

Typologie du gaspillage alimentaire

Typologie du gaspillage alimentaire



Septembre 2010



Wallonie

Une initiative de la Wallonie

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Agenda

- Objectifs
- Méthodologie
- Typologie
- Conclusions
- Recommandations

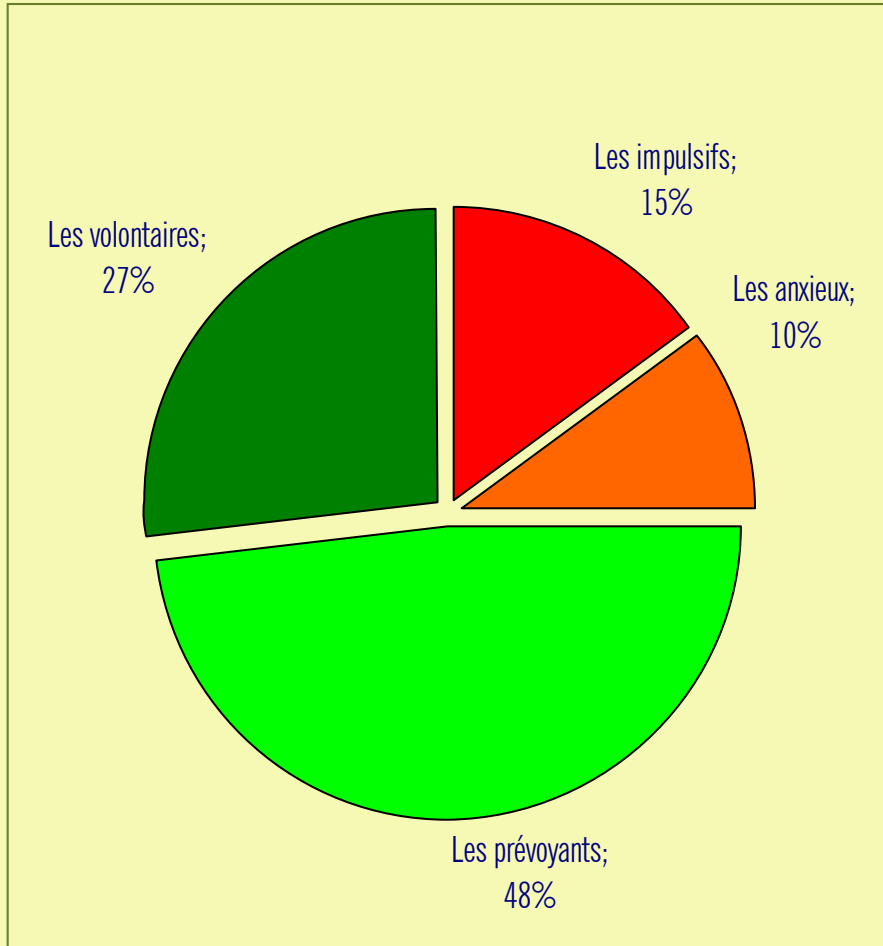
Objectifs

- Chaque année, le CRIOC réalise une enquête quantitative sur les préoccupations des Wallons pour l'environnement. Cette enquête permet d'alimenter le baromètre de la prévention des déchets en région wallonne.
- Ce baromètre quantifie différents éléments, en fonction de variables sociodémographiques :
 - Perceptions et attitudes des Wallons vis-à-vis de l'environnement et de la prévention des déchets;
 - Perceptions vis-à-vis des actions menées en matière de prévention des déchets;
 - Comportements d'achat, produits achetés et emballages;
 - Comportements en matière d'économie de ressources et de prévention des déchets.
- Le traitement des résultats permet, entre autres, d'élaborer une typologie de la prévention des déchets. Cette année la typologie met en évidence des profils de consommateurs par rapport à la thématique particulière du gaspillage alimentaire.
- Ce travail est effectué dans le cadre de la convention Eco-consommation qui lie le Crioc et la Région Wallonne.

Méthodologie

- 683 interviews téléphoniques auprès des habitants de la Wallonie âgés de 18 ans et +.
- Field : mars 2010.
- Échantillon aléatoire stratifié redressé.
- Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats (χ^2 , marge d'erreur)
- La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 3,7 %.
- Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction de la localisation, du sexe, de l'âge, de la taille du ménage, du type d'habitat (CIM), des groupes sociaux (modestes, moyens, supérieurs), PRA ou non (principal responsable d'achat).
- Pour établir cette typologie, le CRIOC a analysé les perceptions, les attitudes et comportements vis-à-vis du gaspillage alimentaire (variables actives) des Wallons.

Les profils



➤ 4 profils ont été identifiés

4 profils de consommateurs sont définis sur base des perceptions, attitudes et comportements en matière de gaspillage alimentaire.

- Type 1 : les impulsifs, **15%** des consommateurs
- Type 2 : les anxieux, **10%** des consommateurs
- Type 3 : les prévoyants, **48%** des consommateurs
- Type 4 : les volontaires, **27%** des consommateurs

Base : Répondants.

Type 1 : Les impulsifs - 15 %

Logique

- Le gaspillage alimentaire ne constitue pas une priorité à leurs yeux, d'autant qu'ils ne sont guère attentifs aux achats et aux quantités alimentaires achetées qu'ils réalisent de manière impulsive. Ils n'adoptent pas de comportements en vue de le limiter.

Perception du gaspillage alimentaire

- Gaspiller de la nourriture n'a pas à leurs yeux un impact important sur l'environnement.

Achats alimentaires

- Ils n'établissent pas de menu avant de faire leurs courses mais rédigent parfois, une liste de courses. Ils adaptent plus rarement leurs achats aux promotions et profitent rarement des promotions pour constituer des réserves. Avant l'achat, ils ne se soucient pas de la date de consommation et achètent souvent plus que ce qui était prévu bien qu'ils connaissent à l'avance le nombre de personnes présentes lors des repas.
- Pour préparer leur repas, ils n'hésitent pas à fréquenter, plusieurs fois par semaine, plusieurs magasins.
- Ils n'achètent pas souvent les charcuteries à la découpe, ni le fromage mais plutôt en préemballé. Il leur arrive parfois d'acheter des fruits et légumes en vrac.

Type 1 : Les impulsifs - 15 %

- Pour leurs achats alimentaires, ils utilisent souvent des sacs réutilisables.
- Ils achètent régulièrement de l'eau ou des sodas mais (très) rarement en bouteille consignée. Ils achètent peu d'aliments biologiques, des fruits et des légumes frais. Ils ne recherchent pas les produits moins emballés.

Information de nature écologique et alimentaire

- Ils pensent que les mentions et labels écologiques offrent des garanties suffisantes.

Gestion et conservation des aliments

- Ils mangent rarement les restes de nourriture qu'ils jettent à la poubelle pour des raisons de sécurité et d'hygiène et ne consomment pas en priorité les aliments dont la date de péremption est plus courte. Même si, à leurs yeux, il est inacceptable de jeter les aliments à la poubelle.
- Ils estiment qu'il est difficile de savoir si un aliment est périmé et comme ils utilisent peu les sacs isothermes, les boîtes à tartines ou les gourdes et nettoient moins régulièrement leur frigo, ils sont amenés à jeter de nombreux produits.

Type 1 : Les impulsifs - 15 %

Gestion des déchets alimentaires

- Pour se débarrasser des aliments, ils les mettent en priorité à la poubelle et les donnent moins souvent aux animaux ou les placent dans le compost.
- Quand ils se débarrassent d'un aliment, c'est souvent qu'il n'est plus consommable, qu'il dégage une mauvaise odeur ou quand la date limite de consommation est dépassée.

La prévention des déchets

- Ils se déclarent prêts à faire un effort pour l'environnement mais ne le font pas aujourd'hui. Ils déclarent ne pas savoir comment agir pour limiter les déchets à part les conduire au parc à containers ou acheter des produits recyclés.
- Ils compostent parfois mais pensent que c'est difficile de faire correctement du compost.

Caractéristiques sociodémographiques

- Souvent des hommes appartenant à des ménages issus des groupes sociaux supérieurs ou moyens avec des enfants de 0 à 17 ans, âgé majoritairement de moins de 40 ans.

Type 2 : Les anxieux - 10 %

Logique

- La peur de l'intoxication alimentaire les incite à acheter des produits emballés et à éviter de consommer les restes de nourriture. Chez eux, le gaspillage alimentaire est fréquent.

Perception du gaspillage alimentaire

- Gaspiller de la nourriture n'a pas à leurs yeux un impact important sur l'environnement.

Achats alimentaires

- Ils n'établissent pas de menu avant de faire leurs courses et font parfois, une liste de courses. Ils adaptent plus rarement leurs achats aux promotions et profitent des promotions pour constituer des réserves et achètent rarement plus que ce qui était prévu. Ils n'achètent pas souvent les charcuteries à la découpe, ni du fromage. Ils utilisent peu les sacs isothermes, les boîtes à tartines ou les gourdes.
- Pour préparer leur repas, ils n'hésitent pas à fréquenter plusieurs fois par semaine, les enseignes alimentaires. Bien qu'ils déclarent connaître à l'avance le nombre de personnes présentes lors des repas.
- Au moment des courses, ils utilisent plus souvent des sacs jetables et n'en ont pas diminué leur utilisation au cours des douze derniers mois. Ils ne sont pas plus attentifs aux produits moins emballés.

Type 2 : Les anxieux - 10 %

- Ils achètent de l'eau mais rarement en bouteille consignée mais bien des légumes et des fruits en vrac mais pas des produits issus de l'agriculture biologique.

Information de nature écologique et alimentaire

- Ils doutent que les mentions et labels écologiques offrent des garanties suffisantes.

Gestion et conservation des aliments

- Ils ne mangent pas les restes de nourriture qu'ils jettent à la poubelle pour des raisons de sécurité et d'hygiène et ne consomment pas en priorité les aliments dont la date de péremption est plus courte et n'ont aucune difficulté à savoir si un aliment est périmé ou non. La présence d'enfants ne constitue pas, à leurs yeux, un élément qui expliquerait la présence de déchets plus importants. Ils nettoient régulièrement leur frigo et stockent les restes de repas dans des boîtes étanches qu'ils jettent ensuite à la poubelle.

Gestion des déchets alimentaires

- Pour se débarrasser des aliments, ils les mettent en priorité à la poubelle et les donnent moins souvent aux animaux ou les placent dans le compost.
- Quand ils se débarrassent d'un aliment, c'est souvent quand la date limite de consommation est dépassée, par mesure de sécurité ou d'hygiène, que l'aliment n'est plus consommable ou dégage une mauvaise odeur.

Type 2 : Les anxieux - 10 %

La prévention des déchets

- Ils déclarent prêts à faire un effort pour l'environnement mais ne le font pas aujourd'hui. Ils déclarent ne pas savoir comment agir. Ils n'ont guère d'avis sur la manière dont on peut réduire la production des déchets.
- Ils compostent rarement car ils pensent que c'est difficile de faire correctement du compost.

Caractéristiques sociodémographiques

- Ce groupe est composé plus souvent de femmes appartenant à des ménages avec un enfant souvent de moins de 12 ans, âgé majoritairement de moins de 50 ans et appartenant majoritairement aux groupes sociaux moyens.

Type 3 : les prévoyants - 48 %

Logique

- Très sensibles à la problématique du gaspillage alimentaire, ils essaient de programmer leurs achats pour éviter celui-ci. Par contre, ils sont moins attentifs à la conservation des produits achetés.

Perception du gaspillage alimentaire

- Leurs choix de consommation ont beaucoup d'influence sur la quantité des déchets produits. Ils sont convaincus que le gaspillage alimentaire a un impact environnemental important.

Achats alimentaires

- Ils déclarent établir des menus régulièrement et une liste d'achats qu'ils adaptent en fonction des promotions et sont très attentifs aux dates de consommation. Ils n'achètent pas souvent de la viande, charcuterie et fromage à la découpe, les fruits et légumes en vrac. Ils achètent de l'eau en bouteille ou des portions individuelles.
- Ils n'hésitent pas à acheter des aliments en promotion, à consommer des aliments dont le prix est diminué pour vente rapide. Avant l'achat, ils regardent souvent la date de consommation. Pour préparer leur repas, ils réalisent leurs achats au maximum deux fois par semaine dans les magasins.

Type 3 : les prévoyants - 48 %

Information de nature écologique et alimentaire

- Ils sont dubitatifs quant à l'information fournies par les mentions et labels écologiques.

Gestion et conservation des aliments

- Ils déclarent rencontrer des difficultés dans l'organisation des repas, jettent les aliments quand la date de conservation est dépassée. Ils ne pensent pas qu'il vaut mieux jeter les restes que de les consommer car, à leurs yeux, il est inacceptable de jeter les aliments à la poubelle. C'est pourquoi ils n'hésitent pas à les consommer, surtout quand ils cuisinent des quantités supérieures à leurs besoins.
- Ils nettoient régulièrement leur frigo. Ils ne conservent pas les restes de nourriture dans des boîtes plastiques. Ils sont aussi moins nombreux à utiliser des boîtes à tartines ou une gourde. Ils n'utilisent pas de sacs iso thermiques pour le transport des produits surgelés.
- Quand ils se débarrassent d'un aliment, c'est souvent quand la date limite de consommation est dépassée, que l'aliment a mauvais goût ou pour des raisons de sécurité ou d'hygiène.

Gestion des déchets alimentaires

- Pour se débarrasser des aliments, ils les donnent aux animaux, les jettent à la poubelle ou les mettent dans le compost.

Type 3 : les prévoyants - 48 %

La prévention des déchets

- Pour produire moins de déchets, ils avancent plusieurs solutions : les trier, les emmener au parc à containers, consommer les restes de repas, acheter des produits recyclés ou moins emballés, composter ou utiliser des sacs de course réutilisables.
- Ils compostent parfois, surtout les déchets de jardin, sauf quand ils déclarent manquer de place et de temps.

Caractéristiques sociodémographiques

- Ce groupe présente un profil moyen du consommateur wallon.

Type 4 : les volontaires - 27 %

Logique

- Ces consommateurs, souvent des femmes, associent choix environnementaux en matière alimentaire à la recherche de bonnes affaires. Elles sont convaincues que le gaspillage alimentaire a un impact environnemental important et s'en soucient, même quand elles rencontrent des difficultés à gérer les achats réalisés.

Perception du gaspillage alimentaire

- A leurs yeux, le gaspillage alimentaire a un impact environnemental important

Achats alimentaires

- Elles déclarent établir des menus régulièrement et une liste d'achats qu'elles adaptent en fonction des promotions et sont très attentifs aux dates de consommation mais, futées, elles n'hésitent pas à acheter des aliments en promotion, à consommer des aliments dont le prix est diminué pour vente rapide et adaptent les menus ou la liste des courses en fonction mais sont conscientes qu'elles achètent souvent plus que ce qu'elles avaient prévu.
- Elles limitent leurs achats en vrac ou peu emballés car leur magasin en propose trop peu.

Type 4 : les volontaires - 27 %

- Pour préparer leur repas, elles réalisent leurs achats au maximum deux fois par semaine, dans les magasins. Elles achètent de l'eau en bouteille ou des portions individuelles. Elles achètent viande, de la charcuterie et fromage à la découpe.
- Au moment des courses, elles utilisent toute une panoplie d'emballages comme les caisses en plastique, les caddies, les paniers ou sacs en papier et carton.
- Elles achètent de l'eau ou des sodas si possible en bouteille consignée et des produits biologiques.

Information de nature écologique et alimentaire

- Elles doutent de la qualité de l'information fournie par les labels écologiques.

Type 4 : les volontaires - 27 %

Gestion et conservation des aliments

- Elles déclarent rencontrer des difficultés dans l'organisation des repas car elles ne savent pas à l'avance qui sera présent au moment du repas et jettent les aliments quand la date de conservation est dépassée. Elles pensent qu'il vaut mieux jeter les restes que de les consommer mais les consomment parfois, surtout quand elles cuisinent des quantités supérieures à leurs besoins.
- Elles conservent les restes de nourriture dans des boîtes plastiques. Elles sont aussi nombreuses à utiliser des boîtes à tartines ou une gourde car, à leurs yeux, il est inacceptable de jeter les aliments à la poubelle.
- Elles pensent qu'un aliment dont la date de consommation est dépassée ne peut plus être consommé et que les aliments dont l'emballage est ouvert peuvent être consommés jusqu'à la date limite de consommation mais regardent très souvent la date de consommation avant l'achat. Elles pensent qu'il est dangereux de consommer un yaourt dont la date limite de consommation est dépassée.
- Quand elles se débarrassent d'un aliment, c'est souvent quand la date limite de consommation est dépassée, que l'aliment n'est plus consommable, qu'il manque de place dans le frigo ou l'armoire ou qu'elles ont acheté des quantités trop importantes.

Type 4 : les volontaires - 27 %

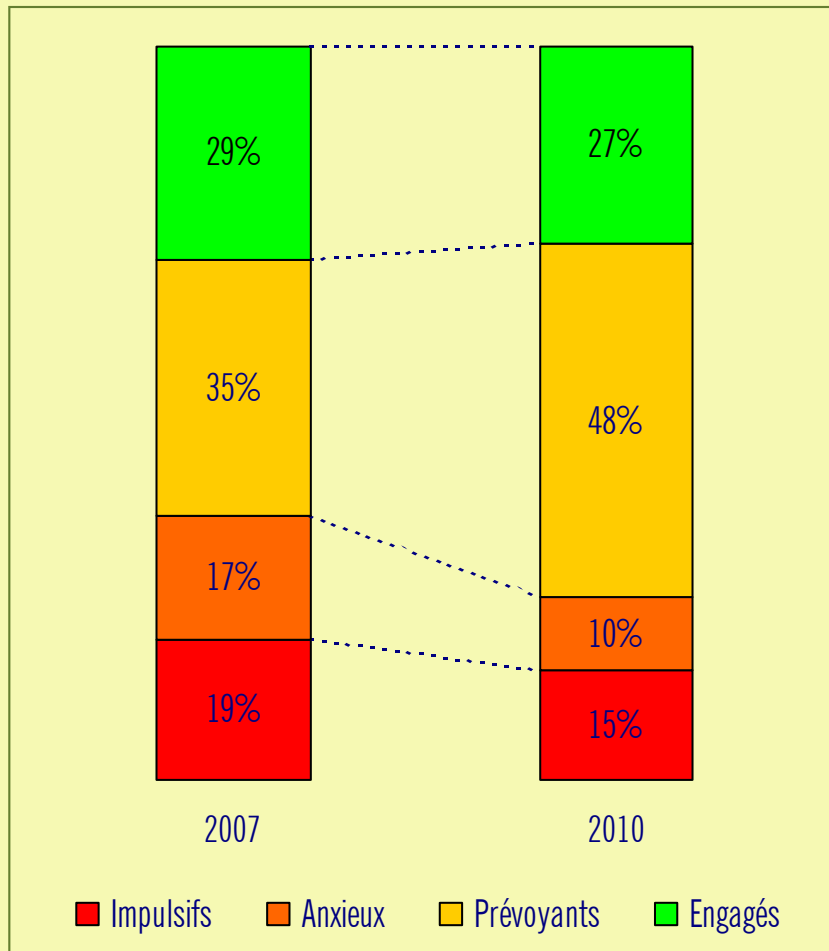
Gestion des déchets alimentaires

- Pour se débarrasser des aliments, elles les donnent aux animaux, les mettent dans le compost ou la collecte sélective des déchets organiques.
- Pour produire moins de déchets, elles proposent de nombreuses solutions comme le tri, l'élimination via le parc à conteneur, l'achat de produits moins emballés ou recyclés, l'utilisation de sacs de courses réutilisables, le compostage mais aussi d'acheter de l'eau en bouteille, des portions individuelles ou de jeter les aliments dont la date de consommation est dépassée.

Caractéristiques sociodémographiques

- Ce sont majoritairement des femmes et parfois des hommes appartenant aux groupes sociaux modestes ou moyens et responsables des achats du ménage.

Evolution des profils de 2007-2010



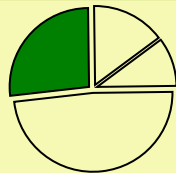
- La proportion de consommateurs impulsifs (récalcitrants en 2007) a diminué de 4% entre 2007 et 2010.
- Au cours de ces dernières années, la proportion d'anxieux (non concernés) a diminué de 7%.
- La proportion de prévoyants (suivistes en 2007) a augmenté de 13%.
- Le segment des engagés reste stable depuis 3 ans et représente 3 consommateurs sur 10.
- Les segments les plus attentifs au gaspillage alimentaire demeurent stables ou ont légèrement augmenté, au contraire des segments les plus dubitatifs ou peu concernés qui ont, eux, diminué.

Conclusions

- L'évolution de la perception du gaspillage alimentaire s'améliore. La population wallonne, y est, globalement, plus attentive, même si des comportements problématiques subsistent.
- Chaque segment développe une logique de perception différente mais, deux groupes (3 consommateurs sur quatre) ont développé des attitudes et des comportements favorables à la limitation du gaspillage alimentaire. Mais ils ne savent pas toujours comment agir de manière efficace.
- Un premier groupe, les impulsifs réfléchissent peu à leur façon d'achat. Le caractère impulsif de leurs achats les conduit à ne pas s'interroger sur leurs pratiques de gaspillage.
- Un second groupe, les anxieux rejettent, par souci de sécurité alimentaire, et, sans doute, par méconnaissance, la consommation des restes. De ce fait, le gaspillage alimentaire est régulier au sein de ce groupe.
- Un troisième groupe, représentant quasi un consommateur sur deux, se focalise sur la prévention et la limitation des achats alimentaires. Après l'achat, ils leur arrivent de jeter des produits alimentaires.
- Le profil des volontaires est très similaire au profil des consommateurs sensibles à l'environnement et à la prévention des déchets. Son importance reste stable. Ce segment semble constituer un noyau dur de convaincus. Un bémol : la gestion des achats alimentaires leur pose quelques difficultés générant ainsi du gaspillage.

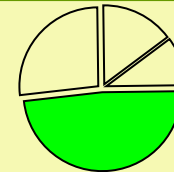
Recommandations : 4 logiques de perception

- **Les volontaires 27 %**



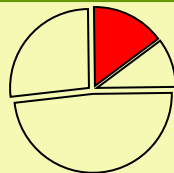
Ces consommatrices sont convaincues que le gaspillage alimentaire a un impact environnemental important et s'en soucient, même quand elles rencontrent des difficultés à gérer les achats réalisés.

- **Les prévoyants 48 %**



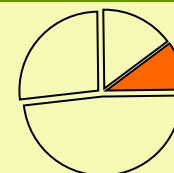
Très sensibles à la problématique du gaspillage alimentaire, ils essaient de programmer leurs achats pour éviter celui-ci. Par contre, ils sont moins attentifs à la conservation des produits achetés.

- **Les impulsifs 15 %**



Le gaspillage alimentaire ne constitue pas une priorité à leurs yeux, d'autant qu'ils ne sont guère attentifs aux achats. Ils n'adoptent pas de comportements en vue de le limiter.

- **Les anxieux 10 %**



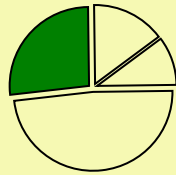
La peur de l'intoxication alimentaire les incite à acheter des produits emballés et à éviter de consommer les restes de nourriture. Chez eux, le gaspillage alimentaire est fréquent.

Recommandations

- Une politique de communication en vue de la réduction du gaspillage alimentaire doit à la fois s'articuler vers des conseils généraux tant en matière d'achat que de conservation des aliments et d'utilisation des restes.
- Le « comment agir » devrait être plus explicité tout en rassurant sur les risques liés à la sécurité alimentaire. Cette campagne d'information pourrait se décliner à travers les médias sous la forme de :
 - Messages généraux d'information
 - Fiches pratiques (liste de menus, liste d'achats, fiches recettes de cuisine de restes, etc.)
 - Des informations relatives à la conservation des aliments et à l'hygiène alimentaire.
- Certains messages peuvent être déclinés selon les différents profils.

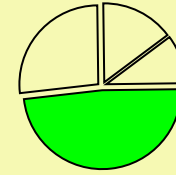
Recommandations : 4 stratégies de persuasion

- Les volontaires 27 %



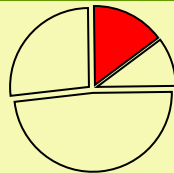
Reconnaître l'engagement et fournir des outils pratiques de gestion des achats, de conservation des aliments et des fiches recettes de cuisine de restes.

- Les prévoyants 48 %



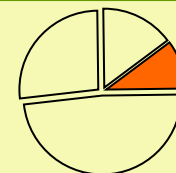
Confirmer la nécessité de gérer ses achats alimentaires, expliquer les méthodes de conservation et l'intérêt de cuisiner les restes.

- Les impulsifs 15 %



Expliquer l'intérêt de limiter le gaspillage alimentaire en précisant les conséquences (coûts) du gaspillage actuel.

- Les anxieux 10 %



Rassurer sur les dangers relatif à la sécurité alimentaire, expliquer les méthodes de conservation et l'intérêt de cuisiner les restes.

Auteur :
Marc Vandercammen
Editeur Responsable :
Marc Vandercammen

CRIOC
Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs
Fondation d'utilité publique
Boulevard Paepsem, 20 - 1070 BRUXELLES
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be
NE 417541646

Édition 2010
Réf. Catalogue : XXX-10

D 2010-2492-XX
©CRIOC

Prix: 23 €

Reproduction autorisée à des fins non-commerciales moyennant mention des sources