

Quelle est la prise de conscience environnementale des consommateurs ?

Propos introductifs

Les résultats de notre étude ont permis d'observer que la majorité des consommateurs ont pris conscience de l'importance des enjeux environnementaux :

- Dans leur vie quotidienne
- Dans leurs relations avec les réseaux de restauration rapide

Prise de conscience des consommateurs – vie quotidienne

Le tri des déchets est devenu, pour la majorité des consommateurs que nous avons interviewés, un geste naturel qui est principalement motivé par les éléments ci-dessous:

- Des convictions personnelles
 - « Tout simplement parce que je pense que tout le monde devrait le faire, dans un souci de protéger, à [son] niveau, la planète et la future planète de [ses] enfants. » (Consommateur)
 - « Actuellement, je suis plutôt sensible à cette question-là. Pour moi, c'est quelque chose d'important surtout [...] aujourd'hui. C'est vraiment une question essentielle. » (Consommateur)
 - « C'est quelque chose d'important pour moi. Je m'y intéresse. J'essaie de m'impliquer de plus en plus. » (Consommateur)
 - « Aujourd'hui, il y a une prise de conscience, il y a une urgence climatique et une urgence environnementale. Donc, j'imagine que je ne suis pas le seul consommateur à être sensible à ces questions. » (Consommateur)
- L'éducation et l'entourage
 - « Je le fais [le tri] par simple habitude comme j'ai été sensibilisé en étant jeune. Aujourd'hui, il y a différentes poubelles de tri à mon domicile. » (Consommateur)
 - « Aujourd'hui, c'est devenu une nécessité mais je l'ai sans doute toujours été [i.e., sensibilisé] de par mon éducation et mon milieu familial. Mes parents ont toujours été sensibles à cette idée d'écologie... et du respect de l'environnement... et de l'impact de l'homme sur l'environnement. Donc, [...] je suis très sensible à toutes ces questions-là. » (Consommateur)
 - « Je suis particulièrement sensibilisée aussi par mon entourage. J'ai des collègues et des amis qui pratiquent beaucoup le 'zéro déchet' pour éviter de polluer la planète. » (Consommateur)
 - « Mes convictions personnelles [...], l'ajout d'un frère très écologique, le fait que ma vision des choses ait changé en effet, et le fait de voir la pollution partout. La prévention a fait qu'automatiquement [...], on a pris conscience. » (Consommateur)
- Les campagnes publicitaires
 - « C'est un sujet d'actualité dont on entend souvent parler. Tout ce qui est manières de trier et moyens mis en place afin qu'on trie nos déchets à domicile et au travail, [ce] sont des sujets d'actualité. » (Consommateur)

« Je pense qu'aujourd'hui, ce qui me sensibilise le plus, ce sont les campagnes d'informations que l'on voit sur Internet ou sur les différents médias, [...] on nous montre les océans par exemple. Ce qui me vient à l'esprit, c'est le plastique dans les océans, les mers de plastique, [...] ça me choque pas mal. » (Consommateur)

« Aujourd'hui, on est vraiment dans une ère où tout le monde se sent plus ou moins concerné [par les questions environnementales]. Tout dépend des gens. Il y a toujours des exceptions, mais il y a beaucoup de communication faite sur ça, sur l'environnement, le tri, l'écologie. » (Consommateur)

« [Pour améliorer les choses, il faudrait encore plus de] campagnes publicitaires, [...] ça rentrerait dans notre quotidien et on le ferait peut-être plus automatiquement. » (Consommateur)

Très peu de consommateurs interviewés ont parlé de leurs réticences à trier leurs déchets.

« Ça prend du temps, [...] on doit tout reposer, tout trier, sortir les déchets des cartons, etc. Je le faisais au début, j'ai dû le faire deux, trois fois. Et finalement non, pour être honnête, maintenant je jette tout dans la poubelle 'déchets'. » (Consommateur)

« C'est assez contraignant pour une question de rapidité. Ça demande un travail supplémentaire pour le consommateur, que tout le monde n'est pas prêt à faire. » (Consommateur)

Prise de conscience des consommateurs – réseaux de restauration rapide

Les consommateurs sont conscients du volume des déchets générés dans la restauration rapide. Ils constatent des améliorations en matière de tri des déchets dans les restaurants mêmes s'ils semblent percevoir ces nouvelles pratiques de tri comme encore insuffisantes.

« Ce qui est compréhensible aussi, c'est que toutes les entreprises n'ont pas le même historique, les mêmes moyens... déjà si chacun [faisait] ce qu'il peut à son échelle, [...] je pense qu'on avancerait grandement dans ce sens. » (Consommateur)

« Je trouve que, dans la restauration rapide, il y a du mieux au niveau du recyclage. Maintenant, dans certains fast-foods, on peut trier nos déchets en mettant les cartons [et] les plastiques dans une poubelle, et les canettes et les déchets alimentaires dans une autre [...]. Il y a du mieux mais il reste encore du progrès à faire dans certaines enseignes. » (Consommateur)

« Je vois que de plus en plus d'enseignes mettent en place des systèmes avec différentes petites poubelles mais je trouve que ce n'est pas forcément bien indiqué. » (Consommateur)

« J'ai l'impression que, à l'heure d'aujourd'hui, ça évolue. [...] On nous propose de plus en plus de poubelles afin de pouvoir faire le tri, mais on le voit encore trop peu à mon sens. » (Consommateur)

« Ils ont mis en place différents types de poubelles : une pour jeter les liquides, une pour les emballages cartons et certains mettent les verres à un endroit. Je dirais que c'est quand même en train d'évoluer par rapport à quand on était petits et qu'on jetait tout au même endroit, sans faire attention à rien. » (Consommateur)

Certains consommateurs interviewés expliquent qu'ils n'ont jamais été sollicités par les réseaux de restauration rapide pour donner leur avis sur la question du tri des déchets dans les restaurants.

« Je n'ai jamais été questionné sur ce thème-là en restaurant. Après, je pense que le client peut apporter des solutions. » (Consommateur)

« Je n'ai jamais été sollicité ! Que ce soit dans des grandes enseignes ou des petites, je n'ai jamais répondu à une enquête de satisfaction ! [...] Je n'ai jamais eu un questionnaire. On ne m'a jamais demandé mon avis, sur les déchets notamment. »
(Consommateur)

Propos conclusifs

La prise de conscience environnementale est croissante chez les consommateurs. Ces derniers sont conscients du volume des déchets générés dans le secteur de la restauration rapide. Ils constatent des améliorations en matière de tri des déchets dans les restaurants mêmes s'ils semblent percevoir ces nouvelles pratiques de tri comme encore insuffisantes. Ainsi, les réseaux de restauration rapide doivent encore aller plus loin dans la mise en place de nouvelles pratiques en matière de tri des déchets.

NB : Cette fiche pratique est issue d'une étude empirique intitulée « La gestion des déchets dans les chaînes de restauration rapide », menée par les étudiants du Master Franchise & Commerce en Réseau – IGR-IAE Rennes – Université de Rennes 1, et coordonnée par Rozenn Perrigot, Professeur des Universités et Directrice du Centre sur la Franchise & le Commerce en Réseau. Plus d'une centaine de franchiseurs, franchisés et clients ont contribué à cette étude en acceptant d'être interviewés durant l'automne 2019.