

Perception du gaspillage alimentaire



Octobre 2011

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Agenda

- Objectifs
- Méthodologie
- Typologie
- Conclusions
- Recommandations

Objectifs

- Identifier les attitudes, motivations et comportements des consommateurs par rapport au gaspillage alimentaire en général et par rapport à certains contextes en particulier
- Déterminer les attitudes favorables et défavorables vis-à-vis des différents types de gaspillage susceptibles de l'encourager ou le freiner.
- Permettre l'expression de propositions de solutions individuelles ou collectives innovantes, pour diminuer le gaspillage alimentaire en vue de la réalisation d'un parlement citoyen

Méthodologie

- Approche qualitative
 - Field : 4 mini-groupes de discussion organisé à Bruxelles (septembre 2011) composés à chaque fois de 4 personnes (+2 réserves).
 - Les résultats ont fait l'objet des traitements adéquats.
 - Remarques importantes :
 - L'organisation de groupes de discussion permet l'expression d'un maximum de logiques différentes. En utilisant des techniques d'association d'idées, d'évocations spontanées, de comparaison de concepts et du matériel à commenter, la discussion de groupe permet d'explorer largement les perceptions des participants quant à la dynamique étudiée. L'objectif des groupes n'est donc pas d'atteindre un consensus sur chaque idée ou proposition, mais bien de mettre à jour, librement, la diversité des opinions en présence et la façon dont elles se traduisent dans la vie quotidienne de la consommation. Chaque opinion est présentée dans ce rapport mais cela ne signifie pas qu'elle est partagée par l'ensemble des consommatrices interrogées.
 - La composition de chaque groupe répond à des critères de recrutement relevant du niveau sociodémographique (âge), du niveau socio-économique (actif, non actif, type de profession) du niveau culturel (niveau d'étude) et du mode de vie (isolé ou couple avec enfants).
- *Les verbatims utilisés sont repris en italique.*
- Un groupe de discussion a aussi été organisé au début du projet Greencook en Wallonie

Echantillon

Spécificité	Profil	Enfant vit sous le même toit	Principaux Responsables des achats alimentaires	Achats alimentaires	Cuisine	Culture	Perception du gaspillage alimentaire
Groupe A 21/09/11	6 femmes 25-45 ans francophones	Oui	Oui	Fréquentation régulière des grandes surfaces	Faire régulièrement la cuisine	Culture d'origine marocaine ou turque	Problème important
Groupe B 21/09/11	6 femmes 30-45 ans francophones	Oui	Oui	Fréquentation régulière des grandes surfaces	Faire régulièrement la cuisine	Culture d'origine belge, nées en Belgique	Problème important
Groupe C 26/09/11	3 femmes + 3 hommes 30-50 ans francophones	Oui	Oui	Fréquentation régulière des grandes surfaces	Faire régulièrement la cuisine	-	Pas un problème important
Groupe D 22/09/11	3 femmes + 3 hommes néerlandophones	Oui pour 3 participants	Oui	Fréquentation régulière des grandes surfaces	Faire régulièrement la cuisine	-	Problème important

Perception de l'alimentation

Le besoin de manger disparaît

- Pour les consommateurs, l'alimentation ne se réduit pas uniquement à la notion de nourriture. A leurs yeux, le consommateur est déconnecté du besoin de base de manger.
 - *"La nourriture est dénaturée"*
 - *"On achète de l'exotisme"*
 - *"Ca peut marquer sa différence par rapport aux autres."*
- Certains soulignent que le besoin de base de manger a été remplacé par une dimension sociale normative qui vise à promouvoir l'excès et l'originalité car *"on ne sait plus comment faire à manger"*.
- Ainsi, les livres de cuisine et les émissions TV qui expliquent comment préparer à manger et qui visent à imposer de nouvelles normes remplaceraient le besoin élémentaire de manger.

Perception de l'alimentation

Acheter et consommer : une forme de résistance à la crise ?

- Le gaspillage alimentaire s'inscrit dans cette image sociale en mutation permanente. Gaspiller serait une forme de liberté qui tenterait de montrer que le consommateur n'est pas sensible à la crise.
 - *"Je continue à acheter beaucoup pour me montrer que ça va quand même bien."*
- Gaspiller est aussi considéré comme très facile.
 - *"C'est ne pas gaspiller qui est compliqué, cela demande un effort, c'est un travail, de l'organisation."*
 - *"On n'a pas toujours le temps, ni l'envie de tout organiser."*
 - *"Gaspiller c'est aussi montrer qu'on est prêt pour autre chose, ne pas réutiliser les restes c'est montrer que ça tourne, qu'on est ouvert à quelque chose de neuf."*

Le rapport à l'alimentation chez les consommateurs dépasse largement le cadre du rapport à la nourriture et s'inscrit dans une dynamique de reconnaissance sociale. De ce fait, le gaspillage alimentaire apparaît comme une reconnaissance sociale de la capacité à exister. Les mesures destinées à combattre le gaspillage alimentaire qui pourraient être développées doivent s'inscrire dans cette dynamique spécifique et fournir des réponses adaptées aux besoins et aux tensions que ces conduites de gaspillage tentent de combler.

Le gaspillage alimentaire, un problème important

Le gaspillage alimentaire est perçu comme un problème important.

- Preuve s'il en est, la difficulté de recrutement de consommateurs qui répondent que le gaspillage alimentaire n'est pas un problème important. La question était posée sur base d'une échelle de Likert avec une échelle de réponse graduée de 0 à 5 selon l'importance que la personne attribuait elle même au problème. Au départ, la sélection devait se réaliser sur base d'une réponse graduée de 0 à 2. Elle a été étendue à 3 pour permettre le recrutement. Pour réaliser ce recrutement, 971 personnes par mail, téléphone et sms ont été sollicitées. Les consommateurs d'un niveau culturel plus élevé ne répondent probablement pas volontiers que le gaspillage alimentaire n'est pas un problème important (même si elles gaspillent).
- Cette première perception est confirmée par d'autres études quantitatives réalisées par le CRIOC.

De multiples gaspillages alimentaires

- Les consommateurs déclarent gaspiller différentes sortes d'aliments dans différentes circonstances. Il n'existe pas à leurs yeux une définition univoque de celui-ci mais un ensemble de comportements liés aux circonstances de consommation.
 - Gaspillage consécutif à l'achat de trop grandes quantités (mauvaise évaluation des quantités nécessaires pour la famille . . .) ou lors de fêtes (nouvel an, fêtes familiales, anniversaires, réception d'invités, Ramadan . . .)
 - Produits ouverts non réutilisés (pot de mayonnaise, boîte de lait, conserves ouvertes . . .)
 - Produits emballés périmés (date de péremption dépassée, yaourt, fromage, charcuterie . . .)
 - Produits frais "avariés" (légumes, fruits, viande, pain)
 - Restes de plats cuisinés
 - Collations non consommées partiellement ou totalement (tartines, gaufres écrasées . . .)

Causes du gaspillage alimentaire

- Les consommateurs déclarent gaspiller pour différents motifs.

Des raisons dépendantes du consommateur.

- L'envie, le goût du consommateur. Les restes d'un repas ne sont pas réutilisés car : Un membre de la famille ne souhaite manger pas deux fois de suite la même chose. "*Les aliments ont moins de saveur le lendemain*". Les restes d'un repas qui ont été surgelés ne sont pas consommés "*on se rend compte que ça n'a plus de goût et on le jette... ça a changé d'aspect... on l'oublie...*". Le consommateur n'aime pas l'aliment ou le plat qu'on lui sert et ne le mange pas (en général les enfants) "*mes enfants ne mangent pas tout le pain, les enfants ne finissent jamais leur assiette, les enfants ne veulent pas tout manger, les enfants ne veulent pas manger ce qui est réchauffé...*". L'aliment n'est pas consommé car on a changé d'envie entre le moment où on l'a acheté et le moment où on a prévu de le consommer. "*Je ne sais pas le matin ce que j'aurai envie de manger le soir*"
- Les problèmes de planification et de prévision. Un membre de la famille ne rentre pas manger pour une raison imprévue "*mon mari ne rentre pas et saute un repas alors que j'ai fait à manger pour toute la famille*"; des quantités mal évaluées, des produits périmés car non consommés dans les délais prévus ou achetés en trop grande quantité, des produits "oubliés" dans le frigo ou dans le surgélateur

Causes du gaspillage alimentaire

- Les consommateurs déclarent gaspiller pour différents motifs.

Des raisons indépendantes du consommateur.

- Vente de conditionnements trop grands
"On ouvre la boîte et il y a toujours trop,"
- Trop grands paquets de produits aux dates de péremption trop rapprochées. ("On achète plusieurs pots de fromages dans un paquet mais les dates fraîcheur sont valables que quelques jours.")
- Paquet promotionnel. *"On vend trois pizzas pour le prix de deux, j'en ai besoin que de deux mais j'achète."*
- Difficulté de prévoir la durée de vie d'un produit frais.
"Parfois on achète un légume qui a l'air bien frais et puis deux jours après il est blette, alors qu'un autre qui a l'air plus vieux, va parfois tenir une semaine."

Perception du gaspillage alimentaire

Le gaspillage alimentaire est un luxe

- *"Trop de choix, trop de produits chez nous par rapport aux pays où l'on manque de tout"*
- Ce constat éveille de la culpabilité chez certains consommateurs et de la colère chez d'autres. Les premiers se considèrent également responsables du problème les second considèrent que ce sont les grandes surfaces, la société au sens large qui sont responsables et qu'eux-mêmes, ne peuvent guère avoir d'influence sur ce problème. Ce sont les personnes qui ont des moyens financiers qui ne se préoccupent pas du gaspillage, car l'alimentation est alors liée à l'envie instantanée et dès lors, lorsqu'on dispose d'argent *"on achète ce qu'on veut quand on veut et on le jette si on n'en a plus envie ou plus besoin"*.
- Le gaspillage est lié à l'immédiateté de l'envie suscitée par le plaisir. Pour ne pas gaspiller, il ne faut pas céder à l'envie immédiate mais au contraire planifier et organiser. Parmi les mesures suggérées : *Ne jamais faire les courses sans avoir mangé au préalable, sous peine de céder à ses envies et être confronté à l'achat d'un excès de nourriture.*
- Le gaspillage est directement lié au plaisir, ne pas gaspiller implique un effort de ne pas céder à toutes ses envies.

Perception du gaspillage alimentaire

Le gaspillage alimentaire est un manque d'éducation

- L'éducation se traduit par un travail progressif sur soi-même qui mène à ne pas céder à ses pulsions immédiates et à intégrer dans la décision et dans le passage à l'acte (manger ou jeter) d'autres éléments que le seul plaisir immédiat.
- Les consommateurs conscients du gaspillage alimentaire mettent en place des stratégies pour ne pas gaspiller. Même s'ils connaissent les conseils utiles et nécessaires à cette fin, ils se heurtent malgré tout au désir des autres qui, à leurs yeux, mène à l'échec de leurs efforts

Le gaspillage est une perte d'argent

- Cette idée, fort présente chez les consommateurs qui estiment que le gaspillage alimentaire n'est pas un problème important, soutient leur constat que seuls ceux qui disposeraient de revenus élevés pourraient se permettre le luxe de gaspiller. Cependant les discussions avec l'ensemble des consommateurs indiquent, que si la perte d'argent due au gaspillage est perçue spontanément par les consommateurs, ce n'est pas la prise de conscience de cet état de fait qui semble être de nature à pouvoir les amener à réduire concrètement le gaspillage alimentaire. Sans solution précise proposée, il n'est point de salut !

Perception du gaspillage alimentaire

Le gaspillage alimentaire culpabilise

- Les consommateurs culturellement défavorisés estiment que ce sont les consommateurs qui disposent de revenus élevés qui gaspillent les aliments par imprévision en se laissant aller aux envies instantanées. Stocker la nourriture représente une sécurité et même lorsqu'ils constatent que leur stratégie n'est pas efficace, les consommateurs ne peuvent pas s'empêcher de continuer leur pratique de stockage. Ils sont dès lors conscients de jeter des aliments et culpabilisent car "*Il y a la faim dans le monde. . .*"
- Mais ils s'estiment moins responsables du gaspillage alimentaire que les consommateurs qui jettent la nourriture sans même tenter de prévoir les repas. Ils estiment faire un effort suffisant en essayant de planifier les achats en stockant et en luttant pour ne pas céder aux envies, alors que : "*d'autres se permettent tout.*" Ou elles comparent leur gaspillage alimentaire avec le secteur professionnel de l'alimentation.
- "*On jette des restes, mais les restaurants et les cantines c'est bien pire*"
- "*J'ai travaillé dans une grande surface, ils jettent des quantités incroyables car ils ne peuvent plus les vendre pour la fraîcheur, nous on ne pouvait même pas avoir un pain qui reste mais ils en jetaient des kilos.*"

Perception du gaspillage alimentaire

Le gaspillage exige plus qu'un effort individuel

- Des consommateurs ont le sentiment que le problème du gaspillage est gigantesque et que leur effort individuel ne représente rien face au gaspillage pratiqué par ceux qu'ils estiment plus riches ou plus puissants.
- Ne pas gaspiller relève pour ces consommateurs d'une lutte contre le désir et le plaisir et s'ils peuvent mettre des stratégies personnelles en place, ils se déclarent impuissants à les faire appliquer par leurs enfants qui sont par essence des consommateurs qui agissent par pur plaisir.

Dynamiques qui conduisent au gaspillage alimentaire

- Plusieurs dynamiques axées sur des profils de consommateurs ou des circonstances peuvent mener à gaspiller des aliments en plus ou moins grande quantité.

L'envie de nouveauté et de changement

- Les consommateurs veulent expérimenter et se sentir libres dans leur comportements alimentaires. Ils ne gaspillent pas en suivant inconsidérément les propositions d'achats induites par le marketing. Ce sont des personnes actives professionnellement ou qui vivent seules ou qui ne se préoccupent de l'achat d'aliments que lorsqu'elles en ont envie ou le temps de manger.
- Ils achètent les aliments ou se rendent au restaurant ou au snack lorsqu'ils ont faim et ne terminent pas leur repas ou essayent des plats neufs ou des saveurs nouvelles et ne les terminent pas nécessairement.
- *"On essaye et ça passe ou ça casse."*
- Ils préparent un sandwich ou un en-cas mais ne le consomment pas par changement d'envie au moment de manger ou par manque de temps. Ils ne rentrent pas chez eux comme prévu et ne consomment pas le repas prévu à domicile.

Dynamiques qui conduisent au gaspillage alimentaire

Le droit de choisir et de jeter synonyme d'une table d'exception

- Ces consommateurs n'achètent pas uniquement des produits de nécessité première. Ils achètent éventuellement des produits de luxe ou de marque selon leurs envies du moment, sur base d'une publicité qui vante la qualité ou l'originalité du produit ou pour faire comme d'autres (collègues, . . .). Ils sont très attentifs à ce que la table soit remplie de produits variés et ne les consomment pas par la suite s'ils ont été entamés ou non consommés. Ils vont remplir la table du petit déjeuner d'un véritable buffet varié et vont ensuite jeter ce qui n'a pas été utilisé.

La garantie d'un garde-manger bien achalandé garantit la convivialité

- Ces consommateurs font des listes à long terme, prévoient, stockent et surgèlent de la nourriture mais oublient de la consommer dans les délais de conservation. Ils recherchent une certaine perfection lorsqu'ils reçoivent et vont dès lors acheter des produits sophistiqués qui ne seront utilisés qu'en très petite quantité et qui seront jetés par la suite. La peur de manquer est bien présente.
- Stocker la nourriture représente une sécurité pour ces consommateurs et même lorsqu'ils constatent que leur stratégie n'est pas efficace, ils ne peuvent pas s'empêcher de continuer leur pratique de stockage.

Dynamiques qui conduisent au gaspillage alimentaire

L'habitude, facteur d'inertie

- Ces consommateurs se sont installés dans une certaine routine alimentaire et ne sortent que peu de celle-ci. Ils n'ont pas tendance à gaspiller car ils connaissent bien les produits qu'ils utilisent. Les sources de gaspillage vont davantage provenir des enfants ou des personnes de ce profil qui sont soucieuses de leur santé. Ils ne conservent pas les produits qui restent dans les emballages ou les conditionnements une fois ouverts (plus particulièrement pour les enfants ou qui jettent les produits sur base des dates de péremption.)

La cuisine des autres

- Ces consommateurs s'organisent lors des courses. Leur source de gaspillage provient principalement des enfants qu'ils ne parviennent pas à convaincre de manger ou terminer un repas ou qui ne consomment pas les collations prévues, car elles ne leur plaisent pas. Il peut arriver malgré tout qu'ils préparent des repas ou prévoient des provisions pour les autres membres de la famille et que ce soient ces derniers qui ne consomment pas ce qui est prévu lorsqu'ils rentrent (car ils n'en ont pas envie ou ont déjà mangé).

Dynamiques qui conduisent au gaspillage alimentaire

La fête, synonyme de bacchanale

- Ces consommateurs préparent une fête ou une réception d'amis et achètent des produits spécifiques pour cette occasion qui ne seront ni consommés, ni conservés. Ces personnes achètent sans limites : la fête où l'on propose aux convives d'apporter chacun un plat et des boissons et que par la suite il reste de grandes quantités de produits frais inutilisables (salades etc.), barbecue, fondues, tout repas typiquement convivial de ce type pour lequel l'achat de quantités trop importantes de viande et de variétés de sauces est fréquent.
- *"Quand j'invite, j'achète des pots de mayo, moi je ne mange pas ça, alors je jette ce qui reste et parfois on n'en a presque pas utilisé."*

Stratégies pour limiter le gaspillage alimentaire

Face au gaspillage alimentaire, les consommateurs développent des stratégies selon leur conscience de la problématique

Un comportement d'achats spécifiques

- Avant l'achat et au moment des courses, ils **planifient les repas de la semaine ou du mois et font des listes d'achats**. Leitmotiv : il faut éviter d'aller acheter de la nourriture sans avoir mangé au préalable. Dans le cas contraire, le consommateur achète toujours davantage de produits et se retrouve avec des excès de nourriture.
- Ces consommateurs reconnaissent cependant les limites de cette pratique et reconnaissent gaspiller de la nourriture car ils achètent systématiquement des quantités trop importantes ou cèdent à leurs envies lors de l'achat. Ces répondants se déclarent influencés par les stratégies commerciales des grandes surfaces et accordent de l'importance aux prix des produits. Ces répondants sont sensibles aux offres promotionnelles, aux paquets économiques, aux bons d'achat et achètent dès lors des quantités plus importantes.
- *"Trois pizzas pour le prix de deux, tu t'en fous qu'on ne mangera peut-être pas la troisième, ça te coûte rien. "*
"Il y a trop de publicité, ça nous pousse à acheter, surtout les enfants. " *"J'ai prévu de faire un repas, mais je parle avec une amie et elle me donne envie de faire autre chose et je vais l'acheter et j'oublie ce que j'ai déjà acheté avant. "*

Stratégies pour limiter le gaspillage alimentaire

Le stockage

- Les aliments stockés qui ne sont pas consommés dans les délais de la date de péremption et qui sont jetés. En réponse, des consommateurs les plus sensibilisés déclarent manger eux-mêmes certains produits dont la date de fraîcheur est dépassée (yaourt) car ils ne peuvent se résoudre à les jeter. En général, il s'agit de produits qui étaient prévus pour d'autres membres de la famille, qui ne les ont pas consommés par manque d'envie et que le répondant se résout à manger plutôt que de les jeter. Certains consommateurs déclarent également terminer eux-mêmes les assiettes des enfants, pour ne pas jeter ce qu'ils laissent de leur repas.
- *"J'attends avant de préparer mon repas, car les trois enfants laissent parfois tellement dans leur assiette que j'ai assez mangé. Je sais que ça n'est pas bien: Super Mami dit qu'il ne faut pas faire ça."*
- Les aliments stockés ne sont pas consommés car des membres de la famille n'en ont pas envie mais également car le système de liste est parfois utilisé dans une prévision à trop long terme.
- *"Avant je faisais des listes pour un mois, je bourrais le frigo et le congélateur, mais au début du mois on mangeait ce qui devenait plus vite mauvais, puis les 15 derniers jours on se retrouvait avec les pâtes et le riz. A la fin on ne faisait plus assez attention et il y avait des trucs qui devenaient mauvais." "Mon congélateur déborde toujours, il doit être plein mais je ne sais plus ce qu'il y a dedans."*
- Les consommateurs défavorisés gaspillent plus par excès de stockage (oubli, date de péremption dépassée).

Stratégies pour limiter le gaspillage alimentaire

La récupération

- Les consommateurs développent des comportements de récupération des aliments. Lorsqu'il y a des restes de repas ou de la nourriture non consommée (à cause d'une trop grande quantité ou de l'absence imprévue d'un membre de la famille), ces consommateurs accommodent les restes pour le lendemain ou surgèlent.
- *"Quand il reste quelque chose, je vais voir sur un site (marmiton.be) comment accommoder ce qui reste, ou bien dans les magazines comme "Flair", ma mère aussi m'a appris. "*
- Toutefois ce système rencontre parfois un écueil, même chez les consommateurs les plus sensibilisés au problème du gaspillage.
- *"C'est tout un travail, il faut être organisé, pas question de laisser les pommes de terre dans la casserole, il faut penser à les emballer et à les mettre au frigo, c'est du travail et parfois on n'y pense pas car on court dans tous les coins avec les enfants et le lendemain, il est trop tard et on jette. "*
- *"Je surgèle ce qui reste et puis parfois je l'oublie et il reste trop longtemps au surgélateur et ça n'a plus une bonne tête. "*

Stratégies pour limiter le gaspillage alimentaire

La sanction

- Les consommateurs les moins conscients de la problématique du gaspillage alimentaire ou n'estimant pas cette question importante, proposent prioritairement des mesures qui visent à punir. Ils proposent davantage l'installation de taxes sur les sacs poubelles et expriment la nécessité que l'on fixe des limites externes, vu qu'ils ne peuvent ou ne veulent s'en fixer par eux-mêmes.

Propositions pour enrayer le gaspillage alimentaire

Une approche volontariste et pas uniquement volontaire

- Les consommateurs qui connaissent les conseils utiles gaspillent. Des réponses limitées à la seule action volontaire du consommateur sont insatisfaisantes.

Deux écueils à éviter aux yeux des consommateurs

- Le sentiment de consommateurs que malgré qu'ils fassent des efforts pour ne pas gaspiller, d'autres n'hésitent pas à acheter des produits pour les jeter sans autre préoccupation que leur envie personnelle.
- La perception que les consommateurs ne peuvent avoir d'action sur les membres de la famille qui ne consomment pas la nourriture prévue (le plus souvent les enfants).

Propositions spontanées

- **Campagne de sensibilisation dans les médias à destination des enfants.** Il s'agit de soutenir les parents pour donner des injonctions à leurs enfants. Une campagne d'affichage viendrait à leurs yeux objectiver et renforcer ce qu'ils disent déjà à leurs enfants. D'autres études sur d'autres thématiques (économie d'énergie) témoignaient de ce type d'attente de la part des parents, qui souhaitent bénéficier d'un discours externe incarnant l'autorité sur laquelle ils peuvent s'appuyer. Ces parents exercent peu l'autorité vis-à-vis des enfants par crainte des conflits.
- **Campagne de sensibilisation dans les médias montrant le lien entre gaspillage alimentaire et perte d'argent.** "Il faudrait des spots où l'on verrait que chaque poubelle ça fait autant €, ça ils le comprendraient."

Propositions pour enrayer le gaspillage alimentaire

- **Campagne de sensibilisation des conjoints.** Ces consommateurs souhaitent ainsi pouvoir davantage convaincre leurs conjoints de mieux planifier leurs absences aux repas familiaux, afin d'éviter de gaspiller de la nourriture.
- **Séances d'information dans les écoles et les entreprises.**
- **Développer un système de primes anti-gaspillage.**
 - *"Des systèmes de prime pour encourager la lutte contre ce gaspillage."*
- **Organiser des points de compost collectif**
- **Augmenter le prix des sacs poubelles blancs**
- **Mener des initiatives auprès des professionnels de l'alimentaire** afin qu'ils limitent le gaspillage alimentaire.
- **Interdire les offres promotionnelles pour des produits alimentaires** de type 3 pour 2 afin de redonner de la valeur à l'aliment.
- **Proposer des conditionnements plus petits**
- **Inciter à l'achat en vente rapide**
- **Organiser des concours pour mettre en valeur des trucs pour gaspiller moins**
- **Organiser des visites d'éco-conseiller** pour diagnostiquer les problèmes de gaspillage alimentaire à domicile.
- **Développer des cantines à tartines** où les enfants apprendraient à confectionner leurs tartines
- **Bourse d'échange de voisinage** pour les aliments à date de consommation limitée

Conclusions et recommandations

- **Le gaspillage alimentaire est difficile à éviter pour les consommateurs**

Différentes sources de gaspillage alimentaire dès l'achat ou lors de la consommation existent et même lorsqu'il existe dans la famille, un consommateur soucieux de cette problématique, qui applique les différents conseils d'achat ou de conservation, la famille ne peut éviter des gaspillages alimentaires. En effet, si certains consommateurs vont jusqu'à terminer le plat eux-mêmes, ils ne peuvent endiguer les envies ou l'imprévision des autres membres de la famille.

- **Inscrire le gaspillage dans les dynamiques spécifiques des consommateurs.**

Le rapport à l'alimentation parmi les consommateurs souligne que les mesures à prendre pour le combattre ne peuvent se limiter à un constat de faits de gaspillage, mais doivent fournir des réponses adaptées aux besoins et aux tensions que ces conduites de gaspillage tentent de combler. Ainsi, aux yeux de certains consommateurs, le gaspillage est directement lié au plaisir, ne pas gaspiller implique un effort de ne pas céder à toutes ses envies.

- **La lutte contre le gaspillage alimentaire peut s'organiser autour de quatre stratégies distinctes : un comportement d'achat adapté, le stockage, la récupération et la sanction. L'approche doit être volontariste et ne pas attendre le développement spontané d'initiatives citoyennes.**

Auteur :
Christian Bontinckx, & 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 2011

D 2011-2492-128
©CRIOC

Prix : 27 €

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