

MASTER TOURISME

Parcours Management en Hôtellerie Restauration

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

Vers un mode de consommation plus responsable :

**Le rôle du consommateur dans la réduction du
gaspillage alimentaire en restauration collective**

Présenté par :

Barbara Seferlis

Vers un mode de consommation plus responsable :

**Le rôle du consommateur dans la réduction du
gaspillage alimentaire en restauration collective**

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propre à leur auteur(e).

REMERCIEMENTS

En premier lieu, je souhaite exprimer ma gratitude envers Monsieur Bories, mon maître de mémoire, pour son accompagnement attentif, ses conseils méthodologiques et pour son aide dans l’analyse des résultats du questionnaire.

Je tiens à remercier madame Bessière, professeure de méthodologie du mémoire, pour ses conseils, son encadrement rigoureux et l’aide précieuse qu’elle a apportée dans la structuration de mon travail dès les premières étapes.

Je souhaite également remercier Monsieur Rayssac pour ses enseignements sur la rédaction, qui m’ont permis de mieux organiser et formuler mes idées tout au long de la construction de ce mémoire.

Un grand merci à Monsieur Cinotti pour la qualité de ses cours, qui m’ont donné des bases solides et utiles tout au long de cette recherche.

Je remercie également Madame T’Felt pour ses conseils méthodologiques, notamment dans la construction du questionnaire qualitatif, ainsi que pour son accompagnement bienveillant.

Je tiens aussi à remercier Monsieur Garcia, mon directeur d’alternance, pour sa confiance, son écoute et son soutien tout au long de cette année de travail.

Enfin, je remercie l’ensemble des enseignants de l’ISTHIA pour la qualité des enseignements dispensés, leur engagement et leur disponibilité, qui ont largement contribué à mon parcours de formation.

À toutes ces personnes, je suis profondément reconnaissante pour leur soutien, leur implication et leur accompagnement précieux tout au long de cette année d’apprentissage.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS	5
SOMMAIRE	6
INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	7
PARTIE 1 : COMPRENDRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE.....	9
CHAPITRE 1 : LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE	11
CHAPITRE 2 : L'INTENTION DES CONSOMMATEURS DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE	19
CHAPITRE 3 : LES DÉTERMINANTS PSYCHOSOCIAUX DE L'INTENTION DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE	24
PARTIE 2 : PROBLÉMATIQUE ET HYPOTHÈSES	30
CHAPITRE 1 : PRÉSENTATION DU MODÈLE THÉORIQUE.....	33
CHAPITRE 2 : L'ATTITUDE ET L'INTENTION DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE.....	36
CHAPITRE 3 : LA NORME SOCIALE PERÇUE ET L'INTENTION DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE.....	37
CHAPITRE 4 : LE CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU ET L'INTENTION DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE	39
PARTIE 3 : MÉTHODOLOGIE ET ENSEIGNEMENTS DE L'ÉTUDE.....	41
CHAPITRE 1 : MÉTHODOLOGIE	43
CHAPITRE 2 : RÉSULTATS	47
CHAPITRE 3 : DISCUSSIONS, APPORTS, LIMITES ET PERSPECTIVES.....	50
CONCLUSION GÉNÉRALE	66
BIBLIOGRAPHIE.....	68
TABLE DES MATIÈRES	71

INTRODUCTION GÉNÉRALE

« C'est un choix contre l'égoïsme, contre l'individualisme, pour une société plus solidaire et plus responsable. Car il y a quelque chose de scandaleux, de profondément injuste dans le fait de jeter de la nourriture quand tant de Français dépendent de l'aide alimentaire pour vivre ou que des millions d'hommes, de femmes et d'enfants ne mangent pas à leur faim » (Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire, 2013).

Aujourd’hui, le gaspillage alimentaire est devenu un véritable enjeu mondial. Chaque année, près d’un tiers de la production alimentaire destinée à l’homme est perdue ou gaspillée dans le monde, soit environ 1,3 milliard de tonnes (FAO, 2019).

En France, on estime que 9,4 millions de tonnes de nourriture sont jetées chaque année, dont près de 4 millions pourraient encore être consommées.

Face à cette réalité, la lutte contre le gaspillage est devenue une priorité, autant pour des raisons environnementales qu’économiques et sociales.

Parmi les secteurs les plus concernés, la restauration collective tient une place importante. Présente dans les écoles, les hôpitaux, les entreprises ou les établissements médico-sociaux, elle représente à elle seule 8 % du gaspillage alimentaire national.

Réduire ce gaspillage est devenu indispensable, non seulement pour répondre aux exigences environnementales, mais aussi pour satisfaire des consommateurs de plus en plus attentifs aux pratiques responsables des établissements qu’ils fréquentent.

D’ailleurs, selon les études les plus récentes (Xerfi, 2024), les consommateurs attendent désormais des restaurants collectifs qu’ils s’engagent de façon visible dans des démarches durables. Mais même si la sensibilité écologique progresse, il n’est pas toujours facile de transformer cette prise de conscience en gestes concrets au quotidien. Les établissements doivent non seulement ajuster leur organisation et leurs services, mais aussi comprendre ce qui, dans le comportement des convives, peut freiner ou au contraire encourager la réduction du gaspillage. C’est dans ce contexte que s’inscrit la question de ce mémoire : « ***Quels sont les facteurs qui incitent les convives à réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective ?*** »

Au-delà des actions techniques comme l’adaptation des portions ou la gestion des stocks, il devient essentiel de comprendre ce qui pousse réellement les individus à changer leurs comportements alimentaires. Pourquoi certains convives se sentent-ils plus concernés que d’autres ? Comment l’habitude, l’émotion ou encore la perception du gaspillage influencent-ils leurs décisions ?

Toutes ces questions montrent que la dimension psychologique est centrale pour réussir à faire évoluer les pratiques. À travers cette étude, il s'agit donc d'approfondir la compréhension des mécanismes qui encouragent ou freinent l'intention de réduire le gaspillage. La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991) offre un cadre précieux pour analyser ces mécanismes. Elle explique que l'intention de réaliser un comportement dépend de trois éléments principaux : l'attitude de la personne face au comportement, la pression sociale ressentie et le sentiment de pouvoir agir.

Appliquée au gaspillage alimentaire, cette théorie permet de mieux comprendre comment naît l'envie de moins jeter, et ce qui peut l'encourager ou, au contraire, l'empêcher.

L'objectif principal de ce mémoire est donc d'identifier les facteurs psychologiques et sociaux qui influencent l'intention de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective.

En parallèle, il s'agit aussi de proposer des pistes concrètes pour aider les établissements à mettre en place des stratégies adaptées, capables d'accompagner ce changement de comportement. Plus précisément, trois grands axes guideront la réflexion. Le premier s'intéressera aux attitudes individuelles : comment la perception du gaspillage et la sensibilité écologique influencent-elles les comportements ?

Le second examinera le poids de l'environnement social : dans quelle mesure les normes collectives, les regards des autres ou les politiques internes peuvent-ils motiver à moins gaspiller ?

Le troisième analysera le rôle du contexte pratique : comment la flexibilité de l'offre, le format des portions ou les possibilités d'adaptation laissent-ils aux convives une vraie capacité d'agir ?

Pour répondre à ces questions, la démarche combinera une revue de littérature approfondie, un travail d'enquête auprès des convives, et une analyse basée sur la théorie du comportement planifié.

L'objectif est ainsi de mieux comprendre les comportements et proposer aux gestionnaires de restauration collective des solutions concrètes pour limiter les pertes alimentaires.

**PARTIE 1 : COMPRENDRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN
RESTAURATION COLLECTIVE**

INTRODUCTION

Le gaspillage alimentaire est un phénomène dont chacun a entendu parler, souvent évoqué comme l'un des défis majeurs de notre époque. Pourtant, derrière cette expression familière se cache une réalité complexe, aux implications multiples sur les plans environnemental, économique et social. Pour comprendre pleinement les enjeux qui y sont associés, il est nécessaire de s'interroger sur son origine, ses définitions et sa portée actuelle.

Au fil des décennies, la perception du gaspillage alimentaire a évolué. D'abord perçu comme une conséquence inévitable de l'abondance, il est devenu aujourd'hui un symbole des déséquilibres de notre modèle de consommation. Sa reconnaissance en tant que problème public majeur est relativement récente, portée par des campagnes internationales et l'émergence d'engagements politiques, tels que le Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire en France ou encore les objectifs de développement durable fixés par l'ONU.

Mais que recouvre réellement le gaspillage alimentaire ? Est-il uniquement lié aux comportements des consommateurs ? Comment le définir précisément, alors que les approches varient selon les organisations et les chercheurs ? Et quelles sont les dimensions spécifiques de ce gaspillage lorsqu'il se produit dans les établissements de restauration collective ?

Afin de répondre à ces interrogations, cette première partie s'attache à poser les bases conceptuelles et contextuelles nécessaires à l'analyse.

Nous commencerons par explorer les différentes définitions du gaspillage alimentaire, ainsi que les principales données chiffrées permettant d'en mesurer l'ampleur à l'échelle mondiale et nationale. Nous mettrons ensuite en évidence les impacts environnementaux, économiques et sociaux qui rendent ce phénomène particulièrement préoccupant.

Dans un second temps, nous nous intéresserons plus spécifiquement à la restauration collective. Nous analyserons son fonctionnement, l'importance du gaspillage alimentaire dans ce secteur, ainsi que les principales causes identifiées. Cette approche permettra de mieux comprendre pourquoi, malgré les efforts organisationnels et réglementaires, le rôle du comportement des convives reste aujourd'hui un levier central pour agir efficacement contre le gaspillage alimentaire.

CHAPITRE 1 : LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION

COLLECTIVE

1. LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

1.1. DÉFINITION

Le gaspillage alimentaire trouve ses origines dès la période industrielle (1750 – 1850), une époque marquée par une production de nourriture plus abondante et une diminution des coûts, rendues possibles grâce à l'essor de l'industrialisation. Ce phénomène a non seulement facilité l'augmentation du gaspillage alimentaire, mais a également contribué à rendre cette problématique moins visible (Thyberg et Tonjes, 2016 ; Audet et Brisebois, 2018). Ce n'est qu'à partir des années 2010 que le gaspillage alimentaire a émergé comme un véritable problème public qualifié de défi mondial (FAO, 2019).

Malgré l'ampleur préoccupante du gaspillage alimentaire à l'échelle mondiale, il n'en existe pas de définition communément admise, ce qui entraîne des divergences d'interprétation parmi les auteurs quant à son champ d'application (Cour des comptes européenne, 2016).

Le Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire (2013), qui réunit divers acteurs de la chaîne alimentaire, adopte une définition large : « toute nourriture destinée à la consommation humaine qui, à une étape de la chaîne alimentaire, est perdue, jetée, dégradée, constitue le gaspillage alimentaire ». Cette approche globalisante inclut l'ensemble des gaspillages qui interviennent tout au long de la chaîne alimentaire, sans aucune distinction quant à l'origine de ces pertes. Cette vision large peut toutefois présenter le risque de diluer les responsabilités et de complexifier l'identification de leviers d'action efficaces.

À l'inverse, d'autres institutions comme l'Organisation des Nations Unies (2021) distinguent les pertes alimentaires, qui surviennent en amont de la chaîne (production, récolte, transformation, stockage), du gaspillage alimentaire, limité aux étapes de la vente au détail et de la consommation. Dans cette perspective, le gaspillage alimentaire renvoie à des aliments encore propres à la consommation mais éliminés, souvent pour des raisons esthétiques, logistiques ou comportementales. La FAO (2011) renforce cette distinction en précisant que les pertes alimentaires correspondent à une diminution de la qualité ou de la quantité des denrées, les rendant impropre à la consommation (Grolleaud, 2002), tandis que le gaspillage alimentaire se limite aux pertes qui interviennent lors des étapes de la vente au

détail et de la consommation, c'est-à-dire lorsque la nourriture, encore consommable, est jetée. Ces définitions plus restreintes permettent de cibler des actions plus spécifiques, notamment au niveau des comportements des consommateurs.

Enfin, certains auteurs, comme Parfitt et al. (2010) ou Gustavsson et al. (2011) proposent une définition encore plus restreinte du gaspillage alimentaire, le limitant principalement aux comportements observés en fin de chaîne, plus particulièrement ceux liés aux comportements des consommateurs.

À ces définitions s'ajoute celle de déchets alimentaires, qui fait l'objet d'un consensus au niveau européen. Elle désigne l'ensemble des matières organiques issues de la chaîne alimentaire qui sont éliminées tout au long de cette chaîne. Les déchets alimentaires incluent à la fois les parties comestibles (comme une denrée jetée à cause de la date de péremption) et non comestibles (comme les os, coquilles ou épluchures). Le gaspillage alimentaire constitue donc un sous-ensemble des déchets alimentaires, se limitant aux aliments encore comestibles. Toutefois, cette distinction reste parfois délicate, car ce qui est considéré comme non comestible pour certains peut être consommé par d'autres et constitue donc des déchets potentiellement évitables¹.

Le gaspillage alimentaire est donc un phénomène complexe, abordé de manière différente selon les auteurs, les institutions et les contextes. Ces divergences témoignent de la pluralité des approches et des enjeux liés à ce sujet. Pour mieux en comprendre la portée, il est utile de s'appuyer sur certaines données importantes qui permettent de mettre en lumière l'étendue du phénomène à l'échelle mondiale et nationale.

1.2. LES CHIFFRES CLÉS DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Le gaspillage alimentaire est un phénomène préoccupant mais qui demeure difficile à quantifier avec précision en raison des différentes définitions qui en sont données ainsi qu'à son champ d'application difficile à délimiter avec précision. Toutefois, plusieurs organismes internationaux s'accordent sur son ampleur et fournissent des données chiffrées permettant d'en mesurer l'impact (MAAPRAT, 2011 ; Mourad et Cloteau, 2016).

¹ SCRIBE CHRYSTEL, 2024, « Déchets alimentaires : qui gaspille le plus ? », <https://www.notre-environnement.gouv.fr/actualites/breves/article/dechets-alimentaires-qui-gaspille-le-plus>, consulté le 28 février 2025.

1.2.1. À l'échelle mondiale

Selon l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), environ un tiers des parties comestibles des aliments produits pour la consommation humaine est perdu ou gaspillé chaque année à travers le monde, soit près de 1,3 milliards de tonnes. Dans les pays avec un revenu moyen et élevé, une part importante des aliments encore propres à la consommation est jetée, contribuant ainsi au gaspillage alimentaire (FAO, 2011). Par ailleurs, une étude de l'ONU menée en 2019 révèle que 931 millions de tonnes de denrées alimentaires ont été gaspillées par les ménages, les détaillants, les restaurants et les services de restauration, représentant ainsi 17% de la nourriture totale mise à disposition des consommateurs.

Néanmoins, l'ampleur et les causes du gaspillage alimentaire varient considérablement d'un pays à l'autre. Le niveau de développement économique, les comportements de consommation et les infrastructures jouent un rôle déterminant dans la manière dont les pertes sont réparties à travers la chaîne alimentaire (FAO, 2011). Ainsi, dans les régions les plus développées (Amérique du Nord, Europe et pays industrialisés d'Asie), la majorité du gaspillage survient au niveau de la distribution et de la consommation, atteignant 40% des pertes totales².

De plus, dans les pays d'Europe et d'Amérique du Nord, le gaspillage alimentaire est particulièrement élevé, oscillant entre 95 et 115 kg par an, à l'inverse des pays d'Afrique subsaharienne et d'Asie du Sud et du Sud-Est, où il ne représente que 6 à 11 kg par an. Cette différence illustre le rôle central du consommateur dans les pays développés, dans lesquels les pertes alimentaires en bout de chaîne sont presque équivalentes à la production alimentaire nette totale de l'Afrique subsaharienne (222 millions de tonnes contre 230 millions de tonnes). Contrairement aux pays en développement, où plus de 40% des pertes surviennent après la récolte et lors des phases de transformation en raison d'un manque d'infrastructures adaptées pour la conservation et le transport des denrées, les pays industrialisés enregistrent ces pertes principalement au niveau de la vente au détail et du consommateur (FAO, 2011).

Au niveau européen, l'ADEME a fourni des données soulignant l'ampleur des pertes et gaspillages alimentaires liés à la consommation. Chaque année, 59 millions de tonnes de

² DURANTE INA, 2025, « Gaspillage alimentaire : ce qu'il faut comprendre », <https://www.carbonmaps.io/fr/blog/gaspillage-alimentaire>, 25 février 2025, consulté le 28 février 2025.

nourriture sont gaspillées dans l'Union européenne, soit l'équivalent de 132 kg par citoyen (Conseil européen, 2025). La consommation représente la phase la plus significative de ces gaspillages, responsable de 33% des pertes alimentaires, suivie de la production (32%), de la transformation (21%) et de la distribution (14%) (ADEME, 2016). En raison de son impact, la phase de consommation est devenue un axe prioritaire pour les programmes de prévention et de lutte contre le gaspillage alimentaire (Commission européenne, 2023).

1.2.2. À l'échelle nationale

Au niveau national, selon le Ministère de la Transition Écologique et de la Cohésion des Territoires (2024), la France a généré en 2021 un total de 8,8 millions de tonnes de déchets alimentaires à travers l'ensemble de la chaîne alimentaire. Parmi ces déchets, 4,5 millions de tonnes concernent des produits non comestibles, tandis que les 4,3 millions de tonnes restantes, soit près de la moitié, sont directement liées au gaspillage alimentaire. Cela représente en moyenne 129 kg de déchets alimentaires par habitant, dont 63 kg de produits comestibles gaspillés. Plus particulièrement, au niveau de la consommation, le gaspillage alimentaire représente 53% des déchets alimentaires générés hors domicile. Ces données mettent en évidence la part importante des comportements des consommateurs dans cette problématique, soulignant leur responsabilité dans la lutte contre le gaspillage alimentaire (Ministère de la Transition Écologique et de la Cohésion des Territoires, 2024).

Les chiffres présentés illustrent l'ampleur du gaspillage alimentaire, tant à l'échelle mondiale que nationale, et soulignent le rôle crucial des consommateurs. Ce phénomène n'est pas seulement un problème quantitatif, mais soulève également des enjeux multiples, tant environnementaux, économiques que sociaux.

1.3. LE TRIPLE ENJEU DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Comme vu précédemment, les déchets alimentaires s'accumulent massivement tout au long de la chaîne alimentaire, en particulier lors de la consommation. Au-delà de simples pertes, ces chiffres alarmants traduisent une crise silencieuse aux conséquences environnementales, économiques et sociales profondes et irréversibles (Beretta et al., 2013).

1.3.1. Impacts environnementaux du gaspillage alimentaire

Le secteur de l'alimentation participe à l'accroissement du dérèglement climatique et le gaspillage alimentaire constitue un enjeu environnemental majeur. D'une part, il impacte négativement le climat, notamment en participant massivement aux émissions de gaz à effet de serre, représentant à lui seul 8% à 10% des émissions mondiales, soit une quantité environ cinq fois supérieure à celle générée par le secteur aérien. À ce titre, l'empreinte carbone liée aux déchets alimentaires se classe au troisième rang mondial des sources de CO₂, juste après les États-Unis et la Chine (Organisation des Nations Unies, 2024). Ce phénomène s'explique par les émissions générées tout au long du cycle de vie des denrées alimentaires, de la production au transport, ainsi que par la décomposition des aliments jetés, qui libèrent un puissant gaz à effet de serre, plus communément appelé méthane³.

Outre son impact sur le climat, le gaspillage alimentaire a aussi des conséquences directes sur la consommation des ressources naturelles (FAO, 2013). En effet, chaque année, environ 250km³ d'eau sont utilisés pour produire des denrées qui seront jetés ou gaspillées, ce qui représente près de 6% des prélèvements d'eau douce à l'échelle mondiale. De plus, près de 30% des terres agricoles mondiales, soit 1,4 milliard d'hectares, sont utilisées pour cultiver des aliments destinés à être gaspillés (FAO, 2013).

1.3.2. Impacts économiques du gaspillage alimentaire

Au-delà de ses impacts environnementaux alarmants, le gaspillage alimentaire a également un coût économique très important. En France, il représente environ 16 milliards d'euros de pertes chaque année (ADEME, 2016). À l'échelle mondiale, ces pertes sont estimées à 750 milliards de dollars par an (FAO, 2013), un chiffre qui atteindrait jusqu'à 1000 milliards de dollars selon une estimation plus récente de l'Organisation des Nations Unies (2024).

1.3.3. Impacts sociaux et éthiques du gaspillage alimentaire

Le gaspillage alimentaire soulève également de nombreuses questions sur le plan social et éthique, notamment en lien avec la sécurité alimentaire. En effet, des quantités importantes de denrées consommables sont jetées, tandis qu'une part importante de la population n'a pas accès à une alimentation suffisante ou équilibrée. Ce contraste met en évidence le

³ PARLONS SCIENCES, 2019, « *Impact environnemental du gaspillage alimentaire* », <https://parlonssciences.ca/ressources-pedagogiques/les-stim-expliquees/impact-environnemental-du-gaspillage-alimentaire>, 2019, consulté le 26 février 2025.

déséquilibre qui existe dans la gestion des ressources alimentaires. Selon la FAO, plus de 800 millions de personnes étaient en situation de sous-alimentation en 2014, et en 2019, près de 3 milliards de personnes n'avaient pas les ressources financières nécessaires pour se procurer une alimentation saine et équilibrée (Organisation des Nations Unies, 2021). Le gaspillage alimentaire souligne un problème important de répartition des ressources. Alors que la production mondiale de nourriture est suffisante pour nourrir l'ensemble de la population, une grande partie de celle-ci est jetée, tandis que des millions de personnes manquent d'accès à une alimentation adéquate (FAO, 2019).

2. LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE

2.1.LA RESTAURATION COLLECTIVE

La restauration collective peut être définie comme une « activité de restauration hors foyer caractérisée par la fourniture de repas à une collectivité de consommateurs réguliers, liée par un accord ou un contrat » (MAAPRAT, 2011). En France, ce secteur représente un marché important, avec plus de 3,8 milliards de repas servis chaque année dans des structures variées comme les écoles, les établissements médico-sociaux, les entreprises, mais aussi l'armée, les prisons ou les centres de vacances (ADEME, 2019). Ce secteur de restauration présente plusieurs caractéristiques qui diffèrent de la restauration commerciale. En effet, tout d'abord, la production de repas s'effectue à grande échelle et nécessite de répondre aux besoins d'un grand nombre de convives présentant des caractéristiques variées, tout en assurant une gestion des coûts efficace. De plus, les menus sont standardisés pour répondre à des normes nutritionnelles strictes, et de nombreuses contraintes organisationnelles structurent ce secteur, notamment en matière d'hygiène et de traçabilité des produits⁴.

2.2.LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE

Dans le paysage global du gaspillage alimentaire, la restauration collective apparaît comme un secteur particulièrement concerné. En effet, selon le Programme des Nations Unies pour l'Environnement, le gaspillage alimentaire provenant de ce secteur s'élève à 26% du

⁴ NELINKIA, 2020, « La réglementation et l'hygiène alimentaire à respecter en restauration collective », <https://www.nelinkia.com/blog/normes/reglementation-restauration-collective.html?srslid=AfmBOoo8KsW0Vhalt9Wo6bUgK8dsieCV9YqiAua6u6YK5wA2OU30f0>, 28 mai 2020, consulté le 18 novembre 2024.

gaspillage alimentaire total produit, soit une moyenne de 26kg générés par personne et par an (PNUE, 2021). Ce chiffre est quatre fois plus élevé que celui observé au sein des foyers⁵. Selon l’ADEME (2020), les convives gaspillent 120 grammes de déchets par repas pour un coût estimé à 68 centimes. Par ailleurs, plusieurs études ont mis en évidence la variabilité du gaspillage alimentaire en fonction du type d’établissement, qui s’avère plus élevé dans les établissements de santé avec une moyenne de 160 grammes de déchets par personne par repas, contre 110 grammes dans établissements scolaires et 95 grammes dans les restaurants d’entreprise (MAAPRAT, 2011 ; Beretta et Hellweg, 2019).

Au-delà de la perte alimentaire en elle-même, ce gaspillage engendre des impacts environnementaux importants. Chaque repas servi dans le cadre de la restauration collective est responsable de l’émission d’environ 2,5 kg de CO₂. La préparation de ces repas nécessite également une consommation considérable d’eau, estimée entre 20 et 20 litres par repas, et générant des eaux usées riches en graisses, qui participent à long terme à la pollution des milieux naturels (ADEME, 2020).

2.3. LES CAUSES DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE

Plusieurs études ont mis en avant les différentes causes du gaspillage alimentaire en restauration collective, qui peut survenir à plusieurs étapes : en amont du repas, lors de la préparation et lors de la consommation (Filimonau et De Coteau, 2019 ; MAAPRAT, 2011). Au niveau organisationnel, le gaspillage alimentaire peut intervenir aussi bien en amont que lors de la préparation. Selon MAAPRAT (2011), le gaspillage en amont peut être dû à une mauvaise gestion des stocks, à une difficulté d’estimation du nombre de convives ou encore à une mauvaise gestion des dates de péremption. Par ailleurs, lors de la préparation, le gaspillage alimentaire intervient principalement lors du nettoyage et de l’épluchage des denrées alimentaires qui génèrent ainsi des pertes inévitables. De plus, il a été constaté que dans 95% des cas, les grammages recommandés pour la préparation des plats en cuisine ne sont pas respectés, et sont largement supérieurs, ce qui génère également du gaspillage (MAAPRAT, 2011).

Au vu des chiffres conséquents, la lutte contre le gaspillage alimentaire en restauration collective est devenue une priorité nationale depuis la mise en place du Pacte national de

⁵ SCRIBE CHRYSTEL, 2021, « Gaspillage alimentaire », <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/edition-numerique/economie-circulaire/>, avril 2021, consulté le 18 novembre 2024.

lutte contre le gaspillage alimentaire en 2013. Ce pacte, signé par l'ensemble des acteurs de la chaîne alimentaire, a permis une prise de conscience collective, avec pour objectif de réduire de moitié le gaspillage alimentaire d'ici 2030, en lien avec les objectifs de développement durable de l'ONU. En 2017, ce pacte a été mis à jour pour inclure de nouveaux partenaires ainsi que de mettre en place des outils permettant de mesurer le gaspillage. Par ailleurs, plusieurs lois ont également été votées pour obliger les restaurants collectifs à agir. Ainsi, depuis 2016, les collectivités ont pour obligation de mettre en place une démarche anti-gaspi dans leurs restaurants. De plus, depuis 2018, la loi EGAlim impose aux établissements de restauration collective publique de réaliser un diagnostic de leur gaspillage alimentaire et de mettre en œuvre des actions concrètes pour le réduire.

En revanche, si les facteurs organisationnels jouent un rôle important dans la génération du gaspillage alimentaire, ils ne suffisent pas à expliquer l'ensemble du phénomène. En effet, le gaspillage postproduction, qui représente la source de gaspillage la plus importante, est directement relié au comportement du consommateur à travers les retours d'assiettes, et constitue ainsi un enjeu crucial pour le secteur de la restauration collective (MAAPRAT, 2011). Plusieurs études se sont intéressées au comportement du consommateur en matière de gaspillage, notamment pour en comprendre les causes et les facteurs déterminants (Aktas et al., 2018).

Ainsi, bien que de nombreuses mesures soient prises au niveau réglementaire et organisationnel, il est légitime de se questionner sur le rôle du consommateur dans cette lutte contre le gaspillage alimentaire, notamment sur les motivations ou les freins qui le pousseraient ou non à réduire ce gaspillage.

CHAPITRE 2 : L'INTENTION DES CONSOMMATEURS DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE

De nombreuses études ont été réalisées afin de comprendre le comportement des consommateurs en matière de gaspillage alimentaire. Le rôle du consommateur y est identifié comme l'un des facteurs les plus importants dans la réduction du gaspillage alimentaire (Parfitt et al., 2010). L'intention de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective repose sur des mécanismes psychologiques et sociaux complexes basés sur une combinaison de comportements multiples (Aktas, 2018).

Plusieurs théories comportementales permettent d'expliquer pourquoi certains consommateurs adoptent des pratiques plus responsables, tandis que d'autres persistent à gaspiller.

1. LA THÉORIE DU COMPORTEMENT PLANIFIÉ

De nombreux travaux ont mobilisé la théorie du comportement planifié pour analyser une grande diversité de comportements, notamment dans le domaine de l'alimentation (Conner and Armitage, 2002), et plus récemment, en lien avec le gaspillage alimentaire des ménages (Stancu et al., 2016 ; Stefan et al., 2013). La théorie du comportement planifié est une extension de l'action raisonnée développée par Ajzen et Fishbein (1975). L'objectif principal de cette théorie était de pouvoir à la fois expliquer, prédire et modifier le comportement des individus. Selon ce premier cadre théorique, tout comportement d'un individu est préalablement déterminé par son intention à réaliser ce dit comportement. De plus, l'intention serait elle-même dépendante de l'attitude envers le comportement et de la norme subjective perçue.

La théorie du comportement planifié, avec l'intégration d'une nouvelle variable, le contrôle comportemental perçu, est venue étendre cette première théorie (Ajzen, 1991). Cette théorie postule que les comportements sociaux des individus reposent sur des décisions volontaires et réfléchies. Avant d'effectuer ou non un comportement, l'individu prend en compte les informations disponibles, anticipe les conséquences de son acte et évalue les implications de son choix (Giger, 2008). Ainsi, la théorie du comportement planifié décrit le comportement comme le résultat d'un processus de prise de décision raisonnée, organisée et sous contrôle. Dans ces modèles, l'intention comportementale joue un rôle central, car elle constitue le principal indicateur de la volonté d'un individu à adopter un comportement donné (Ajzen et

Fishbein, 1980). Ce concept est essentiel, puisqu'il est considéré comme le facteur déterminant influençant directement le passage à l'acte et se construit à partir de trois facteurs principaux : l'attitude envers le comportement, la norme subjective et le contrôle comportemental perçu.

L'attitude représente un facteur important dans la formation de l'intention et reflète la manière dont une personne évalue un comportement donné. Elle est souvent le résultat d'une expérience passée, de croyances, de valeurs ou encore d'émotions. Plusieurs définitions permettent de souligner la complexité de ce facteur. Selon Dorin et Parot (1991), l'attitude est « une disposition interne de l'individu vis-à-vis d'un élément du monde social [...] orientant la conduite qu'il adopte ». Allport (1976) la qualifie d'un « état mental et neuropsychologique de préparation à l'action ». De plus, selon Zanna et Rempel (1988), l'attitude intègre trois dimensions : la composante cognitive, qui inclut les croyances et les connaissances, la composante affective, qui inclut les émotions et les sentiments associés au comportement, et la composante conative, qui indique la tendance à agir d'une certaine manière vis-à-vis d'un comportement. Grawitz (1972) met en évidence trois niveaux d'attitudes : les attitudes individuelles propres à une personne, les attitudes communes partagées par un groupe, et les attitudes collectives qui structurent les comportements d'une société.

Le deuxième facteur qui influence l'intention d'un individu est la norme subjective ou pression sociale perçue. Elle correspond à la perception que l'individu a des attentes de son entourage. Ce facteur reflète le poids du regard social et représente un levier important dans les comportements à portée éthique ou sociale, tel que la réduction du gaspillage alimentaire. Le contrôle comportemental perçu, qui est le troisième facteur permettant de déterminer l'intention d'un individu, désigne la perception qu'a l'individu de sa capacité à adopter un comportement donné, en fonction des ressources à sa disposition ou des contraintes perçues.

Bien que ce modèle soit pertinent pour étudier l'intention des individus, et a été massivement utilisé, certains auteurs soulignent les limites qui y sont associées. En effet, pour Sebanne et al., (2020) et Stancu et al., (2016), les comportements des individus ne sont pas seulement le fruit d'un processus intentionnel et voltif, et les limites de la théorie du comportement planifié apparaissent dès lors qu'il est question d'habitudes et de routines alimentaires qui occupent une place importante dans les comportements en lien avec le gaspillage.

2. LE MODÈLE DES HABITUDES

La théorie du comportement planifié ne permet pas de prendre en compte les habitudes dans la construction du comportement d'un individu. Le modèle des habitudes, développé par Verplanken et Aarts (1999), apporte une explication complémentaire dans la compréhension de certains comportements qui persistent même lorsque l'intention d'agir positivement est présente.

Selon Verplanken et Aarts (1999), l'habitude est définie comme « la tendance à répéter un comportement dans des situations stables, avec peu ou pas de pensée consciente ». Ainsi, il s'agit d'un comportement acquis par la répétition, qui devient automatique, déclenché par des éléments de l'environnement plutôt que par une décision volontaire. Ces facteurs extérieurs activent inconsciemment un comportement appris, sans que l'individu ne réfléchisse à son acte.

Ce modèle met en évidence que plus un comportement est ancré dans une habitude, moins l'intention aura d'impact sur sa réalisation. Les individus n'agissent donc pas toujours en cohérence avec leurs intentions, surtout s'ils ont pris l'habitude d'agir autrement dans le passé. Plusieurs études ont montré que lorsqu'un comportement devient habituel, son lien avec l'intention faiblit voire disparait (Verplanken et Orbell, 2003).

La restauration collective est un environnement particulièrement favorable à la formation d'habitudes, en raison de sa structure répétitive : horaires fixes, choix limités, menus standardisés. Dans ce type de contexte, il est donc facile de développer des automatismes alimentaires, qui incluent parfois des comportements de gaspillage (menu incluant entrée, plat et dessert, pain gratuit).

Ce modèle souligne l'importance d'agir sur l'environnement dans le but de perturber les routines existantes ou pour instaurer de nouvelles habitudes alimentaires plus responsables. Il permet de mieux comprendre les limites de l'intention seule dans le changement de comportement.

3. LA THÉORIE DES NUDGES

La théorie des nudges, développée par Thaler et Sunstein (2008), propose une approche alternative pour comprendre et influencer les comportements des individus. Elle s'inscrit dans le champ de l'économie comportementale et repose sur le constat que les individus ne prennent pas toujours leurs décisions de façon rationnelle. En effet même lorsqu'ils ont conscience d'un problème, comme le gaspillage alimentaire, et qu'ils souhaitent agir positivement en ce sens, il apparaît qu'ils peuvent adopter le comportement contraire. En

effet, de nombreuses influences invisibles peuvent empêcher une personne de traduire son intention en action, telles que les distractions, les automatismes, la pression sociale.

Le nudge, littéralement « coup de coude », représente une incitation douce, conçue pour orienter le choix des individus sans les contraindre. Contrairement aux approches classiques basées sur des obligations comme les lois, les sanctions ou les récompenses, le nudge n’interdit rien et ne modifie pas les options disponibles. Il agit sur la manière dont les choix sont présentés, afin de rendre la décision souhaitable plus facile ou plus évidente à prendre. La théorie des nudges est donc particulièrement intéressante pour comprendre comment une intention de réduire le gaspillage alimentaire peut être facilitée par des ajustements de l’environnement, notamment dans des espaces de restauration collective.

Les nudges permettent également de neutraliser certains biais cognitifs qui freinent la formation de l’intention⁶. Par exemple, le biais de statut quo pousse les individus à maintenir leurs habitudes, même si elles ne sont pas alignées avec leurs valeurs. Le biais d’optimisme, amène à surestimer sa capacité à tout manger tandis que le biais d’ancrage fait que la première option visible influence de manière disproportionnée le choix du consommateur. Ces biais cognitifs ne détruisent pas l’intention d’un individu, mais ils peuvent l’empêcher de se traduire en comportement réel. Les nudges agissent alors comme un appui cognitif et environnemental, qui rend l’option souhaitée plus visible, plus accessible ou davantage conforme à la norme sociale.

Ainsi, la théorie des nudges est une approche complémentaire aux deux théories présentées précédemment. Si la théorie du comportement planifié permet de comprendre comment l’attitude, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu forment l’intention, et si le modèle des habitudes montre pourquoi des automatismes peuvent freiner l’action, le nudge intervient au moment de la décision. Il agit au cours de l’entre-deux critique, où l’intention, bien que présente, peut être oubliée ou affaiblie. Dans le cadre de la restauration collective, où les décisions alimentaires sont souvent prises rapidement et sans réflexion préalable, les nudges permettent de soutenir les intentions responsables, tout en respectant la liberté des individus.

⁶ PEAN ALBAN, 2024, « Définition de la théorie du nudge et exemples d’applications », <https://www.civitime.com/gamification/nudge>, 23 avril 2024, consulté le 11 janvier 2025.

Ce chapitre a permis d'explorer les principales théories comportementales mobilisables pour comprendre la formation de l'intention de réduire le gaspillage alimentaire, en particulier dans le contexte de la restauration collective.

Dans le chapitre suivant, cette réflexion théorique sera mise en perspective avec des travaux empiriques, afin d'identifier les principaux déterminants psychosociaux de l'intention de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective.

CHAPITRE 3 : LES DÉTERMINANTS PSYCHOSOCIAUX DE L'INTENTION DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE

Comprendre l'intention des consommateurs de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective implique d'identifier les facteurs qui influencent leur motivation à agir. Si les théories comportementales présentées précédemment permettent de modéliser la formation de cette intention, il est important de prendre en compte les multiples variables qui interviennent lors de leur application dans un contexte réel. Ce chapitre vise ainsi à détailler les principaux déterminants psychosociaux pouvant influencer l'intention de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective. La littérature scientifique permet de regrouper ces facteurs autour de trois grandes dimensions : les facteurs attitudinaux et représentationnels, les dynamiques normatives et sociales, et enfin les capacités d'action liées au contrôle comportemental perçu.

1. FACTEURS ATTITUDINAUX ET REPRÉSENTATIONNELS

Les dispositions personnelles des individus jouent un rôle déterminant dans l'intention de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective. Parmi celles-ci, la conscience environnementale est régulièrement identifiée comme un facteur important. Les individus sensibles aux enjeux écologiques ont tendance à développer des intentions plus affirmées de limiter leurs déchets (Schrank et al., 2023 ; Marangon et al., 2014). En effet, selon Principato et al., (2015), : « la conscience des impacts écologiques du gaspillage alimentaire constitue un prédicteur significatif de l'intention d'adopter des comportements visant à réduire les déchets alimentaires ».

Cependant, cette sensibilité écologique ne suffit pas toujours à elle seule à déclencher une action concrète. Elle doit être accompagnée d'un sentiment de contrôle comportemental perçu, c'est-à-dire la conviction de pouvoir agir efficacement dans le contexte donné (Ajzen, 1991 ; Stancu et al., 2016). Si une personne estime qu'elle peut demander une plus petite portion, laisser un plat qu'elle n'aime pas ou éviter le pain systématique, elle sera plus encline à transformer son intention en comportement réel. Ainsi, le contrôle comportemental perçu joue un rôle important dans la formation de l'intention à réduire le gaspillage alimentaire. En effet, plus un individu estimera avoir la capacité à adopter le comportement

donné et plus il sera enclin à mettre en place des actions pour réduire ce gaspille (Stancu et al., 2016).

La qualité perçue des repas influence également le comportement des individus : lorsque les plats proposés sont jugés peu appétissants ou insatisfaisants sur le plan gustatif ou qualitatif, ils sont plus facilement délaissés, ce qui augmente les retours d'assiette (Jagau et Vyrastekova, 2017 ; Betz et al., 2015).

En complément de ces facteurs, des interventions plus symboliques comme les nudges (affichages positifs) ont montré leur capacité à influencer les choix des consommateurs. L'affichage d'un message valorisant les comportements vertueux peut encourager l'imitation sans recourir à la contrainte (Poulain, 2002 ; Herbert et al., 2014).

2. DYNAMIQUES NORMATIVES ET INFLUENCES SOCIALES

L'environnement social dans lequel se déroule le repas exerce une influence majeure sur le comportement alimentaire. Selon Gifford (2011), les normes sociales sont un facteur déterminants dans le changement des comportements des individus, plus particulièrement dans l'adoption de comportements pro-environnementaux. En restauration collective, les choix sont rarement pris de manière totalement indépendante. Les interactions sociales et les dynamiques de groupes influencent la formation de l'intention de gaspiller ou de ne pas gaspiller. Trois mécanismes majeurs d'influence sociale ont été relevés dans les études empiriques.

Tout d'abord, les normes sociales descriptives renvoient à l'observation du comportement des autres individus. Voir son entourage ou ses pairs finir leur assiette ou éviter de prendre certains aliments perçus comme superflus encourage l'imitation. Mollens et al. (2013) ont ainsi démontré que l'exposition à des modèles positifs dans un restaurant universitaire réduisait significativement le gaspillage alimentaire individuel.

Les normes sociales injonctives, quant à elles, traduisent ce que l'individu pense que les autres attendent de lui. Lorsque la réduction du gaspillage alimentaire est perçue comme une norme valorisée au sein d'un groupe, l'intention d'y adhérer augmente. Ce mécanisme est d'autant plus puissant dans les milieux professionnels tels que les restaurants d'entreprise où le sentiment d'appartenance au groupe est fort.

Enfin, l'influence des pairs agit également comme un facteur de régulation sociale immédiate. Selon Lazell (2016), les comportements des convives tendent à s'harmoniser au sein d'un même groupe notamment lorsqu'un ou plusieurs membres adoptent des attitudes

exemplaires. Ainsi, il met en avant l'importance des initiatives ciblant des leaders d'opinion dans le but d'obtenir un effet multiplicateur sur l'ensemble des individus.

Ces mécanismes sociaux contribuent à inscrire les comportements individuels dans une dynamique collective, où l'influence du regard des autres individus et des attentes sociales façonne fortement les décisions. La crainte d'être jugé négativement l'envie de s'intégrer au groupe ou encore le besoin de reconnaissance favorisent l'alignement des comportements individuels sur les noms perçus. Ces facteurs renforcent l'intention de réduire le gaspillage alimentaire en incitant les consommateurs à adopter des pratiques conformes à ce qui est socialement valorisé ou attendu.

De plus, les émotions sociales comme la honte ou la culpabilité ressenties lorsque le gaspillage alimentaire intervient en public renforcent également cette dynamique (Jagau et Vyrastekova, 2017). Les considérations morales et éthiques interviennent dans le processus décisionnel des individus. Le gaspillage alimentaire est souvent perçu comme un acte répréhensible, particulièrement dans un contexte de précarité alimentaire mondiale. Cette dimension morale, explorée notamment par Stancu et al. (2016), renforce l'intention des individus d'ajuster leur comportement pour limiter le gaspillage alimentaire.

3. DIMENSIONS LIÉES AU CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERCU ET AUX CAPACITÉS D'ACTION

L'environnement physique dans lequel interagit le consommateur joue un rôle important dans la formation de son intention à agir. Dans le contexte spécifique de la restauration collective, plusieurs études soulignent que l'inadaptation des portions constitue l'un des premiers facteurs de gaspillage dans ces établissements. En effet, lorsque les quantités servies sont trop importantes ou non modulables (respect du grammage), les convives n'ont pas la possibilité de réguler leur consommation en fonction de leur appétit ou de leurs préférences (Graham-Rowe et al., 2014).

À l'inverse, des systèmes permettant une personnalisation des portions, comme le self-service, permettent de réduire significativement les déchets, avec une réduction allant jusqu'à 20% selon Kallbekken et Saelen (2013). De plus, la qualité perçue des repas influence également le comportement des individus : lorsque les plats proposés sont jugés peu appétissants ou insatisfaisants sur le plan gustatif ou qualitatif, ils sont plus facilement délaissés, ce qui augmente les retours d'assiette (Jagau et Vyrastekova, 2017 ; Betz et al., 2015). De plus, la flexibilité du service ou la possibilité de refuser certains aliments sont des

facteurs qui augmentent la perception de contrôle, et par conséquent, la probabilité d'un comportement responsable (Stancu et al., 2016).

En revanche, même lorsque les consommateurs sont informés des enjeux environnementaux et affirment vouloir adopter des comportements plus responsables, il est fréquent de constater une incohérence entre leurs intentions et leurs comportements réels. Cette contradiction s'explique en partie par la présence de biais cognitifs, des mécanismes mentaux automatiques et inconscients qui influencent la manière dont les individus perçoivent et prennent leurs décisions. Ces biais jouent un rôle important dans la non-réalisation d'un comportement pourtant souhaité, notamment dans le domaine du gaspillage alimentaire (Le Borgne, 2015).

Le biais d'optimisme désigne la tendance des individus à sous-estimer leur propre responsabilité dans un problème collectif. En matière de gaspillage alimentaire, cela se traduit par l'idée que « les autres gaspillent plus que moi ». Ce phénomène a été mis en évidence dans les travaux de Thyberg et Tonjes (2016), qui montrent que les individus ont tendance à minimiser leur propre impact environnemental tout en surestimant celui des autres. Ce biais limite la remise en question personnelle et freine les comportements correctifs. Graham-Rowe et al. (2014) soulignent également que cette perception erronée diminue l'efficacité des campagnes de sensibilisation, car les individus ne se sentent pas directement concernés.

Le biais de statu quo s'agit de la tendance à maintenir les comportements existants, même lorsqu'ils ne sont pas bénéfiques. Dans un contexte de restauration collective, ce biais se manifeste par le fait de prendre systématiquement les mêmes aliments (par exemple le pain ou le dessert), sans réfléchir à sa réelle envie ou capacité à finir le plat. Kahneman et Tversky (1981), pionniers de la théorie des perspectives, expliquent que les individus préfèrent conserver une situation familière plutôt que d'adopter un comportement nouveau, même s'il est plus rationnel ou avantageux. Dans les études de Wansink et Hanks (2013), il apparaît que la configuration habituelle des buffets et des selfs-service joue un rôle clé dans l'automatisme alimentaire : lorsqu'une option est disponible « par défaut », elle est systématiquement choisie, même sans désir particulier.

Le biais d'aversion au risque traduit la peur de tomber malade après avoir consommé un aliment suspecté d'être impropre à la consommation. En restauration collective, ce phénomène est amplifié par le fait que les convives ne maîtrisent ni la préparation ni la conservation des plats. Ainsi, au moindre doute sur la fraîcheur, la cuisson ou l'aspect d'un plat, celui-ci est souvent laissé intact, même s'il est parfaitement consommable. Parfitt et al.

(2013) montrent que la peur du risque sanitaire est une cause sous-estimée mais fréquente de gaspillage alimentaire, notamment chez les publics vulnérables comme les personnes âgées ou les enfants. Selon Boer et al. (2013), la peur de s'intoxiquer est plus forte que la conscience du gaspillage, ce qui explique que ce biais l'emporte souvent sur l'intention pro-environnementale.

Enfin, la dissonance cognitive, étudiée par Festinger (1957), intervient lorsqu'un individu est confronté à un conflit entre ses croyances et ses actions. Par exemple, un convive peut être convaincu de l'importance de la lutte contre le gaspillage, tout en jetant régulièrement ses restes. Pour réduire ce malaise, il développera des justifications. Cette rationalisation diminue la culpabilité mais empêche le changement de comportement.

À travers ce chapitre, nous avons mis en évidence la complexité des facteurs qui influencent l'intention des convives à réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective. Cette intention ne peut être expliquée par un seul facteur, mais résulte au contraire de l'interaction entre plusieurs dimensions. D'abord, les facteurs contextuels liés à l'environnement, tels que l'organisation des services, la possibilité de personnaliser les portions ou encore la qualité perçue des repas, jouent un rôle direct sur les comportements de consommation. Ces éléments peuvent freiner ou, au contraire, favoriser une prise de décision plus responsable. Ensuite, les caractéristiques individuelles et psychologiques, comme la conscience environnementale, le sentiment de responsabilité ou le contrôle comportemental perçu, influencent de manière significative la disposition des convives à adopter un comportement plus responsable. Ces facteurs sont souvent renforcés ou freinés par des émotions sociales comme la honte ou la culpabilité, mais aussi par des considérations morales ou économiques. Par ailleurs, les normes sociales apparaissent comme un levier particulièrement puissant dans un environnement collectif, où les individus sont sensibles au regard des autres. L'effet d'imitation, les injonctions sociales perçues et l'influence des pairs sont autant de mécanismes qui contribuent à renforcer ou à inhiber les intentions individuelles de réduction du gaspillage.

Enfin, les processus cognitifs, et notamment les biais mentaux, permettent d'expliquer l'écart souvent observé entre les intentions déclarées et les comportements effectifs. Ils peuvent agir comme des freins inconscients qui viennent interférer avec la mise en œuvre d'une action pourtant souhaitée. Ces éléments montrent que la décision de ne pas gaspiller n'est pas toujours rationnelle, et qu'elle peut être influencée par des mécanismes psychologiques profonds et souvent invisibles.

Ces quatre catégories de facteurs ne fonctionnent pas indépendamment, mais se complètent dans un système où les éléments contextuels, sociaux, cognitifs et individuels interagissent entre eux. Comprendre cette complexité est essentiel pour identifier les leviers les plus efficaces dans la lutte contre le gaspillage alimentaire, et pour construire un modèle explicatif efficace.

Ainsi, cette analyse théorique pose les bases de la problématique centrale de ce mémoire : quels sont les déterminants psychosociaux qui influencent l'intention de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective, et comment peut-on les modéliser à travers une approche intégrant la théorie du comportement planifié ?

La partie suivante sera donc consacrée à la formulation de la problématique et des hypothèses de recherche, en s'appuyant sur les enseignements tirés de ce cadre conceptuel.

PARTIE 2 : PROBLÉMATIQUE ET HYPOTHÈSES

INTRODUCTION

La première partie de ce mémoire a permis de poser les fondations du sujet en mettant en évidence le fait que la restauration collective constitue un levier important dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. En effet, le secteur de la restauration collective, qui représente un marché important, génère une part importante de gaspillage alimentaire. Comme vu précédemment, le gaspillage alimentaire a des impacts alarmants tant sur le plan environnemental, économique ou encore éthique. Ainsi, bien que plusieurs mesures soient prises au sein des établissements de restauration collective, plus particulièrement au niveau des lois et règlementations à destination de ces structures, cette réalité soulève tout de même une question centrale : celle des comportements individuels. En effet, au-delà des ajustements logistiques ou techniques, les études s'accordent à souligner l'importance du rôle joué par les consommateurs eux-mêmes, qui représentent la majeure partie du gaspillage alimentaire généré en restauration collective. La question de départ formulée était alors la suivante : *Quels sont les facteurs qui incitent les convives à réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective ?*

Cette question de départ visait à approfondir la compréhension des mécanismes comportementaux susceptibles d'encourager des pratiques alimentaires responsables en restauration collective et à examiner comment ces variables contribuent à la formation d'une intention consciente de réduire le gaspillage alimentaire.

Pour répondre à cette question, une revue de littérature a permis d'explorer les déterminants comportementaux qui influencent l'intention des individus à adopter des pratiques plus responsables et conscientes de l'impact généré par leurs comportements. Plusieurs courants théoriques ont été mobilisés dans la réalisation d'études portant sur l'intention des consommateurs. Au vu des recherches académiques antérieures, la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991) se place comme le modèle théorique le plus pertinent pour étudier l'intention des consommateurs à réaliser un comportement. Ce modèle met en avant trois composantes clés de l'intention : l'attitude envers le comportement, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu. Il a été largement utilisé pour expliquer des comportements liés à la santé, à la consommation ou à l'environnement (Conner et Armitage, 2002 ; Stancu et al., 2016 ; Graham-Rowe et al., 2015).

Toutefois, comme l'ont souligné Graham-Rowe et al. (2015) et Visschers et al. (2016), la plupart des recherches portant sur l'application de la théorie du comportement planifié dans

le domaine du gaspillage alimentaire concernent surtout le contexte domestique et le gaspillage alimentaire des ménages. Le cadre de la restauration, et plus particulièrement celui de la restauration collective, reste encore peu étudié. Ce mémoire s'inscrit donc dans cette perspective, en testant la capacité explicative de la théorie du comportement planifié dans un contexte collectif et en cherchant à comprendre quels facteurs influencent l'intention des consommateurs à réduire le gaspillage alimentaire au sein de ces établissements.

Ainsi, à partir de ces constats, la question de départ a progressivement évolué vers une problématique de recherche plus ciblée, structurée autour des apports de la théorie du comportement planifié. L'objectif n'est plus seulement d'identifier les facteurs qui influencent les consommateurs, mais d'examiner dans quelle mesure les variables définies par ce modèle théorique permettent d'expliquer leur intention de réduire le gaspillage alimentaire. La problématique de recherche peut donc être formulée ainsi : ***Dans quelle mesure les dimensions identifiées par la théorie du comportement planifié permettent-elles d'expliquer l'intention des consommateurs à réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective ?***

CHAPITRE 1 : PRÉSENTATION DU MODÈLE THÉORIQUE

1. LA THÉORIE DU COMPORTEMENT PLANIFIÉ COMME CADRE D'ANALYSE

La théorie du comportement planifié, formulée par Icek Ajzen en 1991, constitue l'un des cadres théoriques les plus largement mobilisés pour analyser les comportements humains dans les sciences sociales, et plus particulièrement les comportements intentionnels. Elle a été développée comme une extension de la théorie de l'action raisonnée (Ajzen & Fishbein, 1980), dans le but d'inclure des comportements sur lesquels l'individu n'a pas toujours un contrôle total. Elle permet ainsi d'expliquer des actions qui dépendent non seulement de la volonté, mais aussi de la perception des ressources ou des contraintes.

Selon Ajzen (1991), le comportement d'un individu ne se produit pas de manière aléatoire ou impulsive, mais résulte d'un processus cognitif planifié, dans lequel l'individu évalue les conséquences de son acte avant de décider d'agir ou non. Le modèle propose que l'intention comportementale est le meilleur prédicteur de l'action réelle. Cette intention est définie comme la motivation consciente à réaliser un comportement, et elle dépend de trois facteurs principaux. Tout d'abord, l'attitude envers le comportement qui correspond à l'évaluation positive ou négative qu'un individu associe à un comportement donné. Elle se construit à partir de croyances comportementales, c'est-à-dire des convictions sur les conséquences attendues du comportement, pondérées par l'importance que l'individu accorde à ces conséquences. Une attitude favorable signifie que la personne pense que le comportement aura des effets bénéfiques. Par exemple, un convive qui croit que ne pas gaspiller est bon pour l'environnement, et qui valorise la protection de l'environnement, développera une attitude positive envers la réduction du gaspillage alimentaire.

La norme sociale perçue (ou norme subjective) reflète la pression sociale perçue, c'est-à-dire la manière dont l'individu pense que ses proches ou son entourage attendent qu'il agisse. Elle est fondée sur deux éléments, d'une part, les croyances normatives, soit les attentes supposées des autres et d'autre part, la motivation à se conformer à ces attentes. En contexte collectif, comme un restaurant d'entreprise, cette norme peut jouer un rôle déterminant, car le comportement alimentaire est observé, jugé ou influencé par les pairs.

Le contrôle comportemental perçu quant à lui désigne la perception qu'a l'individu de sa capacité à adopter le comportement, en tenant compte à la fois de ses compétences

personnelles et des obstacles perçus dans son environnement. Il est construit à partir de croyances de contrôle, c'est-à-dire des perceptions des éléments qui facilitent ou freinent l'action. Ce facteur est particulièrement important pour comprendre les comportements dans des contextes contraints comme la restauration collective, où les individus ne disposent pas toujours d'une liberté de choix complète.

Ainsi, la théorie du comportement planifié repose sur la combinaison de ces trois déterminants. Elle postule que plus une personne a une attitude favorable envers un comportement, plus elle ressent une pression sociale à le faire, et plus elle se sent capable de le réaliser, plus forte sera son intention d'agir. Et plus l'intention est forte, plus il est probable que l'action soit effectivement réalisée.

En outre, Ajzen (1991) souligne que le contrôle comportemental perçu peut également avoir un effet direct sur le comportement, indépendamment de l'intention, notamment dans les situations où les individus n'ont pas une maîtrise complète de l'environnement.

La théorie du comportement planifié est particulièrement pertinente dans l'étude des comportements concernant le gaspillage alimentaire des consommateurs en restauration collective. En effet, elle a déjà été utilisée dans de très nombreux domaines tels que la santé (Conner & Armitage, 2002), les pratiques sportives (Godin & Kok, 1996) ou encore la consommation responsable (Vermeir & Verbeke, 2008). Dans le champ de l'alimentation, elle a servi à étudier les intentions d'achat de produits bio, la réduction de la consommation de viande, ou encore les comportements liés au gaspillage alimentaire.

Elle est particulièrement utile pour comprendre des comportements répétés mais modifiables, dans lesquels l'individu peut planifier son action en fonction de ses intentions, comme c'est le cas dans la gestion des quantités servies, le choix de finir ou non son assiette, ou l'ajustement de ses portions.

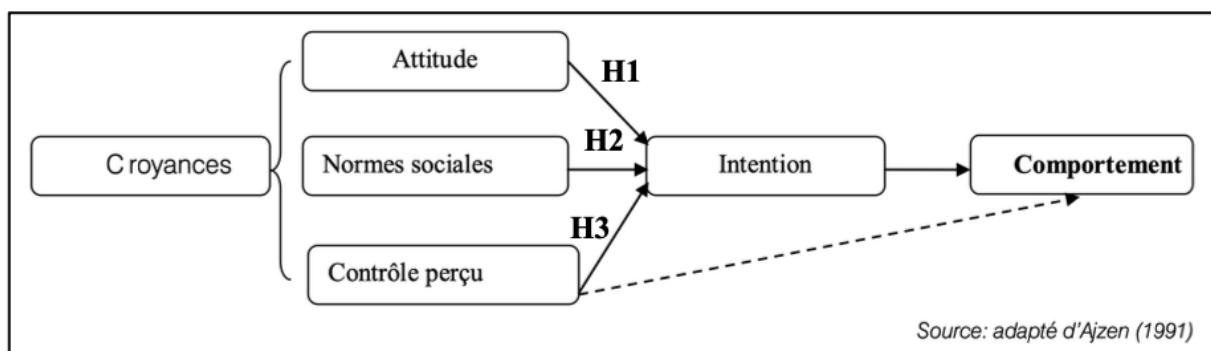
C'est dans cette optique que cette recherche mobilise ce cadre théorique, dans le but d'analyser les déterminants psychosociaux de l'intention des convives à réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective, en s'appuyant sur les trois dimensions du modèle.

2. MODÈLE CONCEPTUEL

À partir des fondements théoriques exposés, un modèle conceptuel a été élaboré afin d'analyser les facteurs psychosociaux qui influencent l'intention des convives à réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective. Ce modèle s'appuie directement sur les trois composantes clés de la théorie du comportement planifié : l'attitude, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu. Ces trois dimensions sont considérées comme des antécédents directs de l'intention, laquelle est elle-même envisagée comme le principal prédicteur du comportement, conformément aux principes du modèle théorique. Ce cadre d'analyse permettra d'orienter l'approche méthodologique et de structurer l'étude empirique.

Le schéma ci-dessous synthétise visuellement le modèle retenu :

Figure A - Schéma du modèle conceptuel



Dans les chapitres qui suivent, nous allons revenir plus en détail sur chacune des dimensions du modèle, en nous appuyant sur les recherches existantes. L'objectif est de mieux comprendre comment ces différents facteurs peuvent influencer l'intention des convives à adopter un comportement plus responsable vis-à-vis du gaspillage alimentaire, dans un contexte particulier comme celui de la restauration collective.

CHAPITRE 2 : L'ATTITUDE ET L'INTENTION DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

1. DÉFINITION DE L'ATTITUDE

L'attitude désigne l'évaluation que fait un individu d'un comportement donné. Elle reflète dans quelle mesure une personne considère ce comportement comme positif ou négatif, utile ou inutile. Cette évaluation repose sur les croyances personnelles liées aux conséquences attendues du comportement (Ajzen, 1991).

Comme vu dans la littérature, l'attitude est un construit multidimensionnel qui comporte une composante cognitive, une composante affective et une composante conative. Plusieurs auteurs ont proposé des définitions complémentaires. Pour Dorin et Parot (1991), l'attitude est une disposition interne à adopter un comportement donné, Allport (1976) parle d'un état mental de préparation à l'action et Zanna et Rempel (1988) insistent sur l'interaction entre les dimensions cognitive, affective et comportementale.

Dans le modèle de la théorie du comportement planifié, plus l'attitude d'un individu envers un comportement est favorable, plus son intention de l'adopter sera élevée.

2. FORMULATION DE L'HYPOTHÈSE

À partir de ces constats issus de la revue de littérature, et en lien avec le modèle théorique mobilisé dans ce mémoire, il apparaît que l'attitude envers la réduction du gaspillage alimentaire constitue un facteur central dans la formation de l'intention. Les travaux consultés soulignent que cette attitude est influencée par des éléments tels que la perception de la qualité des repas, la sensibilisation aux enjeux environnementaux, les émotions morales ou encore les préférences personnelles, qui sont des composantes intervenant dans l'évaluation globale du comportement.

Dans le cadre de la théorie du comportement planifié, plus cette attitude est favorable, plus l'intention de réaliser le comportement est élevée. Ainsi, dans le contexte spécifique de la restauration collective, on peut s'attendre à ce que les convives qui perçoivent la réduction du gaspillage comme un comportement utile, valorisé ou cohérent avec leurs convictions, soient davantage enclins à exprimer une volonté d'agir.

Hypothèse 1 : Plus l'attitude des consommateurs envers la réduction du gaspillage alimentaire est positive, plus leur intention de le faire est élevée.

CHAPITRE 3 : LA NORME SOCIALE PERÇUE ET L'INTENTION DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

1. DÉFINITION DE LA NORME SOCIALE PERÇUE

Dans la théorie du comportement planifié, la norme sociale perçue fait référence à la pression sociale que ressent l'individu pour adopter ou éviter un comportement donné (Ajzen, 1991). Elle correspond à la manière dont un individu perçoit les attentes de son entourage et s'il souhaite s'aligner à ces attentes. Cette norme sociale repose sur deux dimensions, les normes descriptives, c'est-à-dire la perception de ce que font les autres et les normes injonctives, qui concernent la perception de ce que les autres individus pensent qu'il faudrait faire (Cialdini et al., 1990).

Comme présenté dans la revue de littérature, la norme sociale perçue repose sur les croyances normatives et sur la motivation à se conformer à ces attentes. Dans les établissements de restauration collective, le comportement alimentaire se déroule sous le regard des autres individus, ce qui rend les normes sociales plus influentes.

Dans le modèle de la théorie du comportement planifié, plus un individu perçoit une pression sociale forte favorable à un comportement, plus son intention d'adopter le comportement sera élevée.

2. FORMULATION DE L'HYPOTHÈSE

Les études analysées dans la revue de littérature mettent en évidence que le regard des autres et les attentes sociales jouent un rôle clé dans la formation de l'intention de réduire le gaspillage alimentaire. Plusieurs travaux ont montré que dans un environnement collectif, comme celui de la restauration, les comportements individuels sont largement influencés par les dynamiques de groupe, les modèles observés et la pression sociale (White et al., 2009 ; Sebbane et Costa, 2018 ; Stefan et al., 2013).

Par ailleurs, les recherches sur l'effet des émotions sociales (Jagau et Vyrastekova, 2017) soulignent que des sentiments tels que la honte ou la culpabilité, ressentis lorsque le gaspillage est visible par autrui, peuvent renforcer l'impact des normes sociales sur les comportements.

À partir de ces constats et en s'appuyant sur le modèle de la théorie du comportement planifié, il semble donc logique de supposer que plus les convives perçoivent que leur

entourage valorise les comportements anti-gaspillage, plus ils auront l'intention de limiter eux-mêmes leur gaspillage.

Hypothèse 2 : Plus les convives perçoivent que la réduction du gaspillage alimentaire est valorisée ou attendue socialement, plus leur intention de le faire est élevée.

CHAPITRE 4 : LE CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU ET L'INTENTION DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

1. DÉFINITION DU CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU

Le contrôle comportemental perçu correspond à l'évaluation qu'un individu fait de sa capacité à adopter un comportement donné (Ajzen, 1991). Ce facteur intègre à la fois la perception des ressources disponibles et la perception des obstacles.

Dans la théorie du comportement planifié, plus une personne estime qu'elle est capable d'adopter un comportement, plus son intention de le réaliser sera forte.

Dans le contexte de la restauration collective, ce sentiment de contrôle est lié à plusieurs éléments pratiques tels que la possibilité de choisir la taille des portions, la capacité de refuser certains aliments, ou encore la possibilité d'emporter les restes.

2. FORMULATION DE L'HYPOTHÈSE

La littérature scientifique souligne l'importance du contrôle comportemental perçu dans la formation des comportements liés au gaspillage alimentaire. Plusieurs études montrent que lorsque les individus ont le sentiment de pouvoir agir facilement, ils développent une intention plus forte de limiter leurs déchets (Stancu et al., 2016 ; Kallbekken & Sælen, 2013 ; Williams et al., 2012).

À l'inverse, des contraintes fortes, telles que des portions fixes ou un manque de solutions alternatives, peuvent réduire la perception de contrôle et freiner l'adoption de comportements plus responsables. De plus, rendre les conséquences du gaspillage plus visibles et donner aux convives des outils concrets pour agir permet de renforcer ce sentiment d'efficacité personnelle (Bamberg et al., 2007 ; Billiore et al., 2021).

Dans cette perspective, et en cohérence avec le cadre théorique choisi, il est raisonnable de penser que plus les convives estiment qu'ils disposent de moyens pour limiter leur gaspillage alimentaire, plus leur intention de le faire sera renforcée.

Hypothèse 3 : Plus les convives perçoivent qu'ils ont la capacité d'agir pour réduire leur gaspillage alimentaire, plus leur intention de le faire est élevée.

Cette deuxième partie du mémoire a permis de préciser le cadre conceptuel sur lequel repose l'étude. À partir de la question de départ et des constats issus de la revue de littérature, la problématique de recherche a été construite autour du modèle de la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991). Ce modèle propose que l'intention d'adopter un comportement, ici celui de réduire le gaspillage alimentaire, soit déterminée par trois dimensions principales que sont l'attitude, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu.

Chacune de ces dimensions a fait l'objet d'une analyse, en s'appuyant sur les apports théoriques et empiriques issus des recherches précédentes. Cela a conduit à la formulation de trois hypothèses principales :

H1 : Plus l'attitude des convives envers la réduction du gaspillage alimentaire est positive, plus leur intention de le faire est élevée.

H2 : Plus les convives perçoivent que la réduction du gaspillage alimentaire est valorisée ou attendue socialement, plus leur intention de le faire est élevée.

H3 : Plus les convives perçoivent qu'ils ont la capacité d'agir pour réduire leur gaspillage alimentaire, plus leur intention de le faire est élevée.

Ces hypothèses serviront de base à l'enquête empirique qui sera présentée dans la partie suivante.

La partie trois sera ainsi consacrée à la description de la méthodologie retenue pour tester ce modèle. Elle précisera notamment le plan de recherche, les outils de collecte des données, les échelles de mesure utilisées, ainsi que les modalités d'analyse envisagées.

PARTIE 3 : MÉTHODOLOGIE ET ENSEIGNEMENTS DE L'ÉTUDE

INTRODUCTION

Après avoir posé les bases théoriques et formulé les hypothèses de recherche dans la partie précédente, cette troisième partie est consacrée à la validation empirique du modèle élaboré. L'objectif est désormais de passer de la réflexion théorique à la confrontation avec le terrain, en étudiant concrètement les comportements et les perceptions des consommateurs de la restauration collective face au gaspillage alimentaire. Cette partie s'organise en trois grands chapitres. Le premier chapitre présente en détail la méthodologie adoptée pour mener l'étude. Il revient sur le choix de l'approche quantitative, sur la construction du questionnaire, sur la constitution de l'échantillon interrogé et sur les techniques d'analyse statistique utilisées pour tester les hypothèses de recherche.

Ce chapitre a pour objectif de montrer de montrer comment les données ont été collectées et traitées, afin d'assurer la rigueur scientifique de la démarche et de garantir la validité des résultats obtenus.

Le deuxième chapitre est consacré à la présentation des résultats. Il décrit les grandes tendances issues du questionnaire, analyse les relations entre les variables du modèle théorique, et teste la validité des hypothèses à l'aide d'outils statistiques adaptés. Cette étape permet de vérifier si les dimensions identifiées exercent bien une influence significative sur l'intention de réduire le gaspillage alimentaire, comme le prévoyait la théorie du comportement planifié.

Enfin, le troisième chapitre propose une discussion critique des résultats obtenus. Il replace les résultats dans leur contexte théorique, discute des convergences et des divergences par rapport aux recherches antérieures, et évalue les apports de cette étude aussi bien sur le plan théorique que sur le plan pratique. Ce chapitre aborde également les limites méthodologiques rencontrées, propose des pistes d'amélioration et ouvre des perspectives pour les recherches futures, notamment dans le cadre du mémoire de deuxième année.

À travers cette démarche progressive, l'enjeu est de fournir une analyse complète et rigoureuse des facteurs qui influencent l'intention de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective.

Cette partie vise ainsi à répondre pleinement à la problématique de recherche et à apporter des enseignements utiles pour la pratique managériale dans le secteur de la restauration collective.

CHAPITRE 1 : MÉTHODOLOGIE

Après avoir choisi le cadre théorique et formulé les hypothèses de recherche dans la partie précédente, cette troisième partie se concentrera sur la présentation de la méthodologie retenue pour tester le modèle de la théorie du comportement planifié et répondre à la problématique posée : *Dans quelle mesure les dimensions identifiées par la théorie du comportement planifié permettent-elles d'expliquer l'intention des consommateurs à réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective ?*

Afin de tester les hypothèses issues du modèle conceptuel, une approche exclusivement quantitative a été privilégiée dans le but d'établir des relations statistiques entre les variables étudiées et de mesurer leur influence respective sur la formation de l'intention comportementale. Ainsi, le choix d'une approche quantitative repose sur la volonté de quantifier l'impact des déterminants psychosociaux de la théorie du comportement planifié (attitude, norme sociale perçue, contrôle comportemental perçu) sur l'intention des consommateurs de réduire leur gaspillage alimentaire. La quantification va donc permettre de tester les hypothèses formulées mais aussi de mieux de comprendre le poids de chaque facteur dans la décision comportementale.

1. CADRE THÉORIQUE ET OPÉRATIONNALISATION DES VARIABLES

La théorie du comportement planifié est utilisée comme cadre conceptuel pour la construction de cette recherche et postule que l'intention de réaliser un comportement est influencée par l'attitude envers le comportement, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu.

Pour la construction du questionnaire, les items utilisés ont été adaptés à partir d'échelles existantes validées dans la littérature, notamment en s'inspirant du cadre de l'UTAUT, qui propose des mesures des concepts d'attitude, de norme sociale, de perception de contrôle et d'intention.

Dimension	Définition	Exemple d'item
Attitude	Évaluation positive ou négative de la réduction du gaspillage alimentaire	« Réduire mon gaspillage alimentaire en restauration collective est une bonne idée »

Norme sociale perçue	Pression sociale ressentie à réduire son gaspillage alimentaire	« <i>Les personnes qui sont importantes pour moi pensent que je devrais réduire mon gaspillage alimentaire en restauration collective</i> »
Contrôle comportemental perçu	Perception de sa capacité à réduire le gaspillage alimentaire	« <i>J'ai les ressources nécessaires pour réduire mon gaspillage alimentaire en restauration collective</i> »
Intention	Motivation consciente à réduire son gaspillage alimentaire	« <i>J'ai l'intention de réduire mon gaspillage alimentaire en restauration collective dans les mois à venir</i> »

2. OUTILS DE MESURE, ÉCHANTILLON ET ADMINISTRATION DU QUESTIONNAIRE

2.1.CONSTRUCTION DE L'ÉCHELLE

Dans le but de mesurer les variables issues de la théorie du comportement planifié, un questionnaire quantitatif a été réalisé. Les items utilisés ont été adaptés en s'inspirant du cadre de l'UTAUT. Chaque variable a été évaluée à l'aide de quatre items, formulés de manière à correspondre au contexte de la réduction du gaspillage alimentaire en restauration collective. L'ensemble des items a été évalué à l'aide d'une échelle de Likert en cinq points, allant de 1 : « pas du tout d'accord », à 5 : « tout à fait d'accord ».

2.2.CONSTRUCTION DE L'ÉCHANTILLON

L'échantillonnage a été conçu dans le but de recueillir des données auprès de personnes fréquentant des établissements de restauration collective. L'objectif était de disposer d'un échantillon suffisamment diversifié pour analyser les déterminants psychosociaux de l'intention de réduire le gaspillage alimentaire.

Les participants ont été recrutés grâce à la diffusion en ligne du questionnaire. Le lien a été partagé sur des réseaux personnels, étudiants et professionnels. Ce mode de recrutement a permis d'obtenir un nombre suffisant de réponses.

2.3.TAILLE DE L'ÉCHANTILLON ET PROFIL GÉNÉRAL DES RÉPONDANTS

Au total, 108 questionnaires ont été recueillis. Les principales caractéristiques de l'échantillon sont les suivantes :

- Sexe : une majorité de femmes (78%), contre 22% d'hommes,
- Âge : un échantillon majoritairement jeune, avec près de 80% des répondants ayant moins de 30 ans,
- Niveau d'études : une variété de niveaux scolaires allant du Bac au Bac +4.

Cette population, bien que non strictement représentative de l'ensemble des usagers de la restauration collective, offre une base solide pertinente pour étudier les déterminants de l'intention de réduire le gaspillage alimentaire.

3. DÉMARCHE POUR TESTER LES HYPOTHÈSES

Après la collecte de données, plusieurs étapes d'analyse ont été suivies afin de vérifier la qualité des mesures utilisées et tester les hypothèses issues du modèle conceptuel.

Pour tester les hypothèses formulées, une analyse de régression linéaire multiple a été réalisée. L'intention de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective a été utilisée comme variable dépendante, tandis que l'attitude, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu ont été introduits comme variables explicatives.

L'ensemble des analyses statistiques ont été réalisées sur Google Colab, en utilisant des bibliothèques Python dédiées au traitement de données.

4. LIMITES MÉTHODOLOGIQUES

Dans le cadre de cette recherche sur les déterminants de l'intention de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective, la réalisation d'entretiens qualitatifs avaient été envisagée. En revanche, cette approche a été écartée dans cette première phase. Face aux contraintes temporelles imposées par le calendrier de réalisation du mémoire, il est apparu nécessaire de se concentrer sur une démarche exclusivement quantitative, permettant d'assurer une collecte rapide des données, une validation statistique solide du modèle théorique basé sur la théorie du comportement planifié, et une hiérarchisation claire de l'influence des différents déterminants étudiés.

Ainsi, même si l'approche quantitative présente de nombreux avantages, elle comporte certaines limites, notamment une compréhension moins nuancée des mécanismes psychologiques sous-jacents aux comportements étudiés et une impossibilité de capturer les processus décisionnels individuels ou émotionnels liés au gaspillage alimentaire.

L'intégration d'une phase qualitative est prévue pour la seconde année de mémoire, dans une approche mixte combinant les résultats quantitatifs et des analyses qualitatives approfondies. Les entretiens envisagés auront pour objectifs d'explorer plus finement le contrôle comportemental perçu, identifié comme un facteur clé dans la littérature, comprendre les obstacles pratiques et psychologiques rencontrés par les consommateurs et identifier les stratégies d'adaptation développées face aux contraintes des établissements de restauration collective.

La démarche qualitative comprendra des entretiens semi-directifs avec un guide d'entretien structuré. L'échantillon comprendra entre 10 et 15 participants fréquentant régulièrement les établissements de restauration collective. Cette approche permettra d'enrichir la compréhension des résultats obtenus cette année, en apportant un éclairage sur les mécanismes décisionnels qui peuvent échapper aux questionnaires quantitatifs.

Ce chapitre a présenté la méthodologie adoptée pour tester le modèle théorique proposé. Les bases ont été posées pour analyser les résultats obtenus et vérifier la pertinence des hypothèses formulées. Ainsi, la partie suivante sera consacrée à la présentation des résultats issus de l'étude quantitative.

CHAPITRE 2 : RÉSULTATS

Ce chapitre présente l'ensemble des résultats de l'étude quantitative réalisée pour tester les hypothèses issues du modèle de la théorie du comportement planifié appliqué à la réduction du gaspillage alimentaire en restauration collective.

Après la vérification des conditions préalables d'analyse, les résultats de la régression linéaire multiple seront présentés, détaillant l'effet de chaque variable indépendante sur l'intention comportementale.

1. LES PRINCIPAUX INDICATEURS

1.1.LE COEFFICIENT DE DÉTERMINATION (R^2 ET R^2 AJUSTÉ)

L'analyse a révélé un coefficient de corrélation global (R^2) de 58,6%. Cela signifie que 58,6% de la variance de la variable dépendante (intention) est expliquée par les variables explicatives (attitude, norme, contrôle). Le (R^2) ajusté est de 57,4% et prend en compte le nombre de variables explicatives pour fournir une estimation plus fiable de la qualité du modèle.

1.2.LES COEFFICIENTS DE RÉGRESSION

Variable	Coefficient (β)	Erreur standard	t-statistique	p-value
Attitude	0,6007	0,071	8,472	0,000
Norme	0,2144	0,066	3,269	0,001
Contrôle	0,1280	0,071	2,083	0,040

Interprétation des coefficients :

- Attitude a le coefficient β le plus élevé (0,6007) avec une p-value très significative ($p<0,001$), ce qui confirme son rôle majeur dans la formation de l'intention,
- Norme sociale perçue a également un effet significatif ($p=0,001$), avec un coefficient plus modéré (0,2144),
- Contrôle comportemental perçu présente un effet positif plus faible mais significatif ($p=0,040$).

Ces résultats valident l'influence positive des trois dimensions sur l'intention comportementale.

1.3.LE FACTEUR D'INFLATION DE LA VARIANCE (VIF)

Variable	VIF
Attitude	1,275
Norme	1,091
Contrôle	1,281

Tous les VIF sont largement inférieurs à 10, ce qui indique l'absence de multicolinéité problématique entre les variables indépendantes. Cela signifie que les trois dimensions mesurées apportent des informations suffisamment distinctes et complémentaires pour expliquer l'intention.

1.4.LA SIGNIFICATIVITÉ GLOBALE DU MODÈLE (TEST DE FISHER – F-STATISTIC)

- F-statistic : 49,53
- P-value associée : 4,98e-20

La p-value du test de Fisher est très largement inférieure à 0,05, ce qui indique que le modèle global est statistiquement significatif. Les variables explicatives introduites dans le modèle permettent donc d'expliquer significativement la variation de l'intention.

1.5.TEST DE NORMALITÉ DES RÉSIDUS

Statistique JB	p-value	Skewness	Kurtosis
3,140	0,208	-0,295	3.591

La p-value associée au test de Jarque-Bera est de 0,208, supérieure au seuil de 0,05.

Ainsi, l'hypothèse de normalité des résidus est acceptée, ce qui confirme que les erreurs du modèle suivent une distribution normale, condition importante pour valider la fiabilité des tests statistiques utilisés.

2. PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Variables	Coefficients non standardisés	t-statistic	Sig.	VIF	Résultats
Attitude	0,6007	8,472	0,000	1,275	Validée
Norme sociale perçue	0,2144	3,269	0,001	1,091	Validée
Contrôle comportemental perçu	0,1480	2,083	0,040	1,281	Validée

L’analyse quantitative réalisée a permis de confirmer les hypothèses issues de la théorie du comportement planifié dans le contexte spécifique de la réduction du gaspillage alimentaire en restauration collective.

Les résultats montrent que l’attitude, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu ont tous un effet positif et significatif sur l’intention de réduire le gaspillage.

Parmi ces facteurs, l’attitude ressort comme le déterminant principal, suivie par la norme sociale perçue, puis le contrôle comportemental perçu, qui présente un effet positif mais plus modéré.

Ces résultats offrent une base solide pour poursuivre l’analyse dans le chapitre suivant, qui sera consacré à l’interprétation des résultats, à leur mise en perspective théorique, ainsi qu’aux apports, limites et perspectives de cette recherche.

CHAPITRE 3 : DISCUSSIONS, APPORTS, LIMITES ET PERSPECTIVES

Ce chapitre vise d'abord à examiner les résultats de notre étude et à les comparer aux divers travaux présentés dans la revue de littérature. Ensuite, il explorera les implications pratiques et théoriques de notre recherche. Il mettra également en lumière les contributions méthodologiques et managériales. Enfin, la dernière section se concentrera sur les limites et proposera des pistes pour des recherches futures.

1. DISCUSSION

Cette partie a pour objectif d'interpréter et contextualiser les résultats présentés dans le chapitre précédent. Ainsi, nous identifierons les points communs entre les résultats obtenus en les confrontant à ceux de la revue de littérature. Ces résultats seront présentés en trois sous parties, correspondant aux trois hypothèses formulées précédemment, à savoir l'attitude, la norme subjective et enfin le contrôle comportemental perçu.

1.1.ATTITUDE

L'analyse quantitative a montré que l'attitude envers la réduction du gaspillage alimentaire est le déterminant le plus fort de l'intention comportementale, avec un coefficient β de 0,6007 et une p-value inférieure à 0,001.

Ce résultat est non seulement significatif, mais traduit également l'importance décisive des représentations individuelles dans la formation de l'intention de réduire le gaspillage alimentaire.

Ainsi, ce résultat est pleinement cohérent avec la théorie du comportement planifié proposée par Ajzen (1991). Selon cette théorie, plus un individu perçoit un comportement comme positif, plus il sera enclin à former l'intention de l'adopter. Dans le cas présent, plus les consommateurs considèrent que réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective est une bonne chose, plus ils expriment la volonté d'agir dans ce sens.

La littérature scientifique soutient fortement cette observation. Stancu et al. (2016) avaient déjà mis en évidence que la sensibilisation aux impacts environnementaux et économiques du gaspillage alimentaire favorise le développement d'attitudes positives, qui à leur tour influencent l'intention de changer de comportement. De plus, Graham-Rowe et al. (2015) insistent également sur le poids des croyances éthiques et émotionnelles, telles que la honte ou la culpabilité associées au gaspillage alimentaire, dans la formation de l'attitude.

Dans le contexte spécifique de la restauration collective, plusieurs éléments viennent renforcer ce mécanisme. D'une part, les consommateurs sont de plus en plus sensibilisés aux enjeux environnementaux et aux impacts du gaspillage alimentaire à travers des campagnes d'affichage ou des programmes de lutte contre le gaspillage. D'autre part, le cadre de la restauration collective offre moins de contraintes matérielles qu'à domicile car il n'y a ni gestion du stockage, ni planification des repas sur plusieurs jours, ce qui laisse l'attitude jouer un rôle encore plus direct.

Il est également intéressant de noter que l'importance de l'attitude peut être renforcée par la nature du choix offert en restauration collective. En effet, en voyant les quantités servies, la qualité perçue des plats ou les messages de sensibilisation, les consommateurs peuvent former immédiatement une évaluation positive ou négative, qui influence directement leur comportement.

Schneider (2013) souligne également que la qualité perçue des repas influence fortement l'attitude des consommateurs. Un plat jugé peu attractif augmente la probabilité de gaspillage tandis qu'un plat de qualité perçue élevée favorise une attitude plus positive envers la consommation responsable. Cet élément vient renforcer l'idée que dans la restauration collective, l'expérience directe du repas construit immédiatement l'évaluation du comportement et par conséquent l'attitude.

Ainsi, en rejoignant les résultats de Stancu et al. (2016) et de Graham-Rowe et al. (2015), cette étude confirme que le développement d'attitudes favorables est un levier clé pour encourager des comportements alimentaires plus durables. Cela souligne également que travailler sur l'attitude revient à intervenir sur les croyances en mettant en avant les bénéfices de la réduction du gaspillage alimentaire ainsi qu'en associant le comportement responsable à des valeurs positives.

Sur un plan théorique, la confirmation du rôle dominant de l'attitude renforce la validité du modèle conceptuel mobilisé et montre que même en contexte collectif, où la responsabilité individuelle peut être diminuée, les mécanismes prédis par la théorie du comportement planifié restent robustes.

Ainsi, si les résultats obtenus confirment que l'attitude joue un rôle central dans la formation de l'intention de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective, elle rappelle également que le facteur de l'attitude n'opère pas seul. En effet, comme le soulignent Ajzen

(1991) et Stefan et al. (2013), l'intention comportementale résulte d'une interaction entre plusieurs dimensions, l'évaluation personnelle du comportement, la pression sociale perçue et la perception du contrôle sur le comportement.

Dans cette continuité, il est essentiel d'examiner l'influence de la norme sociale perçue, pour comprendre comment l'environnement collectif vient soutenir, compléter ou parfois limiter la dynamique individuelle.

1.2.NORME SOCIALE PERÇUE

Dans la continuité des résultats obtenus pour l'attitude, l'analyse révèle que la norme sociale perçue exerce également une influence positive et significative sur l'intention des consommateurs de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective.

Avec un coefficient β de 0,2144 et une p-value de 0,001, cette dimension apparaît comme un levier complémentaire, venant renforcer la dynamique individuelle mise en évidence précédemment. Ce résultat est cohérent avec la théorie du comportement planifié, qui reconnaît que les comportements ne se forment pas uniquement en fonction d'une évaluation personnelle, mais aussi sous l'influence des attentes sociales perçues.

Dans ce cadre, la norme sociale perçue désigne la pression explicite ou implicite, que les individus ressentent à agir conformément aux attentes de leur entourage ou du groupe auquel ils s'identifient.

La littérature récente sur le gaspillage alimentaire a confirmé l'importance de cette dimension. White et al. (2009) ont montré que dans les comportements pro-environnementaux, la perception que les autres attendent de nous un comportement responsable joue un rôle clé dans l'intention d'agir.

De manière plus spécifique à la restauration collective, Stefan et al. (2013) ont mis en évidence que la réduction du gaspillage alimentaire est renforcée lorsque les consommateurs perçoivent que limiter leurs déchets est valorisé par leur entourage. Les résultats obtenus dans cette recherche renforcent ces constats. Ils soulignent que les consommateurs ne se déterminent pas seulement en fonction de leurs propres croyances, mais aussi en fonction de ce qu'ils pensent être attendu socialement.

Même dans un contexte relativement anonyme comme celui de la restauration collective, le regard des autres reste présent et peut influencer positivement l'intention de réduire le gaspillage.

Sebbane et Costa (2018) ont montré que dans les établissements de restauration collective, l'imitation comportementale joue un rôle important. En effet, voir que les autres laissent peu de restes ou se servent de plus petites portions incite inconsciemment à adopter des comportements similaires. L'influence de la norme sociale perçue peut donc être interprétée à travers plusieurs dynamiques, telles que la recherche d'approbation sociale, la peur du jugement négatif ou encore l'imitation automatique.

Dans le cadre de la restauration collective, si les repas sont partagés mais sans forcément de liens sociaux très forts, cette influence existe, mais elle est cependant plus modérée que dans des contextes où les groupes sont plus soudés. Cette observation rejoint les travaux de Stefan et al. (2013) qui avaient constaté que l'effet de la norme sociale dépend du degré d'identification au groupe et de la visibilité du comportement. Plus le consommateur se sent membre d'un groupe, et plus son comportement sera sensible aux attentes sociales perçues.

Sur un plan pratique, ces résultats indiquent que les actions de sensibilisation doivent non seulement cibler les croyances individuelles, mais aussi travailler à créer des normes collectives fortes autour de la lutte contre le gaspillage.

Comme le souligne White et al. (2009), rendre visibles les normes sociales existantes peut être un outil extrêmement puissant pour consolider les intentions individuelles et généraliser les comportements pro-environnementaux. Cependant, dans les contextes où les repas sont pris rapidement, sans interactions sociales fortes, l'effet de la pression sociale sera naturellement moins prononcé, comme l'ont remarqué Sebbane et Costa (2018).

Malgré cela, l'influence observée ici confirme que le renforcement des normes sociales positives constitue un levier d'action important, complémentaire aux interventions centrées sur les croyances individuelles.

Ainsi, après avoir montré que l'attitude personnelle constitue le moteur principal de l'intention, cette étude met également en évidence que l'environnement collectif, à travers la norme sociale perçue, vient renforcer cette dynamique individuelle.

1.3. CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU

Après avoir mis en évidence l'importance de l'attitude et de la norme sociale perçue dans la formation de l'intention de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective, il convient d'examiner plus en détail le rôle du contrôle comportemental perçu.

Les résultats montrent que cette variable influence positivement l'intention, avec un coefficient β de 0,1480 et une p-value significative (0,040). Toutefois, l'effet observé est plus modéré que celui de l'attitude et de la norme sociale perçue.

Ce constat est cohérent avec la théorie du comportement planifié, qui définit le contrôle comportemental perçu comme la perception qu'a un individu de sa capacité à adopter le comportement donné, compte tenu des ressources et obstacles perçus. Selon Ajzen, ce facteur est particulièrement influent lorsque les individus rencontrent des contraintes externes qui pourraient freiner l'adoption du comportement envisagé.

Dans le contexte de la restauration collective, l'impact plus limité du contrôle comportemental perçu s'explique probablement par les contraintes structurelles et organisationnelles. Comme le soulignent Kallbekken et Saelen (2013), l'un des principaux freins à la réduction du gaspillage alimentaire réside dans le manque de flexibilité dans le choix des portions. En effet, lorsque les consommateurs n'ont pas la possibilité d'ajuster librement la quantité de nourriture qu'ils prennent, leur sentiment de contrôle sur leur consommation apparaît diminué.

Cette observation rejoint également les constats de Williams et al. (2012), pour qui la capacité perçue à réduire le gaspillage dépend fortement des solutions pratiques mises à disposition, telles que la possibilité d'emporter les restes ou de choisir entre différentes tailles de portion.

Dans cette étude, le fait que le contrôle comportemental perçu ait un effet positif mais plus faible que les deux autres dimensions peut donc être interprété comme le reflet d'un environnement dans lequel les marges de manœuvre individuelles existent mais restent limitées. Par exemple, un consommateur peut décider de ne pas finir son assiette ou de demander une portion plus petite, mais il n'a pas toujours la liberté totale de choisir précisément ce qu'il consomme.

D'un point de vue psychologique, le sentiment de contrôle est essentiel pour transformer l'intention en comportement effectif. Ajzen (1991) explique que plus un individu perçoit qu'il a les moyens d'agir, plus il est probable que son intention aboutisse à un comportement réel. Le fait que ce sentiment soit modéré ici pourrait poser la question du passage à l'acte.

En effet, même si l'intention est présente, des barrières organisationnelles pourraient empêcher les comportements responsables de se concrétiser. Le contrôle comportemental perçu dans ce contexte peut être influencé par plusieurs facteurs spécifiques tels que l'organisation du service ou la flexibilité du personnel. L'absence ou la présence de ces éléments agit directement sur la perception de la capacité à réduire son propre gaspillage. Les résultats obtenus sont proches de ceux observés dans les études de Stancu et al. (2016) sur le gaspillage domestique. En effet, le contrôle comportemental perçu est un facteur réel mais secondaire, qui agit souvent en interaction avec l'attitude et la norme sociale plutôt que de manière isolée.

En termes pratiques, ces résultats soulignent que renforcer le sentiment de contrôle des convives pourrait constituer un levier d'action complémentaire pour réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective. Cela pourrait passer par l'augmentation du choix offert aux consommateurs concernant des portions adaptables ou la communication explicite sur la possibilité de maîtriser sa consommation.

Comme le rappellent Williams et al. (2012), donner aux consommateurs les moyens concrets de maîtriser leur consommation est une condition nécessaire pour transformer une intention en action.

Malgré l'effet plus modéré observé, le rôle du contrôle comportemental perçu ne doit pas être négligé car il complète l'influence de l'attitude et de la norme sociale perçue, et joue un rôle clé dans la réalisation du comportement de réduction du gaspillage alimentaire.

Ainsi, l'analyse du contrôle comportemental perçu vient enrichir la compréhension de la dynamique intentionnelle observée. Elle rappelle que changer les croyances individuelles et les normes collectives est nécessaire, mais que créer un environnement qui facilite l'action est tout aussi essentiel pour obtenir des résultats durables.

L'analyse détaillée des résultats montre clairement que les trois dimensions issues de la théorie du comportement planifié contribuent toutes de manière significative à expliquer l'intention de réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective.

L'attitude ressort comme le levier principal, traduisant l'importance des croyances personnelles sur la valorisation du comportement responsable. La norme sociale perçue agit en complément, en intégrant l'influence des attentes collectives dans le processus décisionnel des consommateurs. Enfin, même si son poids est plus modéré, le contrôle

comportemental perçu souligne le rôle facilitateur des conditions organisationnelles dans la capacité à passer de l'intention à l'action. Ces résultats confirment non seulement la robustesse du modèle théorique mobilisé, mais ouvrent également plusieurs pistes de réflexion sur les apports théoriques, méthodologiques et pratiques de cette recherche. Dans la continuité, il s'agit désormais de préciser en quoi cette étude contribue à enrichir la compréhension du phénomène du gaspillage alimentaire en milieu collectif.

2. APPORTS THÉORIQUES

Cette recherche apporte plusieurs contributions sur le plan théorique, en lien direct avec le modèle mobilisé et le contexte spécifique du gaspillage alimentaire en restauration collective.

En premier lieu, elle valide l'applicabilité de la théorie du comportement planifié dans un domaine encore peu exploré dans la littérature, la consommation alimentaire en restauration collective, et plus particulièrement la problématique de la réduction du gaspillage alimentaire dans ces structures. Alors que la majorité des travaux antérieurs portant sur la théorie du comportement planifié dans le domaine du gaspillage alimentaire se concentraient sur le cadre domestique (Stancu et al., 2016 ; Graham-Rowe et al., 2015), cette étude confirme que les mécanismes prédits par Ajzen, à savoir l'attitude, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu, restent pertinents pour expliquer l'intention d'agir en contexte collectif. Cette confirmation théorique est d'autant plus intéressante que la restauration collective présente des spécificités par rapport au contexte domestique. En effet, la responsabilité concernant le gaspillage alimentaire au sein de ces établissements est partagée entre les consommateurs et le personnel de service, l'offre alimentaire est standardisée, le contrôle individuel sur l'organisation des repas est moindre et la socialisation présente est moins forte que dans les repas au sein des ménages.

Malgré ces différences, la solidité du modèle théorique est maintenue, montrant ainsi la flexibilité de la théorie du comportement planifié pour analyser des comportements pro-environnementaux dans des cadres variés.

Ensuite, cette recherche apporte un éclairage plus détaillé sur le poids respectif des trois déterminants au sein du modèle. Alors que la théorie du comportement planifié traite les trois facteurs comme théoriquement équivalents, les résultats montrent ici une hiérarchie empirique. L'attitude ressort comme le levier principal de l'intention, la norme sociale

perçue constitue le second facteur influent, avec un effet significatif mais plus modéré, et le contrôle comportemental perçu qui intervient également, mais son poids reste plus faible. Cette hiérarchisation confirme partiellement les observations de Stefan et al. (2013) dans les contextes de consommation alimentaire, et nécessite d'affiner l'application de la théorie du comportement planifié en fonction du contexte étudié. Dans des milieux où la flexibilité individuelle est réduite, l'attitude personnelle joue un rôle encore plus important que la perception de contrôle.

De plus, l'étude souligne que dans des contextes collectifs faiblement identitaires, la norme sociale perçue conserve un rôle significatif mais non dominant. Cela confirme les résultats nuancés de Sebbane et Costa (2018) sur l'influence des dynamiques de groupe dans les espaces de restauration collective.

Sur un plan conceptuel, cette recherche contribue également à mieux articuler la théorie du comportement planifié avec d'autres cadres théoriques, en mettant en lumière l'importance des valeurs morales (Schneider, 2013) ainsi que l'influence des émotions (Graham-Rowe et al., 2015).

Même si ces dimensions n'étaient pas intégrées dans le modèle testé ici, elles peuvent jouer un rôle dans les facteurs influençant l'attitude, suggérant qu'une évolution de la théorie du comportement planifié vers un modèle enrichi intégrant explicitement ces variables pourrait offrir une compréhension approfondie du comportement de réduction du gaspillage alimentaire.

Enfin, cette recherche propose une première modélisation empirique de l'intention de réduire le gaspillage alimentaire en milieu collectif, ce qui peut constituer un apport théorique, en ouvrant la voie à des études futures cherchant à confirmer, enrichir ou nuancer les résultats obtenus ici.

3. APPORTS MÉTHODOLOGIQUES

Au-delà des résultats théoriques, cette étude apporte aussi plusieurs enseignements sur le plan méthodologique. Tout d'abord, elle montre qu'il est possible d'adapter la théorie du comportement planifié au contexte particulier de la restauration collective.

La majorité des recherches précédentes sur le gaspillage alimentaire (Stancu et al., 2016 ; Graham-Rowe et al., 2015) concernaient surtout le gaspillage domestique. Ici, les échelles

de mesure classiques ont été spécifiquement adaptées pour parler du gaspillage au sein des établissements de restauration collective. Cela prouve que la théorie du comportement planifié est assez souple pour s'appliquer à d'autres environnements que ceux pour lesquels elle a été conçue au départ. De plus, cette adaptation a été validée par des tests de fiabilité (alpha de Cronbach > 0,70 sur toutes les échelles), montrant que les outils de mesure sont restés fiables malgré la spécificité du contexte.

Ensuite, la collecte de données s'est faite entièrement en ligne, ce qui a permis d'atteindre rapidement un échantillon pertinent tout en limitant les biais liés à l'administration physique des questionnaires. Ce choix est particulièrement adapté au profil des répondants et correspond aux méthodes modernes de recherche, où l'enquête numérique est devenue une pratique courante.

Sur le plan de l'analyse, le traitement statistique des données n'a pas été réalisé sur un logiciel traditionnel comme SPSS, mais sur Google Colab avec Python.

L'analyse a suivi toutes les étapes méthodologiques classiques attendues, telles que la description de l'échantillon, le test de fiabilité des échelles et la régression linéaire multiple. Enfin, même si cette étude repose uniquement sur une approche quantitative, elle a été pensée comme une première étape, en vue d'intégrer plus tard une approche qualitative avec des entretiens exploratoires. Cela s'inscrit dans une logique de démarche mixte, de plus en plus recommandée dans les recherches appliquées (Creswell & Plano Clark, 2011).

En résumé, cette étude apporte plusieurs apports méthodologiques, tels que l'adaptation réussie des échelles de la théorie du comportement planifié au contexte de la restauration collective et la préparation d'une démarche associant plus tard méthodes quantitatives et qualitatives.

Ces éléments renforcent la solidité des résultats obtenus et ouvrent des pistes pour d'autres recherches sur le gaspillage alimentaire ou d'autres comportements environnementaux.

4. APPORTS MANAGÉRIAUX

Les résultats de cette étude permettent de proposer plusieurs pistes concrètes pour accompagner efficacement la réduction du gaspillage alimentaire en restauration collective. En mobilisant la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991) et en s'appuyant sur les données collectées, il apparaît que les stratégies efficaces doivent agir simultanément sur l'attitude personnelle, le sentiment de contrôle comportemental et les dynamiques sociales.

Le modèle testé explique 58,6 % de la variance de l'intention de réduire le gaspillage alimentaire, ce qui est un pourcentage explicatif assez solide, confirmant la robustesse des trois dimensions étudiées : attitude, contrôle comportemental perçu et norme sociale perçue. L'analyse a également permis d'identifier des obstacles majeurs, notamment un sentiment de contrôle limité malgré une attitude favorable.

4.1. AGIR SUR L'ATTITUDE : RENFORCER LA CONVICTION INDIVIDUELLE

L'attitude est apparue comme le facteur le plus influent de l'intention ($\beta = 0,41$, $p < 0,001$), ce qui confirme l'importance d'agir directement sur la perception que les consommateurs ont de la réduction du gaspillage alimentaire.

Renforcer cette attitude implique d'aller au-delà d'une simple sensibilisation générale. Comme l'ont montré Stancu et al. (2016) et Graham-Rowe et al. (2015), ce sont les croyances spécifiques qui déterminent l'évaluation positive du comportement. Ainsi, il est essentiel de communiquer de manière concrète en utilisant des messages illustrés et impactants pour renforcer la conscience de l'impact individuel de chacun.

Il est important de valoriser les actions positives par des campagnes régulières de communication, en mettant par exemple en avant les quantités de gaspillage évitées par l'établissement, et en associant le geste anti-gaspillage à des valeurs positives telles que la solidarité, le respect de l'environnement et la lutte contre le réchauffement climatique. Cela rejoint les principes de l'engagement actif proposés par Schneider (2013) qui explique que plus un individu se sent personnellement acteur d'une amélioration visible, plus il s'engage durablement.

Pour renforcer l'attitude, il est également recommandé de travailler sur la qualité perçue des repas, qui constitue une source importante de gaspillage. Des interventions ciblées sur cette dimension peuvent passer par l'amélioration de la présentation visuelle des plats en utilisant des contenants plus attractifs comme des ramequins colorés, ainsi que par une attention portée à l'environnement de consommation en aménageant différemment la salle de restauration, en collaboration avec les convives via la commission des menus.

La valorisation du travail des équipes de cuisine est également primordiale pour renforcer le respect de l'aliment et du repas servi. Ainsi, l'organisation de temps d'échange entre convives et personnel de cuisine pourrait permettre de donner du sens à l'acte alimentaire et de sensibiliser au travail de préparation des repas.

Il est par ailleurs judicieux de prévoir des temps spécifiques d'animation autour de l'alimentation, par exemple en proposant des débats sur le gaspillage alimentaire, des ateliers de dégustation, ou encore en intégrant les enjeux liés au gaspillage dans les cours dans les établissements scolaires.

Pour aller plus loin dans la connaissance des comportements, la mise en place d'un système simple d'analyse de la consommation quotidienne des plats peut aider à identifier les blocages spécifiques à certains mets et à ajuster l'offre en conséquence.

Enfin, redonner du plaisir à fréquenter le restaurant, redonner de la valeur aux aliments servis, et instaurer des dynamiques participatives permettent de renforcer durablement une attitude positive envers la réduction du gaspillage alimentaire.

4.2.LEVER LES OBSTACLES PRATIQUES

Cette étude met en évidence un paradoxe comportemental au sein des établissements de restauration collective. En effet, même si les consommateurs expriment des attitudes très favorables à la réduction du gaspillage, ils se sentent souvent incapables d'agir réellement, ce qui est confirmé par un niveau relativement faible de contrôle comportemental perçu. Ces résultats rejoignent les analyses de Kallbekken et Sælen (2013) et Williams et al. (2012) sur l'importance des leviers pratiques dans le passage de l'intention à l'action. Pour lever ces freins, il est essentiel de rendre le geste de réduction du gaspillage plus facile et plus naturel, sans contrainte excessive.

La flexibilisation du service est une première piste d'action. Proposer plusieurs tailles de portions ou permettre aux convives d'ajuster eux-mêmes la quantité de nourriture servie renforce la perception de contrôle. Cependant, ces options doivent être clairement communiquées pour éviter que les consommateurs ne croient pas avoir le choix.

Des outils simples peuvent être utilisés, comme des panneaux informant sur la possibilité de choisir une petite portion ou de se resservir. En complément, l'utilisation de nudges comportementaux a montré son efficacité pour orienter les comportements sans imposer de règles contraignantes.

Ainsi, la réduction de la taille des assiettes, le repositionnement stratégique des aliments les plus gaspillés en fin de ligne de self ou encore l'inscription de messages positifs incitant à ne prendre que ce que l'on est sûr de consommer peuvent constituer des leviers efficaces.

Un travail spécifique peut également être mené sur la consommation de pain qui est un produit fréquemment gaspillé. Par exemple, l'installation d'un gâchimètre de pain dans la

salle de restauration permettrait de rendre visuellement tangible le volume jeté et de sensibiliser efficacement les convives. Par ailleurs, couper le pain au fur et à mesure des besoins et proposer des tranches plus petites sont des moyens simples mais efficaces pour réduire ce gaspillage.

4.3. FAIRE ÉMERGER DES NORMES COLLECTIVES POSITIVES

Bien que la norme sociale perçue ait un effet modéré, elle joue un rôle fondamental dans l'alignement des comportements individuels avec les attentes collectives. Voir les autres réduire leur gaspillage incite naturellement à imiter ce comportement. Sebbane et Costa (2018) insistent sur la nécessité de rendre visibles les comportements vertueux en restauration collective. Pour activer cette dynamique, il est pertinent de mettre en place un affichage dynamique des performances, par exemple, annoncer chaque semaine les kilos de nourriture économisés par l'ensemble des convives. De plus, il est important de créer un sentiment et d'organiser des défis entre classes ou services, de féliciter publiquement les groupes ayant les meilleurs résultats, ou encore désigner des ambassadeurs anti-gaspi parmi les convives eux-mêmes pour mettre en place des actions efficaces pour construire durablement une norme positive.

De plus, il est également primordial de changer les regards sur l'alimentation, redonner du sens au plaisir de manger et valoriser les métiers de la restauration pour garantir la réduction du gaspillage. L'utilisation régulière des pesées alimentaires et la communication transparente des résultats participent également à maintenir l'attention sur l'enjeu et à mobiliser durablement tous les acteurs.

L'ensemble de ces recommandations confirme que la réduction du gaspillage alimentaire en restauration collective ne peut reposer sur une approche unique ou ponctuelle. Au contraire, elle nécessite une stratégie qui agit simultanément sur les leviers psychologiques, sociaux et organisationnels identifiés par la théorie du comportement planifié. Ainsi, renforcer les attitudes favorables en redonnant du sens à l'acte alimentaire, en améliorant la qualité perçue des repas et en valorisant l'engagement individuel constitue une première étape essentielle. De plus, il est nécessaire de faciliter l'action en réduisant les obstacles pratiques, en adaptant les systèmes de service et en rendant le geste anti-gaspillage plus accessible pour permettre de transformer l'intention en comportement réel. La mise en place de normes collectives visibles et engageantes permettraient également d'encourager

les comportements attendus mais aussi de les ancrer durablement dans une dynamique positive partagée par l'ensemble des acteurs.

La réussite de ces actions ne dépend pas seulement de leur mise en place ponctuelle, mais surtout de leur continuité et de leur capacité à évoluer dans le temps. Réduire le gaspillage alimentaire n'est pas un objectif que l'on atteint une fois pour toutes, c'est un travail rigoureux qui demande d'évaluer régulièrement les résultats, d'ajuster les actions en fonction des retours et de maintenir la motivation aussi bien chez les convives que chez les équipes de restauration et de gestion.

En s'appuyant sur des interventions concrètes, adaptées aux réalités de chaque établissement et portées collectivement, il est possible de transformer les intentions positives exprimées par les consommateurs en pratiques durables, responsables et valorisées dans le quotidien de la restauration collective.

5. LIMITES DE L'ÉTUDE

Bien que cette étude apporte des résultats solides et ouvre des perspectives concrètes pour la réduction du gaspillage alimentaire en restauration collective, il est important de reconnaître certaines limites qui en encadrent la portée et qui doivent être prises en compte dans l'interprétation des résultats.

La première limite concerne la méthodologie utilisée. L'étude repose exclusivement sur l'analyse d'intentions comportementales déclarées par les répondants, et non sur l'observation directe de leurs comportements effectifs. Or, comme le rappelle Ajzen (1991), l'intention est un prédicteur essentiel du comportement, mais elle n'en garantit pas la réalisation automatique. Il est donc possible qu'un écart persiste entre ce que les convives déclarent vouloir faire et ce qu'ils feront effectivement dans leur pratique quotidienne. La prise en compte de cette distinction est essentielle pour relativiser la portée prédictive des résultats obtenus.

La seconde limite est liée au à l'échantillon de l'enquête qui ne comprend que 108 répondants, tout établissement de restauration collective confondu.

Même si cet échantillon est pertinent pour une première exploration, il ne peut prétendre représenter l'ensemble de la population fréquentant les services de restauration collective en France. Par ailleurs, l'approche quantitative adoptée, bien qu'indispensable pour tester les relations proposées par la théorie du comportement planifié, limite la profondeur d'analyse sur certains aspects plus qualitatifs du comportement alimentaire, notamment les perceptions

individuelles, les émotions vécues lors de la consommation ou encore les barrières culturelles spécifiques. La richesse de ces dimensions subjectives, pourtant essentielle pour comprendre pleinement les mécanismes du gaspillage alimentaire, devra faire l'objet de recherches complémentaires en recourant à des méthodes qualitatives, telles que des entretiens semi-directifs ou des observations de terrain.

Enfin, certaines variables contextuelles spécifiques à la restauration collective ont été explorées de manière encore partielle dans cette étude. Des éléments comme la qualité perçue des repas, ou encore la flexibilité du service ont montré leur influence indirecte sur l'intention de réduire le gaspillage. Néanmoins, ces variables n'ont pas été intégrées directement dans le modèle testé, ce qui ouvre des pistes pour enrichir la modélisation théorique dans de futures recherches. Ces limites n'enlèvent rien à la pertinence des résultats obtenus. Elles appellent simplement à considérer cette recherche comme une première étape perfectible, vers une compréhension toujours plus fine des comportements de gaspillage alimentaire en restauration collective.

6. PERSPECTIVES DE RECHERCHE

Cette étude apporte des réponses importantes sur la compréhension des comportements de gaspillage alimentaire en restauration collective, mais elle montre aussi que ce sujet reste complexe et appelle à des approfondissements. De nombreuses pistes peuvent être envisagées pour compléter et enrichir ces premiers résultats.

Un premier prolongement naturel consisterait à varier les méthodes d'enquête utilisées. Les données issues du questionnaire donnent une première photographie intéressante, mais elles mériteraient d'être complétées par d'autres approches plus qualitatives.

Des entretiens réalisés directement avec les convives permettraient d'entrer dans le détail de leurs ressentis et de mieux comprendre les freins qu'ils rencontrent au quotidien. Observer ce qui se passe réellement dans les restaurants, au moment des repas, apporterait également des éléments essentiels pour repérer les décalages possibles entre ce que les convives disent vouloir faire et ce qu'ils font en réalité.

L'intégration d'autres facteurs dans l'analyse pourrait également enrichir la compréhension du phénomène. Les habitudes alimentaires installées, les émotions ressenties lors du repas, ou encore les valeurs personnelles comme le respect des ressources naturelles sont des éléments susceptibles d'influencer les comportements mais qui n'ont pas encore été pleinement explorés dans cette recherche. Ainsi, prendre en compte ces dimensions

permettrait d'affiner les profils des consommateurs et d'adapter plus finement les stratégies de réduction du gaspillage.

De plus, il apparaît essentiel de comparer les différents types d'établissements, car chaque contexte possède ses propres contraintes, ses habitudes spécifiques et des marges de manœuvre particulières. Un restaurant universitaire ne fonctionne pas de la même manière qu'une cantine scolaire ou qu'un self d'entreprise. Mieux comprendre ces différences permettrait de concevoir des solutions réellement adaptées à chaque environnement.

La mise en place d'expérimentations concrètes sur le terrain serait particulièrement utile pour valider les leviers identifiés dans cette étude. Il serait intéressant, par exemple, de tester l'impact de différentes tailles de portions proposées aux convives, d'expérimenter diverses formes de communication autour du gaspillage, ou encore de modifier l'organisation du service pour observer les effets sur le comportement alimentaire. Ces observations, pratiques et mesurées, apporteraient des enseignements précieux pour améliorer l'efficacité des actions mises en œuvre.

L'analyse des interactions entre les différents acteurs de la restauration collective constituerait également un enrichissement majeur. Le gaspillage alimentaire ne dépend pas uniquement des choix individuels des convives ; il est aussi influencé par l'organisation du service, les pratiques professionnelles et les décisions managériales. Adopter une approche plus globale, intégrant l'ensemble de ces dynamiques, permettrait d'identifier de nouveaux leviers d'action.

Enfin, le développement des technologies numériques ouvre aujourd'hui de nouvelles perspectives pour réduire le gaspillage alimentaire. Les applications de réservation de repas, les systèmes d'affichage en temps réel des quantités gaspillées, les outils de régulation de la production selon la demande réelle sont des innovations à tester pour encourager l'engagement des convives et des équipes, et rendre la gestion du gaspillage plus simple et plus visible.

En définitive, cette recherche pose des bases solides tout en montrant que le chemin reste long pour comprendre et réduire durablement le gaspillage alimentaire en restauration collective. Explorer ces différentes pistes permettra d'approfondir les connaissances et d'améliorer l'efficacité des actions, en s'appuyant sur des stratégies de plus en plus ajustées aux réalités du terrain.

L'analyse menée tout au long de cette partie a permis de mieux comprendre les facteurs qui influencent l'intention des consommateurs à réduire leur gaspillage alimentaire en restauration collective. Les résultats montrent clairement que trois dimensions principales interviennent : l'attitude individuelle face au gaspillage, la pression sociale perçue et le sentiment de contrôle sur ses propres choix alimentaires. L'attitude des convives se révèle être le moteur principal de l'intention de réduire le gaspillage, ce qui souligne l'importance de renforcer la valorisation de comportements responsables à travers des actions de sensibilisation claires et adaptées. La norme sociale perçue, plus modérée, joue un rôle non négligeable en créant un environnement favorable au changement de comportement. Enfin, le contrôle comportemental perçu est apparu comme un levier décisif. En effet, lorsque les convives estiment avoir la capacité d'agir, grâce à des services plus souples et des choix adaptés, leur engagement devient plus fort. À travers l'analyse des résultats, plusieurs freins et leviers ont pu être identifiés. L'étude souligne que pour être efficaces, les stratégies de réduction du gaspillage doivent agir simultanément sur ces trois dimensions. Elles doivent aussi s'inscrire dans la durée, s'adapter aux spécificités de chaque établissement et impliquer l'ensemble des acteurs de la restauration collective, des gestionnaires aux consommateurs. La discussion a également permis d'ouvrir des pistes de réflexion pour prolonger ce travail. Approfondir l'étude du comportement réel, intégrer d'autres variables psychologiques et comparer différents contextes apparaissent comme des axes prometteurs pour améliorer encore la compréhension de ce phénomène complexe.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Le gaspillage alimentaire en restauration collective représente aujourd'hui un défi majeur, à la fois environnemental, économique et social. Chaque année, des millions de tonnes de denrées encore consommables sont perdues, alors que l'urgence climatique, la crise des ressources et les inégalités alimentaires imposent une évolution rapide et profonde de nos pratiques. Dans ce contexte, la restauration collective occupe une place stratégique. Non seulement parce qu'elle touche chaque jour un public très large et varié mais aussi parce qu'elle a la capacité d'agir sur les comportements alimentaires à travers l'organisation du service, l'offre proposée et les actions de sensibilisation mises en place.

Ce mémoire s'est donné pour objectif de mieux comprendre les facteurs qui incitent les convives à réduire leur gaspillage alimentaire en restauration collective.

En mobilisant la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991), l'étude a montré que trois dimensions principales influencent l'intention des consommateurs : l'attitude individuelle vis-à-vis du gaspillage, la pression exercée par l'environnement social, et le sentiment de pouvoir agir efficacement. Les résultats mettent en évidence que l'attitude positive reste le levier principal, renforcé par des normes sociales valorisant les comportements responsables, et facilité par un meilleur contrôle perçu sur les choix alimentaires.

À travers cette analyse, plusieurs freins et leviers ont pu être identifiés. Le manque de flexibilité dans le service, la qualité perçue des repas, mais aussi l'absence de communication claire sur l'impact du gaspillage apparaissent comme des obstacles récurrents. À l'inverse, la sensibilisation contextualisée, l'adaptation des portions et la valorisation des gestes positifs ressortent comme des pistes d'action efficaces pour accompagner le changement de comportement.

Ce travail montre ainsi que la réduction du gaspillage alimentaire ne peut pas reposer uniquement sur des ajustements techniques ou logistiques. Il s'agit d'un processus beaucoup plus global, qui engage à la fois les établissements de restauration, les personnels, et surtout les consommateurs eux-mêmes dans une dynamique collective de responsabilité et de changement.

Toutefois, cette étude présente plusieurs limites qu'il est important de reconnaître. Le recours exclusif à une approche quantitative basée sur les intentions déclarées et la taille limitée de l'échantillon ne permettent pas de mesurer avec précision les comportements réels.

Ces limites ouvrent naturellement plusieurs pistes de réflexion pour la suite du travail, notamment dans le cadre du mémoire de deuxième année. Un premier prolongement logique serait de compléter l'approche actuelle par une méthodologie mixte, combinant enquêtes quantitatives, entretiens qualitatifs approfondis et observations de terrain. Ces méthodes permettraient d'accéder à une compréhension plus concrète des facteurs émotionnels, sociaux et pratiques qui influencent réellement la réduction ou non du gaspillage alimentaire. Par ailleurs, il serait pertinent d'intégrer de nouvelles variables dans l'analyse, telles que l'influence des émotions, le poids des valeurs personnelles, ou encore le rôle des habitudes alimentaires acquises depuis l'enfance.

Ces dimensions complémentaires pourraient permettre d'affiner la compréhension des différences observées entre individus et de proposer des stratégies encore plus ciblées.

Enfin, l'étude de l'impact des outils numériques dans la lutte contre le gaspillage alimentaire mériterait d'être approfondie.

En somme, ce mémoire a posé les bases d'une réflexion sur la réduction du gaspillage alimentaire en restauration collective. Il montre qu'il est important d'agir à plusieurs niveaux en améliorant l'organisation du service, en accompagnant les consommateurs et en mobilisant tout le monde autour des valeurs de responsabilité et de durabilité.

Le travail se poursuivra avec le mémoire de deuxième année, pour approfondir les premiers résultats et contribuer aux réflexions sur la transition écologique de la restauration collective. Dans un monde où chaque geste compte, encourager des pratiques alimentaires plus responsables est essentiel pour répondre aux défis environnementaux et sociaux actuels.

BIBLIOGRAPHIE

ADEME, *Restauration collective : manger mieux tout en respectant l'environnement*, [en ligne], disponible sur : <https://economie-circulaire.ademe.fr/restauration-collective>, consulté le 8 mars 2025.

Aktas E., Sahin H., Topaloğlu Z., Oledinma A., Huda S., Irani Z., Sharif A., Wout T. et Kamrava M., 2018, « A consumer behavioural approach to food waste », *Journal of Enterprise Information Management*, vol. 31.

Beretta C. et Hellweg S., 2019, « Potential environmental benefits from food waste prevention in the food service sector », *Resources, Conservation and Recycling*, vol. 147, p. 169-178.

Beretta C., Stoessel F., Baier U. et Hellweg S., 2013, « Quantifying food losses and the potential for reduction in Switzerland », *Waste Management*, vol. 33, n° 3, p. 764-773.
Cederberg C. et Sonesson U., 2011, *Global Food Losses and Food Waste: Extent, Causes and Prevention*, Rome, FAO.

European Court of Auditors, 2016, *Lutte contre le gaspillage alimentaire : une occasion pour l'UE d'améliorer l'utilisation des ressources dans la chaîne alimentaire*, Rapport spécial n° 34.

Festinger L., 1957, *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford, Stanford University Press.
Formarier M., 2012, « Attitude », dans *Les concepts en sciences infirmières*, Association de Recherche en Soins Infirmiers, p. 81-83.

France, *L'Agenda 2030 - ODD12 : Établir des modes de consommation et de production durables*, [en ligne], disponible sur : <https://www.agenda-2030.fr/17-objectifs-de-developpement-durable/article/odd12-etablir-des-modes-de-consommation-et-de-production-durables>, consulté le 20 mars 2025.

Gifford R., 2011, « The dragons of inaction: psychological barriers that limit climate change mitigation and adaptation », *American Psychologist*, vol. 66, n° 4, p. 290-302.

González-Santana R., Blesa J., Frigola A. et Esteve M. J., 2020, « Dimensions of household food waste focused on family and consumers », *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, vol. 62, p. 1-14.

Graham-Rowe E., Jessop D. C. et Sparks P., 2014, « Identifying motivations and barriers to minimising household food waste », *Resources, Conservation and Recycling*, vol. 84, p. 15-23.

Gustavsson J., Cederberg C. et Sonesson U., 2011, *Global Food Losses and Food Waste*, Save Food at Interpack, Düsseldorf, Germany.

Herbert S., Stern P. C., Dietz T. et Abel T. D., 2014, « Normative influences on pro-environmental behavior », *Environment and Behavior*, vol. 46, n° 4, p. 376-404.

Jagau H. L. et Vyrastekova J., 2017, « Behavioral approach to food waste: An experiment », *British Food Journal*, vol. 119, n° 5, p. 994-1005.

Kahneman D. et Tversky A., 1981, « The framing of decisions and the psychology of choice », *Science*, vol. 211, n° 4481, p. 453-458.

Kallbekken S. et Saelen H., 2013, « ‘Nudging’ hotel guests to reduce food waste as a win-win environmental measure », *Economics Letters*, vol. 119, n° 3, p. 325-327.

Lazell J., 2016, « Consumer food waste behaviour in universities: Sharing as a means of prevention », *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 15, n° 5, p. 430-439.

Le Borgne G., 2015, *Sensibilité du consommateur au gaspillage alimentaire : conceptualisation, antécédents et conséquences*, thèse de doctorat, Université de Montpellier.

Le Borgne G., Sirieix L., Valette-Florence P. et Costa S., 2021, « Adopting waste-prevention routines: The role of consumer concern for food waste », *Appetite*, vol. 163, p. 105188.

Parfitt J., Barthel M. et Macnaughton S., 2010, « Food waste within food supply chains: quantification and potential for change to 2050 », *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, vol. 365, n° 1554, p. 3065-3081.

Poulain J.-P., 2002, *Sociologie de l'alimentation*, Paris, Presses Universitaires de France.
Rapport de l'ONU, 2024, *Rapport de l'ONU sur l'indice de gaspillage alimentaire : le monde gaspille plus d'un milliard de repas par jour*, 27 mars, consulté le 23 février 2025.

Salins M. et Aithal S., 2023, « Consumers’ intention toward mitigation of plate waste behaviour in restaurants », *International Journal of Management, Technology, and Social Sciences*, 17 juin, p. 190-230.

Sebbane M., Costa S. et Sirieix L., 2016, « Identification des croyances relatives au gaspillage alimentaire chez des usagers de la restauration collective », communication présentée à l’Université Jean Moulin - Lyon III.

FAO, 2019, *La situation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture*, Rome, FAO.

Stancu V., Haugaard P. et Lähteenmäki L., 2016, « Determinants of consumer food waste behaviour: Two routes to food waste », *Appetite*, vol. 96, p. 7-17.

Thyberg K. L. et Tonjes D. J., 2016, « Drivers of food waste and their implications for sustainable policy development », *Resources, Conservation and Recycling*, vol. 106, p. 110-123.

Wansink B. et Hanks A. S., 2013, « Slim by design: Serving healthy foods first in buffet lines improves overall meal selection », *PLoS ONE*, vol. 8, n° 10, e77055.

Williams H. et Wikström F., 2012, « Environmental impact of packaging and food losses in a life cycle perspective: A comparative analysis of five food items », *Journal of Cleaner Production*, vol. 24, p. 141-149.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	5
SOMMAIRE	6
INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	7
PARTIE 1 : COMPRENDRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE	9
CHAPITRE 1 : LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE	11
1. <i>LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE.....</i>	11
1.1. DÉFINITION	11
1.2. LES CHIFFRES CLÉS DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE.....	12
1.2.1. À L'ÉCHELLE MONDIALE	13
1.2.2. À L'ÉCHELLE NATIONALE	14
1.3. LE TRIPLE ENJEU DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE	14
1.3.1. IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE	15
1.3.2. IMPACTS ÉCONOMIQUES DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE.....	15
1.3.3. IMPACTS SOCIAUX ET ÉTHIQUES DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE	15
2. <i>LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE.....</i>	16
2.1. LA RESTAURATION COLLECTIVE.....	16
2.2. LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE	16
2.3. LES CAUSES DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE	17
CHAPITRE 2 : L'INTENTION DES CONSOMMATEURS DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE.....	19
1. <i>LA THÉORIE DU COMPORTEMENT PLANIFIÉ</i>	19
2. <i>LE MODÈLE DES HABITUDES.....</i>	20
3. <i>LA THÉORIE DES NUDGES.....</i>	21
CHAPITRE 3 : LES DÉTERMINANTS PSYCHOSOCIAUX DE L'INTENTION DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE EN RESTAURATION COLLECTIVE.....	24
1. <i>FACTEURS ATTITUDINAUX ET REPRÉSENTATIONNELS</i>	24
2. <i>DYNAMIQUES NORMATIVES ET INFLUENCES SOCIALES</i>	25
3. <i>DIMENSIONS LIÉES AU CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU ET AUX CAPACITÉS D'ACTION</i>	26
PARTIE 2 : PROBLÉMATIQUE ET HYPOTHÈSES	30
CHAPITRE 1 : PRÉSENTATION DU MODÈLE THÉORIQUE	33
1. <i>LA THÉORIE DU COMPORTEMENT PLANIFIÉ COMME CADRE D'ANALYSE</i>	33
2. <i>MODÈLE CONCEPTUEL</i>	35
CHAPITRE 2 : L'ATTITUDE ET L'INTENTION DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE	36
1. <i>DÉFINITION DE L'ATTITUDE.....</i>	36
2. <i>FORMULATION DE L'HYPOTHÈSE</i>	36
CHAPITRE 3 : LA NORME SOCIALE PERÇUE ET L'INTENTION DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE	37
1. <i>DÉFINITION DE LA NORME SOCIALE PERÇUE</i>	37
2. <i>FORMULATION DE L'HYPOTHÈSE</i>	37

CHAPITRE 4 : LE CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU ET L'INTENTION DE RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE	39
1. DÉFINITION DU CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU	39
2. FORMULATION DE L'HYPOTHÈSE	39
PARTIE 3 : MÉTHODOLOGIE ET ENSEIGNEMENTS DE L'ÉTUDE.....	41
CHAPITRE 1 : MÉTHODOLOGIE	43
1. CADRE THÉORIQUE ET OPÉRATIONNALISATION DES VARIABLES.....	43
2. OUTILS DE MESURE, ÉCHANTILLON ET ADMINISTRATION DU QUESTIONNAIRE.....	44
2.1. CONSTRUCTION DE L'ÉCHELLE	44
2.2. CONSTRUCTION DE L'ÉCHANTILLON	44
2.3. TAILLE DE L'ÉCHANTILLON ET PROFIL GÉNÉRAL DES RÉPONDANTS	45
3. DÉMARCHE POUR TESTER LES HYPOTHÈSES	45
4. LIMITES MÉTHODOLOGIQUES	45
CHAPITRE 2 : RÉSULTATS.....	47
1. LES PRINCIPAUX INDICATEURS	47
1.1. LE COEFFICIENT DE DÉTERMINATION (R^2 ET R^2 AJUSTÉ).....	47
1.2. LES COEFFICIENTS DE RÉGRESSION.....	47
1.3. LE FACTEUR D'INFLATION DE LA VARIANCE (VIF)	48
1.4. LA SIGNIFICATIVITÉ GLOBALE DU MODÈLE (TEST DE FISHER – F-STATISTIC)	48
1.5. TEST DE NORMALITÉ DES RÉSIDUS.....	48
2. PRÉSENTATION DES RÉSULTATS.....	48
CHAPITRE 3 : DISCUSSIONS, APPORTS, LIMITES ET PERSPECTIVES	50
1. DISCUSSION.....	50
1.1. ATTITUDE.....	50
1.2. NORME SOCIALE PERÇUE.....	52
1.3. CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU	54
2. APPORTS THÉORIQUES	56
3. APPORTS MÉTHODOLOGIQUES.....	57
4. APPORTS MANAGÉRIAUX.....	58
4.1. AGIR SUR L'ATTITUDE : RENFORCER LA CONVICTION INDIVIDUELLE	59
4.2. LEVER LES OBSTACLES PRATIQUES.....	60
4.3. FAIRE ÉMERGER DES NORMES COLLECTIVES POSITIVES	61
5. LIMITES DE L'ÉTUDE	62
6. PERSPECTIVES DE RECHERCHE	63
CONCLUSION GÉNÉRALE	66
BIBLIOGRAPHIE	68
TABLE DES MATIÈRES.....	71

Le rôle du consommateur dans la réduction du gaspillage alimentaire en restauration collective

Résumé

Le gaspillage alimentaire en restauration collective constitue aujourd'hui un enjeu majeur pour les secteurs de l'alimentation et du développement durable. Ce mémoire analyse les facteurs psychosociaux influençant l'intention des consommateurs à réduire le gaspillage, en mobilisant la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991). L'attitude envers le gaspillage, le contrôle comportemental perçu et la norme sociale perçue apparaissent comme des déterminants clés. Les résultats montrent l'importance d'agir à la fois sur la motivation, l'environnement social et l'organisation du service. Des recommandations combinant actions pratiques et sensibilisations sont proposées pour favoriser la réduction durable du gaspillage alimentaire.

Mots clés : comportements du consommateur, théorie du comportement planifié, intention de réduire le gaspillage alimentaire

The role of consumers in reducing food waste in mass catering

Abstract

Food waste in mass catering is now a major issue for the food and sustainable development sectors. This dissertation analyses the psychosocial factors influencing consumers' intention to reduce waste, using Ajzen's (1991) theory of planned behaviour. Attitudes towards waste, perceived behavioural control and perceived social norms emerge as key determinants. The results show the importance of acting on motivation, the social environment and the organisation of the service. Recommendations combining practical action and awareness-raising are proposed to encourage a sustainable reduction in food waste.

Key words: consumer behaviour, theory of planned behaviour, intention to reduce food waste