois été prévue afin de contrôler les effets de cette perturbation.