

Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Université de Bohême du Sud à České Budějovice
Faculté d'économie
Département de gestion régionale

Mémoire de Master

Facteurs de transition vers une consommation alimentaire durable

Auteur: Bc. Marie Spáčilová

Tuteur de mémoire: doc. Ing. Kamil Pícha, Ph.D., MBA

České Budějovice 2022

Déclaration

Je déclare par la présente que, conformément à l'article 47b de la loi n° 111/1998 Coll. dans sa version en vigueur, je suis d'accord avec la publication de ma thèse de maîtrise, sous sa forme intégrale qui sera conservée dans les archives de la Faculté d'économie, sous forme électronique dans la partie accessible au public de la base de données IS STAG gérée par l'Université de Bohême du Sud à České Budějovice accessible par ses pages web. En outre, je consens à la publication électronique des commentaires de mon directeur de thèse et de mes opposants à la thèse, ainsi que du compte rendu et des résultats de la soutenance de thèse, conformément à la loi n° 111/1998 Coll. précitée. J'accepte également la comparaison du texte de ma thèse avec la base de données des thèses Theses.cz exploitée par le Registre national des thèses universitaires et un système de détection du plagiat.

Figueira da Foz, 15.08.2022

..... Marie Spáčilová

UNIVERSITY OF SOUTH BOHEMIA IN ČESKÉ BUDĚJOVICE

Faculty of Economics

Academic year: 2021/2022

ASSIGNMENT OF DIPLOMA THESIS

(project, art work, art performance)

Name and surname: Marie SPÁČILOVÁ
Personal number: E20003
Study programme: N6237 Regional and European Project Management
Branch:
Work topic: Factors of Moving Towards a Sustainable Consumption of Food
Assigning department: Department of Trade, Tourism and Languages

Theses guidelines

Objective:

The aim of the thesis is to identify the factors of sustainable food consumption, to assess the current situation and consumer attitudes and to define the potential for improving the current situation.

Methodological approach:

- Theoretical background.
- Secondary data collection.
- Data collection.
- Data analysis.
- Proposals and Conclusions.

Framework structure:

1. Introduction. Objectives.
2. Review of literature.
3. Methods.
4. Results, potentially discussion.
5. Conclusion.

X. References X. List of Annexes (if any) X. Annexes

Extent of work report: 50 – 60 pages
Extent of graphics content: As necessary
Form processing of diploma thesis: printed
Language of elaboration: French

Recommended resources:

Bricas N., Conaré D., Walsler, M. (dir). (2021). *Une écologie de l'alimentation*. Versailles, éditions Quae.
Dolan, P. (2002). The Sustainability of "Sustainable Consumption". *Journal of Macromarketing*, 22(2), 170-181.

European Commission, Directorate-General for Research and Innovation, Group of Chief Scientific Advisors, (2020). Towards a sustainable food system: moving from food as a commodity to food as more of a common good: independent expert report. Publications Office.
SAPEA, Science Advice for Policy by European Academies. (2020). *A sustainable food system for the European Union*. Berlin: SAPEA.
Vermeir, I., Weijters, B., De Houwer, J., Geuens, M., Slabbinck, H., Spruyt, A., ... & Verbeke, W. (2020). Environmentally sustainable food consumption: a review and research agenda from a goal-directed perspective. *Frontiers in psychology*, 11, 1603.

Supervisors of diploma thesis: **doc. Ing. Kamil Pícha, Ph.D.**
Department of Trade, Tourism and Languages

Date of assignment of diploma thesis: **January 27, 2022**

Submission deadline of diploma thesis: **August 15, 2022**



doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová
Dean

L.S.



Ing. Roman Švec, Ph.D.
Head of Department

Table des matières

1.	Introduction	1
2.	Consommation durable.....	2
2.1.	Développement historique et notion de la consommation durable	2
2.2.	Consommation durable de l'alimentation.....	6
2.3.	Conclusion.....	10
3.	Union européenne et la consommation durable de l'alimentation	12
3.1.	Mesures prises pour améliorer la consommation durable d'alimentation dans l'UE 12	
3.1.1.	De la ferme à la table	13
3.1.2.	Diminution des déchets alimentaires	15
3.2.	Conclusion.....	16
4.	Facteurs influençant des choix de consommateurs vers la consommation durable.....	17
4.1.	Théorie des valeurs de consommation sur la consommation durable de l'alimentation	17
4.2.	Facteurs influençant la consommation alimentaire durable.....	19
4.2.1.	Facteurs économiques	19
4.2.2.	Facteurs sociales	19
4.2.3.	Facteurs psychologiques	20
4.2.4.	Facteurs culturels.....	21
4.2.5.	Facteurs environnementaux.....	21
4.2.6.	Autres facteurs.....	22
4.3.	COVID-19 et le changement des comportements des consommateurs.....	23
4.4.	Conclusion.....	24
5.	Analyse des données secondaires	25
5.1.	Perception de la consommation durable et les points communs sur la consommation alimentaire durable.....	25
5.2.	Principaux obstacles pour la consommation alimentaire durable	27
5.3.	Améliorations des habitudes de consommation durable.....	28
6.	Méthodologie.....	29
6.1.	Questions de recherche	29
6.2.	Méthodes de recherche.....	30
6.3.	Recherche quantitative.....	31
6.3.1.	Création du questionnaire	31
6.3.2.	Envoie du questionnaire et collecte des données	34
6.3.3.	Traitement des données	35
7.	Résultats et discussion	36

7.1. Recherche quantitative	36
7.1.1. Échantillon de répondants	36
7.1.2. Evaluation.....	39
7.1.3. Conclusion.....	52
8. Conclusion.....	54
9. Références.....	55
Liste des tableaux.....	61
Liste des graphiques.....	61
Liste des annexes	61

1. Introduction

La consommation alimentaire durable devient un sujet de plus en plus important pour notre société. Ensemble avec l'augmentation de la population, plusieurs questions ont été mises en place et parmi elles, on trouve l'importance de la consommation alimentaire et comment les gens peuvent consommer plus durablement sans détruire l'environnement.

Depuis la définition officielle de la consommation durable en 1972, plusieurs initiatives, stratégies, réglementations ont été mises en place par les organisations au niveau des Etats pour réduire l'impact humain lié à la consommation durable.

Cependant, les facteurs qui sont influencés par les décisions politiques ne sont pas les seuls facteurs influençant les consommateurs dans leur choix dans la consommation alimentaire durable. Quand on parle des facteurs influençant le consommateur dans la consommation durable il faut aussi mentionner les facteurs économiques (revenu), les facteurs sociaux (statut social, influence sociale, contagion sociale), les facteurs psychologiques (attitude, les valeurs, les motivations, les facteurs culturels (style de vie, aspect démographiques), les facteurs environnementaux (connaissance environnementale, conscience environnementale, préoccupation environnementale) et bien les autres facteurs comme la santé, les préférences alimentaires ou la sensibilisation.

L'objectif de ce mémoire est d'identifier les facteurs de la consommation alimentaire durable, d'identifier la situation et les attitudes actuelles des consommateurs et de définir le potentiel d'amélioration de la situation.

Pour réaliser ce but les informations présentées dans la théorie, les données secondaires et les données de sondage récoltées chez les répondants tchèques et portugais sont comparées. Ensuite, elles sont comparées avec les données de consommateurs venant des autres pays de l'UE.

Dans le cadre de ce mémoire, la partie théorique et l'analyse des données secondaires sont présentées dans les premiers chapitres. Ensuite, la partie méthodologie est présentée. Après les résultats et la discussion sur l'évaluation, la conclusion conclut ce mémoire.

2. Consommation durable

2.1. Développement historique et notion de la consommation durable

A la suite du développement économique, technologique de la société humaine, la population a commencé rapidement à augmenter. Cet accroissement est remarquable depuis la révolution industrielle où « au cours des deux siècles suivants, la population a été multipliée par 10 environ » et a été accélérée grâce « à l'accumulation rapide des ressources, le contrôle de l'environnement et le déclin de la mortalité, et a culminé dans la seconde moitié du vingtième siècle » (Livi Bacci, 2017, p.26).

En 2022, la taille de la population mondiale est de 7,9 milliards (Fonds des Nations Unies pour la population, 2022). Selon le rapport de l'ONU (2019), il est estimé qu'en 2050, la population globale augmentera jusqu'à 9,7 milliards d'individus et ses prédictions supposent aussi qu'à la fin du 21ème siècle, la population devrait arriver au point de 10,9 milliards (p.5).

En liaison avec l'augmentation de la population, plusieurs questions ont commencé à se dessiner. Parmi celles-ci, on trouvait la question de la surpopulation, sa consommation et la durabilité qui en découlait. Car parallèlement à l'accroissement de la population, ses besoins ont augmenté de manière significative, notamment la consommation de ressources primaires, la consommation d'énergie, la consommation alimentaire. (Livi Bacci, 2017, pp. 22- 23).

A la fin des années 60, un groupe d'experts composé d'individus de professions et de nationalités différentes commence à se réunir afin de discuter des défis à venir pour la société humaine. Ce rassemblement donne naissance au Club de Rome, qui après plusieurs réunions, décide d'initier *The Project on the Predicament of Mankind* (Meadows et al., 1972, p.10). Le but principal du projet était d'analyser les problèmes actuels de la société « la pauvreté au milieu de l'abondance, la dégradation de l'environnement, la perte de confiance dans les institutions, l'expansion urbaine incontrôlée ; ... » (p.10)

En 1972, après plusieurs phases du projet, le club de Rome publie le rapport *The Limits to Growth* (ou rapport Meadows). Ce rapport arrive en pleine période faste, la fin des 30 glorieuses, et entant accélérer le débat sur les effets économiques et la croissance de la population à long terme, et comment cette croissance peut être durable (Vieille Blanchard, 2010).

The Limits to Growth se base sur le model informatique *the World3*. Il permet de suivre et prédire l'évolution entre « la population mondiale, ... », « la production industrielle, la production alimentaire, les services de santé et d'éducation, les ressources naturelles non renouvelables et la pollution » (Herrington, 2021, p. 614). Le Club de Rome y explique et présente 12 scénarios possibles. Parmi eux, celui qui « a été le plus discuté »,le scénario du *business as usual* (p. 615). Ce scénario présente que la société peut théoriquement arriver au point où le niveau de vie s'arrête sa croissance à cause de surconsommation des ressources primaires qui devient plus un plus réduits et qui a la suite limitent la production (p.615).

Les solutions pour éviter ces scénarios catastrophiques en appliquant les principes de développement durable sont apparu dans l'ouvrage *Building a Sustainable Society*. Son auteur Laster R. Brown y présente plusieurs conseils tels que le changement des comportements de société « l'utilisation de sources d'énergie renouvelables et la transmission vers l'économie verte »(Bergaglio, 2017, p.2026).

Pourtant une autre mention plus significative sur la durabilité des actions humaines est publiée en 1987, dans le rapport *Our Common Future* connu aussi comme le rapport Brundtland. Ce rapport souligne les différents problèmes environnementaux en lien avec les activités économiques, l'accroissement de la population et leurs besoins, comme dans les rapport cités dans les paragraphes précédents. Mais surtout il se focalise sur la proposition de solutions et la recherche de moyens pour résoudre ces conséquences. Le rapport donne aussi officiellement la naissance du concept de développement durable. Concernant la consommation durable, il s'axait sur les problèmes liés à la surconsommation des ressources primaires, à la consommation de l'énergie, à la consommation alimentaire, et les différences de taux de consommation entre les pays développés et pays en développement. (World Commission on Environment and Development, 1987).

Autre évènement important pour les principes de développement et consommation durable; le Sommet de la Terre de Rio de Janeiro en 1992 sur l'environnement et le développement, organisé par l' Organisation des Nations unies. L'ONU y adopte le programme d'actions *Agenda 21*, qui a eu pour but de souligner les problèmes de la fin du 20ème siècle mais surtout les obstacles qui vont suivre dans le 21ème siècle (p.3). Dans sa première section Dimension sociale et économique, le quatrième chapitre mentionne du *Changement des modes de consommation* qui est basé sur deux domaines du programme (ONU, 1993).

Le premier domaine du programme, *Examen des modes de production et de consommation insoutenables à terme* a deux objectifs : la promotion de la consommation et la production plus durable pour réduire son impact sur l'environnement et répondre aux besoins de la population humaine d'une part et une meilleure compréhension du rôle de la consommation durable et comment le mettre en pratique (ONU, 1993). Pour accomplir ces objectifs, plusieurs actions ont été présentées. Concernant la consommation, il fallait promouvoir une vision commune de consommation durable au niveau international et guider les pays pour pouvoir établir des modèles de consommation durable, renforcer la recherche au niveau international sur la consommation, développer et appliquer de nouvelles stratégies pour le changement de mode de vie vers le chemin plus durable (ONU, 1993).

Le deuxième domaine du programme, *Elaboration de politiques et stratégies nationales propres à encourager la modification des modes de production et de consommation insoutenables à terme*, contient trois objectives. Ensemble avec la production, elle veut mieux produire et réduire le gaspillage. Créer une véritable politique intérieure qui encourage les modèles plus durable de production et de consommation. Renforcer la transmission des technologie dans les pays en développement. Les actions contenant la consommation voulaient réduire et innover la consommation énergétique dans le processus de la production, informer le public sur les conséquence de leur choix sur leur consommation, leur comportement et leurs impacts ; prendre en compte l'importance du secteur public qui influence la consommation, renforcer les actions gouvernementales et le secteur privé concernant la sensibilisation du public grâce à l'éducation, aux programmes stratégiques , etc.(ONU, 1993)

Deux ans après l'adoption de l'*Agenda 21*, en 1994, la consommation durable est officiellement définie au congrès du Symposium d'Oslo. Selon la définition, la consommation durable est définie comme « l'utilisation de biens et de services qui répondent aux besoins fondamentaux et apportent une meilleure qualité de vie, tout en en minimisant l'utilisation des ressources naturelles, ... » (Roy, 2020, p. 56). Et par la suite, pendant le Sommet mondial sur le développement durable de l'ONU à Johannesburg en 2002, le concept de consommation durable « a été officiellement reconnu et adopté » (ONU, s. d.).

En 2015, l'ONU a présenté la publication *Transforming our world : the 2030 Agenda for Sustainable Development*. Dans cette publication, l'ONU présente 17 Objectifs de développement durable (ODD) et leurs 169 cibles. Tous les objectifs sont connectés, applicables dans les pays membre de l'ONU et atteignables à l'horizon 2030 (Département des affaires économiques et sociales de l'ONU, 2016).

Parmi les ODD, le douzième met l'accent sur la consommation et production responsables. Ses cibles sont par exemple la gestion de consommation des ressources plus durable; la réduction de la génération des déchets et le prolongement de leur cycle de vie en appliquant les principes du recyclage;; la réduction des volumes des déchets et pertes alimentaires ; la diffusion des information propre au public sur les pratiques plus durable (Département des affaires économiques et sociales de l'ONU, 2016).

Aujourd'hui, en 2022, malgré la pandémie du COVID-19, les questions sur le futur de développement durable et de consommation durable n'ont pas arrêté de circuler et cette épidémie a créé de nouveaux enjeux. Selon l'étude de Wang et Huang (2021), la pandémie du COVID-19 n'a pas seulement affecté négativement la société humaine et ses actions. Elle a aussi impacté les trois piliers du développement durable comme par exemple la production alimentaire, la production énergétique, la diminution des activités économiques, la mobilité pourtant en revanche ces conséquences ont diminué la production des émission de CO₂ ou ont développé le débat sur la consommation d'énergie renouvelable. (pp. 9-11).

2.2. Consommation durable de l'alimentation

En étudiant la relation entre développement durable et l'alimentation, l'alimentation durable peut être définie selon plusieurs critères. Elle est l'alimentation qui est produite sans détruire l'environnement en limitant la surproduction, l'utilisation de pesticides, et la consommation des produits hors- saison ; C'est aussi celle qui choisit de réduire la distance entre producteur et consommateur; réduire les emballages des aliments qui ne seront pas réutilisé ou recyclés ; ou qui limite l'offre et la consommation de certains produit par des quotas, notamment dans le filières de pêche (Mathé, 2009, p.26).

Comme pour la consommation durable, le sujet de l'alimentation a été très discuté. A la suite de l'augmentation de la population, qui est expliquée dans la partie précédente, une des questions les plus cités et celle de la sécurité alimentaire et comment peut-on consommer plus durablement sans détruire la Terre et ses écosystèmes (World Commission on Environment and Development, 1987, chap.5).

Depuis le 1960, « la production de céréale a triplé, l'utilisation des produits fertilisants a été multipliée par neuf, alors même que la surface des terres cultivées n'a pas changé » (Livi Bacci, 2017, p.260). En conséquence, la production alimentaire globale consomme environ 30% de l'énergie mondiale juste pour produire la nourriture et est également responsable de plus que 20% des production de gaz à effet de serre (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, 2011a).

Cependant, la consommation durable de l'alimentation et son développement ne sont pas seulement exposées à ces obstacles. Pour certains pays, la consommation des calories augmente et la population qui a les moyens pour consommer, consomme plus de nourriture que ce qu'elle a besoin (Département des affaires économiques et sociales des Nations unies, 2015, p.138).

Dans le monde, un tiers de l'alimentation produite est jeté, cet obstacle est principalement présent dans les premiers stades de production, « récolte, transformation et distribution » (Programme des Nations Unies pour l'environnement 2015, n.p.). Les causes des pertes alimentaires sont assez variées. Dans les pays en développement les pertes alimentaires sont principalement causées par des obstacles financiers, technologiques, climatiques. Pourtant dans les pays développés ces pertes sont notamment causées par la consommation des ménages mais aussi au niveau des relations entre des producteurs et des magasins qui n'acceptent pas les produits hors normes, telles que l'apparence ou la forme souhaitées (Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, 2011b, pp. 2-4).

Aussi les choix de régime alimentaire jouent un rôle dans la consommation durable de l'alimentation. Les prédictions des analystes estiment que d'ici 2050 la consommation de viande devrait augmenter de 95%, et la part des produits d'origine animale de 80%. En conséquence, cela devrait entraîner une augmentation des émissions de gaz à effet de serre de l'ordre de 80%, toujours à l'horizon 2050 (Comité permanent de la nutrition du système des Nations Unies, 2017, p.11).

Pour accélérer la transition vers des habitudes de consommation alimentaire plus saine et plus durable, limiter le gaspillage alimentaire, réduire son empreinte carbone ou juste pour manger plus sain, il existe plusieurs solutions. Pour prévenir le gaspillage alimentaire, l'étude de l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (2011b) propose plusieurs réponses aux causes du gaspillage de la nourriture.

Dans le cas de la surproduction alimentaire, certains producteurs produisent plus pour se prévenir des pertes économiques liés au stockage ou au transport des marchandises, mais aussi la transformation, la gestion ou la distribution des biens. Associé avec des prix d'achats des distributeurs bas, ils se retrouvent dans des situations où leurs produits ne peuvent pas être vendus sur les circuits conventionnels. Les producteurs choisissent alors l'option de vendre leur production « au processeurs ou pour l'alimentation animale ». Pour prévenir ce type de gaspillage, le développement des relations plus proches entre les producteurs doit être mis en place pour favoriser leur coopération et prévenir la surproduction (Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, 2011b, p.10).

Pour réduire les pertes alimentaires causées par les produits hors normes, il faut pousser la coopération entre producteurs et distributeurs. Beaucoup trop d'aliments ne peuvent être vendus aux supermarchés à cause du haut standard de consommateurs. Il faut donc donner la possibilité au consommateur d'avoir ces produits hors normes sur les étalages. Les consommateurs sont assez ouverts, et serait prêt à accepter ces produits si ils ont la même qualité nutritionnelle que ceux déjà proposés (Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, 2011b, p.11).

Un autre solution peut être aussi la création de réseaux de producteurs plus proche de leurs consommateurs, telle que les marché ou les magasins spécialisés se baant sur le circuit court. Là les consommateurs ont la possibilité de voir de vrais produits de toutes les formes, en quantité et de qualité. Cette approche diminue aussi la distance être les producteurs et les consommateurs, permets de créer du lien social avec le monde paysan et sensibilise plus les consommateurs avec l'offre de produits locaux et saisonniers (Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, 2011b, p.11, Comité permanent de la nutrition du système des Nations Unies, 2017, p. 16).

Une autre problématique de la consommation durable pour laquelle il existe des solutions « rapide » est celle de l'alimentation et les habitudes alimentaires. Selon plusieurs études, Nemecek et al.(2016) déclarent que pour diminuer l'impact des habitudes alimentaires, il faut diminuer la consommation des produits animaux dans notre régime alimentaire, surtout la viande. Si la solution d'alimentation alternative est appliquée, il pourra diminuer 60% de son impact. (p.610).

Pour réaliser ce changement plusieurs alternatives des régimes alimentaire peuvent être proposées comme « les régimes méditerranéen, pesco-végétarien et végétarien » qui réduisent considérablement la production des émissions mais aussi ont des bénéfices pour la santé humaine. Et de la même façon qu'il faut changer les habitudes alimentaires, il faut aussi adapter l'offre des aliments plus durable (Comité permanent de la nutrition du système des Nations Unies, 2017, p.12, 15).

Dans les cas de ces deux problématiques présentées, le gaspillage alimentaire et les régimes alimentaires, il faut bien informer et sensibiliser le public, tout en mettant en place des stratégies au niveau local et international. C'est d'autant plus vrai que dans les pays riches l'offre des produits, de l'alimentation et aussi leur consommation sont bien plus élevé que dans les pays en développement. Il s'ensuit que dans les pays riches les habitudes des régimes alimentaires et le gaspillage de la nourriture sont sans limites (Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, 2011b, p.14, Comité permanent de la nutrition du système des Nations Unies, 2017, p. 16).

2.3. Conclusion

Comme facteurs qui dirigent la société vers une consommation plus raisonnable de l'alimentation, le chapitre 2 mentionne la conscience de la société, et les actions menées par les grandes acteurs au niveau international vers la consommation durable et les solutions aux obstacles liés à la consommation des aliments .

Dans la première partie de ce chapitre, la notion de consommation durable et sa définition historique a été développée. Cette partie a brièvement présenté quelles conséquences et quelles motivations ont dirigé la société humaine vers une consommation plus durable. La deuxième partie s'est concentrée plus précisément sur la consommation durable de l'alimentation et les obstacles et leurs solutions pour mieux consommer les aliments tout en réduisant leur impact sur la Terre. Dans les prochains paragraphes le chapitre 2 et ses parties seront brièvement résumés.

Depuis le moment où la population a commencé à augmenter grâce au progrès économique et technologique, nos besoins ont évolué et se sont multipliés. En liaison avec la croissance de population, la société humaine a eu besoin de plus d'énergie pour produire ses produits, et produire plus de nourriture pour pouvoir se nourrir.

Les programmes des organisations transnationales nous montre qu'ils ont compris l'importance de tous ces problèmes, liés à la surconsommation de nos ressources et leur production. Et à la suite de plusieurs publications de rapports et stratégies comme par exemple le *rapport de Brundtland*, l'*Agenda 21* ou la publication *Transforming our world : the 2030 Agenda for Sustainable Development*, ces rapports ont définis des stratégies et un cadre pour la consommation durable.

L'alimentation durable occupe un point important du débats surtout en connexion avec la croissance de la population et ses besoins. Puisque pour satisfaire ces besoins, il faut produire toujours plus et donc adopter de nouvelle stratégie, l'augmentation des missions en lien avec la production alimentaire s'est surtout centré autour des régimes alimentaires tels que la consommation de viande ou le gaspillage alimentaire généré.

En réaction à ces obstacles, plusieurs solutions sont proposées et appliquées pour réduire l'impact de la surconsommation alimentaire. Pour ce qui est du gaspillage alimentaire, il faut améliorer les relations entre consommateurs et distributeurs. Et pour réduire les émissions causées par la production de la viande, il est conseillé de changer ses habitudes alimentaires vers des régimes alimentaires plus sains et meilleurs pour la santé.

Les prochains mois et années vont montrer comment la société humaine est capable de s'adapter et de continuer son chemin vers une vie plus durable, surtout maintenant après avoir traversé la crise sanitaire et les prochains enjeux qui vont suivre.

3. Union européenne et la consommation durable de l'alimentation

3.1. Mesures prises pour améliorer la consommation durable d'alimentation dans l'UE

Pour pouvoir mieux consommer l'alimentation dans la zone de l'Union européenne tout d'abord il fallait développer et adapter la production agricole plus durable. Ce qui signifie celle qui permet consommer les aliments qui sont moins dangereux ou sans danger pour des consommateurs et aussi également pour les écosystèmes où ils sont produits, distribués et consommés.

La première initiative qui a pu réunir l'idée de la production commune agricole date depuis 1962 où la politique agricole commune (PAC) a été créée. Elle a eu son but de supporter et protéger des agricultures, établir la production agricole plus respectueuse pour l'environnement, protéger les zones rurales et leurs paysages (Directorate - General for Agriculture and Rural Development, 2022).

Depuis la création de PAC, beaucoup a changé au niveau de la production mais aussi au niveau de la consommation. A la fin de 20^{ème} siècle les états membres de l'UE ont mis plus accent sur l'importance de la durabilité et la sécurité alimentaire. La nécessité de la création de sécurité alimentaire dans l'UE a été mis en place après le scandale sanitaire de la « vache folle ». En réaction pour pouvoir prévenir de ces types de danger pour le système alimentaire « Commission européenne quatre ans après le scandale, en 2000, publie un livre blanc sur la sécurité alimentaire, appelant la création d'une autorité européenne dédiée (AESAs) » (Bureau et al., 2015, pp. 4 -5).

En 2001, la Commission européenne a adopté la *Stratégie européenne de développement durable* qui a été renouvelée la dernière fois en 2016, a eu le 10 objectives comme par exemple consommation et production durable, changement climatique et énergie, ressources naturels, etc... Dans le report de Eurostat publié en 2013, qui évalue le développement de cette stratégie. Le report mentionne dans la partie sur la consommation durable et la production, la croissance importante de la consommation de produits du agriculture biologique dans l'UE qui a depuis 2000 jusqu'à 2018 triplé le nombre les surface cultivées en bio à travers l'UE (European Commission - Eurostat, 2014, p. 94 ; Le Douarin, 2020, p.8).

En 2019, l'UE a adopté le *Pacte vert pour l'Europe* qui a parmi ces objectifs telle que la réduction des émissions de gaz à effet de serre d'au moins 55% d'ici à 2030 et fait l'Europe le premier continent neutre d'ici à 2050. Parmi ces les plusieurs objectives qui permettent accomplir cette vision ambitieuse, il y a des objectifs liés à la production agricole. Ces objectives mettent en évidence la production plus respectueuse pour l'environnement, la diminution les émissions de CO₂ liées à la production et la consommation des aliments, le système alimentaire plus résistante et la transition global vers la durabilité compétitive (Commission européenne, 2019) et pour pouvoir les accomplir, la stratégie de la ferme à la table a été créée.

3.1.1. De la ferme à la table

Pour pouvoir répondre aux besoins de la transition vers un système alimentaire plus viable et pour créer une alimentation plus durable, les producteurs et les consommateurs devront chercher à diminuer le poids de l'impact environnemental de la production et la consommation sur les écosystèmes. Vers la fin de l'année 2019, la Commission européenne a présenté la communication du *Pacte vert* qui a introduit pour la première fois la *stratégie de la ferme à la table*. Puis en mai 2020, cette stratégie a été publiée officiellement. (Commission européen, 2020a).

Le but de la *stratégie de la ferme à la table* est « d'améliorer les modes de vie, la santé et l'environnement » en innovant et perfectionnant le système alimentaire européen (Commission européen, 2020b, p. 2). En 2020, 27 mesures législatives et non législatives ont été présentées afin de pouvoir accomplir cette vision. L'adoption de cette stratégie a pour objectif d'être réalisés au cours de la période 2020 et 2024. Parmi ces mesures, on trouve la création de législation pour des systèmes alimentaires durables ; le développement de plan d'intervention pour garantir l'approvisionnement et la sécurité alimentaires ; la garantie de la production alimentaire durable; l'encouragement des pratiques durables dans les domaines de la transformation des aliments, du commerce de gros, du commerce de détail, de l'hôtellerie et des services alimentaires ; la promotion de la consommation durable, faciliter le transfert vers des régimes sains et durable ; la réduction des pertes et déchets alimentaires (Commission européenne, 2020c, n.p.).

En lien avec les 27 mesures brièvement présentées dans le paragraphe précédant de nombreuses actions visant à diminuer l'impact de la production alimentaire sont proposées. Comme par exemple les objectifs à accomplir d'ici 2030 comme la diminution de 50% de pesticides, la diminution au moins de 20 % de l'utilisation des

fertilisants, la réduction de 50% de ventes de produit antimicrobiens pour les animaux dans le secteurs agroalimentaire, l'augmentation des zones appliquent les principes de la production biologique et la croissance de l'aquaculture biologique. (Rossi, 2020, n.p).

D'autres zones d'actions sont également proposées comme par exemple l'application de l'économie circulaire biosourcée dans le secteur agricole et l'utilisation des énergies renouvelables pour la production, l'amélioration de la santé des animaux d'élevage et les plantes, la création et le support de nouveaux « éco -schèmes » dans l'agriculture et plein autres propositions, citées dans la *stratégie de la ferme à la table* (Rossi, 2020, n.p).

En se concentrant sur les actions de la consommation durable de l'alimentation dans la *stratégie de la ferme à la table* , on peut citer l'amélioration des comportements durables chez les consommateur des états membres de l'UE. Concrètement il est proposé de mieux informer les consommateur en utilisant un meilleur système d'étiquetages des produits alimentaires. Ce qui dans la pratique signifie harmoniser les étiquettes ; indiquer obligatoirement l'origine des produits et créer « un cadre d'étiquetage durable » qui informera plus par rapport aux caractéristiques nutritionnelles, climatiques, environnementaux et sociaux de produits. » Ensuite il est suggéré d'améliorer la disposition des produits durable , leur prix et appliquer les avantages fiscaux sur les produit alimentaire durable. Comme la dernière mention de la consommation durable, il est également important de mentionner le gaspillage alimentaire causé par le manque d'information sur la marquage des dates de consommation de produits alimentaires telles que dates limites de consommation et de péremption .et à consommer de préférence avant (Commission européen, 2020a, pp. 14, 15, Rossi, 2020, n.p.).

3.1.2. Diminution des déchets alimentaires

Un autre problématique contre laquelle l'UE essaie de trouver les solutions est la réduction de pertes et gaspillage alimentaires car à travers de l'UE « environ 87,6 millions de tonnes de denrées alimentaires sont perdues ou gaspillées chaque année » (Conseil de l'UE et du Conseil européen, 2021). Comme il est mentionné dans la partie précédente, une des parties de la stratégie de la ferme à la table qui est destinée à cette problématique pourtant cette partie à son but décrire plus détaillé les mesures par l'UE.

Pour lutter contre le problème de pertes, gaspillage et les déchets alimentaires dans l'UE, l'UE a établie plusieurs modifications dans ses actions et adopté de nouvelles stratégies et mesures. En 2012 ; la Commission européenne a créé un groupe travaillant sur le sujet des pertes et déchets alimentaires . Quatre ans plus tard, et la plateforme européenne sur les pertes alimentaires et déchets alimentaires a été créé et son but est regroupé des acteurs différents et « les soutenir pour pouvoir définir des mesures visant à prévenir le gaspillage alimentaire » (Laaninen & Calasso, 2020, p.5).

En 2018, a été adopté la Directive (UE) 2018 du Parlement européen et du Conseil du 30 mai 2018 modifiant la directive 2008/98/CE relative aux déchets. Le défi concentrant le déchets alimentaire de celle de 2008 a été que cette directive se basse sur les autres problématiques de la production at la gestion de déchets sans avoir mentionné les déchets alimentaires En soulignant la liaison avec les objectives des développement durable de l'ONU, la Directive (EU) 2018/851conseille aux Etats membres d'agir à la problématique de déchets alimentaires et les réduire dans tout le cycle de vie « à l'échelle de l'Union de 30 % d'ici à 2025 et de 50 % d'ici à 2030 » (paragraphe 31). Il est aussi recommandé que les Etats membres devraient adopter les mesures sur sensibilisation de la prévention des déchets alimentaires chez de consommateurs, prévenir et mettre en place la stratégie de redistribution déchets alimentaire cause par les produits invendus. (Directive (EU) 2018/851, 2018).

3.2. Conclusion

Dans le chapitre 3, les problématiques et les mesures appliquées dans l'UE pour améliorer la consommation alimentaire sont principalement présentés. Depuis la création de la politique agricole commune en 1962 jusqu'à la adoption et l'implémentation de la *stratégie de la ferme à la table* en 2020, beaucoup a changé et évolué. Ces actions ont permis adapter le système alimentaire, fait le plus résistant, plus compétitif, plus durable pour tous pour les producteurs, les consommateurs et pour les écosystèmes, mais aussi ils ont permis de produire et consommer les aliments qui sont plus sains et moins dangereux pour les citoyens et pour l'environnement.

4. Facteurs influençant des choix de consommateurs vers la consommation durable

4.1. Théorie des valeurs de consommation sur la consommation durable de l'alimentation

Selon l'article de Lee et al. (2015), les choix de consommateurs qui consomment durablement en faveur pour l'environnement, leurs choix sont influencés par plusieurs valeurs de consommation telles que la valeur fonctionnelle, la valeur sociale, la valeur épistémique et la valeur émotionnelle¹ (Lee et al., 2015, p. 598). Pour trouver les motives de la consommation durable de l'alimentation en appliquent ces valeurs de consommation, l'exemple des produits d'agriculture organique ont été choisi comme le représentants de l'alimentation durable qui a sa définition est dans le chapitre 2.2. et qui a beaucoup de point communs avec l'alimentation durable d'origine biologique.

De point de vue de théorie de valeurs de consommation, la valeur fonctionnelle peut être définie comme la valeur qui est « mesurée par l'utilité perçue dérivée d'une capacité alternative de performance physique en ce qui concerne le prix, la durabilité, la permanence, la fiabilité et la qualité » (Tanrikulu, 2021, p.1178). Dans le cas des aliments d'origine organique, la valeur fonctionnelle est déterminée par « la qualité, l'absence d'ingrédients toxiques, l'aspect sensoriel, la sécurité alimentaire, la valeur nutritionnelle, le contenu naturel, fraîcheur,... » et parmi les autres valeurs il s'agit d'une qui a la plus grande importance dans le choix de consommateurs grâce à point positive sur la santé des consommateurs des produits « sains », d'origine biologique (Kushwah et al., 2019, p.6).

La valeur sociale est influencée par les choix des critères d'origine subjective comme des valeurs sociales de l'individue (Roy, 2020, p.55). Ou par les caractéristiques « démographiques, socio-économiques et culturels-ethniques » des groupes sociaux qui positivement ou négativement influencent l'individue, le consommateur (Tanrikulu, 2021, p.1178). Le consommateur qui fait des choix pour les produits organiques, fait ses décisions par rapport aux expériences personnels ou les groupes sociaux dans lesquels le consommateurs appartient, dans ses choix il est aussi dirigé par « les recommandations,

¹ Dans leur recherche, ils n'utilisent pas la valeur conditionnelle qui est mentionnée dans les paragraphes suivants comme les autres valeurs de consommation.

l'approbation sociale, le souci de la réputation et l'identité personnelle » (Kushwah et al., 2019, p. 6).

Ensuite, le consommateur qui fait ses décisions en appliquant la valeur émotionnelle, il se décide en fonction de ses émotions. Dans le contexte de consommation durable, les choix sont faits par rapport aux émotions liées à l'environnement et l'impact des produits achetés et consommés (Roy, 2020, p.55).

La valeur épistémique peut être déterminée par l'utilité en lien de « la capacité d'une alternative à éveiller la curiosité, à apporter de la nouveauté et à satisfaire un désir de connaissance » (Tanrikulu, 2021, p.1178). Les éléments qui influencent les consommateurs en faisant des choix des aliments biologiques sont tels que la « la nostalgie, la popularité, les connaissances et la familiarité avec l'alimentation biologique » (Kushwah et al., 2019, p. 7).

Et finalement, la dernière des valeurs de consommation, est la valeur conditionnelle qui est prise par le consommateur dans les situations particulières où le consommateur doit être exposé à plusieurs circonstances et est obligé de faire ses choix alternatifs. (Tanrikulu, 2021, p.1178). De point de vue de consommation durable de l'alimentation, les choix des aliments sont faits par rapport au « ..., nombre des personnes dans le même ménage, le risque de pollution locale » (Kushwah et al., 2019, p. 7).

4.2. Facteurs influençant la consommation alimentaire durable

En combinant les facteurs qui influencent des comportements des consommateurs dans la consommation durable et dans la consommation alimentaire, les suivantes déterminants ont été regroupés pour pouvoir créer les facteurs influençant la consommation durable de l'alimentation. Selon les études de Mor & Sethia (2013), Ayoun & Ghallab (2017) et le mémoire de Lambert De Francesch (2021) ces facteurs ont été déterminés.

4.2.1. Facteurs économiques

- **Revenu**

Le revenu influence remarquablement le comportement des consommateurs. Il permet au consommateur de payer des services ou des biens comme la nourriture par exemple. La dépendance de la consommation sur le revenu et être expliquée en principe, tel que comment le montant de revenue de consommateur change, sa consommation va aussi changer (Mor & Sethia, 2013, p.16). Dans la recherche de Ayoun & Ghallab (2017), les auteurs mentionnent que le revenu peut être considéré comme un « facteur prédictif positif du comportement des achats verts » (p.1027).

4.2.2. Facteurs sociales

- **Statut social**

Le statut social peut être défini comme « la hiérarchisation des individus en classes sociales issue de la stratification sociale selon des facteurs statutaires spécifiques incluant la richesse, le pouvoir et le prestige » (Ayoun & Ghallab, 2017 , p.1022).

- **Influence sociale**

Selon Rashotte (2007) l'influence sociale peut être définie « comme un changement dans les pensées, les sentiments, les attitudes ou les comportements d'un individu qui résulte de l'interaction avec un autre individu ou un groupe » (p.1) et parlant les groupes sociaux, les choix de consommateurs sont aussi influencé par les groupes sociaux qui « entoure l'individu comme la famille, les amis », les partenaires , les collègues de travail...(Ayoun & Ghallab , 2017, p.1023).

- **Contagion sociale**

Un autre facteur qui est intéressant à présenter parmi les facteurs sociaux, est la contagion sociale. L'article d' Ayoun & Ghallab (2017) présente ce facteur comme un concept dans lequel « un individu ou un grand nombre de personnes imitent le comportement d'une personne spécifique qu'ils considèrent « comme modèle » » (p.1023). Les auteurs aussi mentionnent un exemple de « la mode de consommation de produits Bio » qui peut être intéressant comme un exemple de la contagion sociale(p.1023).

4.2.3. Facteurs psychologiques

- **Attitude**

De point de vue psychologue sur la consommation durable, l'attitude influence le consommateur dans ses choix de consommation. Dans le mémoire de Lambert De Francesch (2021), l'auteure explique l'le principe de l'expérience de la consommation qui influence les futur comportement de consommateur que peuvent « positifs, négatifs ou neutres »(p.27). Ifeanyichukwu & Nwaizugbo soulignent (2020) que « les attitudes positives à l'égard de la protection de l'environnement, du commerce équitable et de la production locale sont également des facilitateurs majeurs de la consommation durable » (p.35).

- **Valuers**

Les valeurs sont également un des facteurs qui influencent le consommateur. Les valeurs peuvent être définisses comme « un ensemble de croyances qui influencent les comportements et les attitudes des individus » (Lambert De Francesch ; 2021,p.28). Regardant la consommation alimentaire les valeurs peuvent influencée positivement le consommateur vers la consommation durable de l'alimentation, comme par exemple l'affichage des labels bio (p.29).

- **Motivations**

En liaison avec le santé, les consommateurs ont plus en plus de motivation d'être plus vigilant de et « adopter les pratiques de régimes alimentaire plus sains » (Lambert De Francesch ; 2021,p.30). Ces motivations diriger aussi vers le choix de aliments pas seulement moins dangereux pour la santé mais aussi moins dangereux pour l'environnement.

4.2.4. Facteurs culturels

- **Style de vie**

Le style de vie peut être défini comme des comportements communs d'un groupe sociale qui est influencé par d'un ensemble de variables liées aux valeurs, aux comportements et aux opinions des individus, et chaque type regroupe des individus relativement proches les uns des autres (Ayoun & Ghallab ; 2017, pp.1020, 1021).

- **Aspects démographiques**

Les aspects démographiques sont un des facteurs importants qui influence le comportement de consommateur et qui lui influencent à travers le sexe, l'âge, le statut matrimonial, etc. (Mor & Sethia, 2020, p.16).

4.2.5. Facteurs environnementaux

- **Connaissance environnementale**

La connaissance environnementale chez les consommateurs peut être définie comme « la connaissance des faits, des concepts et des relations concernant l'environnement et ses principaux écosystèmes » (Fryxell & Lo, 2003, p.48). Cette connaissance permet le consommateur de faire les choix plus attentivement en faveur pur l'environnement et « d'être plus vigilant aux choses qui l'affectent » (Ayoun & Ghallab ; 2017, p.1024).

- **Conscience environnementale**

Un autre facteur environnemental influencent les comportements de consommateurs est la conscience environnementale. Le consommateur ayant la conscience environnementale est intéressé par les questions environnementales et ce consommateur est capable « d'adopter un comportement d'achat cohérent avec la conservation des écosystèmes » (Binninger & Robert, 2008 , p.53).

- **Préoccupation environnementale**

La préoccupation environnemental peut aussi être un des facteur influençant le consommateur dans ses choix. Influencé par divers problèmes écologiques liés à l'activité humaine, comme par exemple le réchauffement climatique, les catastrophes naturelles, la pollution d'air, la pollution de l'eau, la diminution de la biodiversité, le consommateur est plus sensible dans ses choix de consommation et essayer de réduire son impact (Ayoun & Ghallab ; 2017, p.1025 ; Sédillot, 2021).

4.2.6. Autres facteurs

- **Bien-être et santé**

Le consommateur fait aussi ses choix par rapport de sa santé et son bien être : Pour mieux consommer l'alimentation il fait plus d'attention à la qualité ; les ingrédients ; d'origine des produits consommés (Ayoun & Ghallab ; 2017, p.1025 ; Ifeanyichukwu & Nwaizugbo, 2020, p.38).

- **Préférence alimentaire**

Un autre facteur est observé chez les consommateurs, celui de la préférence alimentaire qui peut être déterminé par l'âge de consommateur, son entourage social et ses habitudes alimentaires, par son désir et les intérêts individuels ; etc... (Lambert De Francesch ; 2021) .

- **Information**

Comment le consommateur est influencé dans ses choix grâce aux informations, est aussi important à inclure comme un des facteurs. Dans le monde aujourd'hui le consommateur n'est pas seulement influencé par les informations qui peuvent être transférées dans la famille, parmi les amies ou les groupe sociaux qui lui entourent mais aussi par les médias ; les réseaux sociaux et les influenceurs , la publicité : Dans le mémoire Lambert De Francesch (2021) il y aussi la mentionne des exemples comment les gens célèbres sont capable changer même des habitudes alimentaire « de leur admirateurs » (pp.39,40).

4.3.COVID-19 et le changement des comportements des consommateurs

Un des facteurs qui a changé et influencé la consommation et des comportement des consommateur qu'il faut mentionner dans ce chapitre a été la pandémie de COVID-19. Depuis la fin de 2019, le début de la pandémie, les consommateurs ont commencé à consommer autrement qu'avant et plusieurs impacts sur leur comportement ont été observé. Les consommateurs ont acheté plus pour faire des réserves en réaction à la crise sanitaire et pour éviter les visites de magasins, ils devaient improviser, ils ont utilisée plus qu'avant la pandémie des outils numériques pour effectuer ses courses et la livraison des magasins à domicile a enregistré un grand développement et croissance (Leal Filho et al., 2022, p. 3,).

Un autre conséquence a été l'augmentation de prix de produits alimentaires qui a été causé par une hausse demande de la nourriture en réaction à la pandémie de COVID-19 et le peur qui peut suivre dont les gens ont acheté plus pour pouvoir avoir des stocks de la nourriture (Dubois, 2021) Mais des conséquences n'ont pas été seulement négatives. Par rapport de facteur environnemental dans la consommation alimentaire, d'après la recherche de Orîndaru et al. (2021) les consommateurs consomment plus durablement et plus sains qu'avant la pandémie (p.6) et ils ont aussi consommé plus localement et chez petit producteurs (Dubois, 2021). Un autre conséquence positive de la pandémie a été observé les déchets alimentaires sont remarquablement diminué. (Oliveira et al., 2021, p.3).

4.4. Conclusion

Le chapitre 4 présente globalement les valeurs et les facteurs qui influencent le consommateur dans ses choix.

Dans les choix des consommateurs qui consomment durablement, leurs choix sont influencés par plusieurs valeurs de consommation telles que la valeur fonctionnelle, la valeur sociale, la valeur épistémique, la valeur émotionnelle et la valeur conditionnelle.

La valeur fonctionnelle peut être déterminée par les attributs comme par exemple la qualité, l'absence d'ingrédients toxiques, l'aspect sensoriel, la sécurité alimentaire, etc. La théorie des valeurs sociales, est influencé dans ses décisions par les expériences personnelles ou les groupes sociaux auxquels le consommateur appartient. Ainsi, comme l'indique le nom de la valeur émotionnelle, le consommateur qui prend des décisions en appliquant cette valeur, décide en fonction de ses émotions. La valeur épistémique est influencée par des éléments tels que la nostalgie, la popularité, etc. Et enfin, la dernière des valeurs de consommation, est la valeur conditionnelle qui est prise par les consommateurs dans des situations particulières où le consommateur doit être exposé à plusieurs circonstances et est choisir de faire des choix alternatifs.

Concernant les facteurs qui influencent la consommation alimentaire durable, certains déterminent le comportement durable de consommateurs. Les facteurs peuvent être divisés dans plusieurs catégories comprenant les éléments différents, comme les facteurs économiques (revenu), les facteurs sociaux (statut social, influence sociale, contagion sociale), les facteurs psychologiques (statut social, influence sociale, contagion sociale), les facteurs culturels (style de vie, aspects démographiques), les facteurs environnementaux (connaissance environnementale, conscience environnementale, préoccupation environnementale) ou encore comme d'autres facteurs comme la santé, les préférences alimentaire ou la sensibilisation.

5. Analyse des données secondaires

Ce chapitre a pour but d'élargir la partie théorique en présentant les données collectées par les autres auteurs sur le même sujet de la consommation durable alimentaire. Ces études présentent et analysent principalement les comportements des consommateurs des pays de l'UE.

5.1. Perception de la consommation durable et les points communs sur la consommation alimentaire durable

En se focalisant sur la perception générale de la consommation durable chez la population selon la recherche, la jeune population est plus sensibilisée aux questions environnementales, les femmes sont plus intéressées dans « les démarches éco responsables » que les hommes (Institut National de la Consommation & Zero Waste France, 2020, p.6).

Selon l'analyse des données collectées de 1000 répondants de 11 Etats membres de l'UE², sur les consommateurs européens et leurs attitudes envers l'alimentation durable publié en 2020 par de Bureau Européen des Unions de Consommateurs, il est intéressant de regarder les réponses à la première question pour savoir si les gens ont une conscience concernant leur habitudes alimentaires et de l'impact négatif sur l'environnement. Le résultat est que seulement 10% des répondants sont conscients de l'impact négatif sur l'environnement (p.19).

Quand on parle de la consommation alimentaire durable dans l'UE, selon l'enquête menée par Kantar pour la Commission européenne en 2020, les citoyens européens (l'échantillon de 27237 répondants) mettent en avant les trois attributs suivants : le goût (45%), la sécurité alimentaire (42%) et le coût (40%). Les autres attributs souvent mentionnés ont aussi été l'origine, la transformation minimale, l'éthique de l'élevage, etc... (p.5).

De même, les données de la même enquête dans le paragraphe précédent; mentionnent que les citoyens européens perçoivent la nourriture durable « lorsqu'il est nutritif et sain (41 %), qu'il a été produit avec peu ou pas de pesticides (32 %) et qu'il est abordable pour

² Les zones de recherche : Autriche, Belgique, Allemagne, Grèce, Italie, Lituanie, les Pays-Bas, Portugal, Slovaquie, Slovénie et Espagne)

tous (29 %) » et les consommateurs européens perçoivent l'importance dans les chaînes locales et courtes et dans l'impact faible de l'alimentation sur l'environnement (p.5).

En regardant ces données, ces phénomènes de perception influencent également le comportement d'achat des aliments et à travers l'UE la croissance des produits organiques achetés entre 2009 et 2019, les ventes des produits biologiques ont augmenté de 128% et les consommateurs s'informent de mieux en mieux grâce aux logos de produits biologiques (Directorate-General for Agriculture and Rural Development, s. d.).

Les autres points très importants concernant l'alimentation durable est l'attribut de la nourriture saine pour la santé humaine (74%), le support à l'économie locale (50%), la maîtrise des déchets alimentaires, le support équitable des employés dans les secteurs alimentaires (39%) et la protection de l'environnement (37%) (Kantar – Commission européenne, 2020, p.5).

Les consommateurs européens estiment que le rôle principal dans la création de « nos systèmes alimentaires durables » est représenté par les producteurs (65%), les fabricants des aliments (58%) les gouvernements locaux (47%) et selon la recherche aussi jouent un rôle assez important ainsi que les consommateurs (43%) (Kantar – Commission européenne, 2020, p.6).

5.2.Principaux obstacles pour la consommation alimentaire durable

Selon la publication de Nicolau et al. (2021) et l'analyse de Bureau Européen des Unions de Consommateurs (2020), les obstacles principaux qui empêchent les consommateurs de consommer l'alimentation plus durablement sont le prix dans le sens des produit très coûteux, la manque des informations dans le sens où les consommateurs ne savent pas exactement les informations pour consommer plus durablement la nourriture. De plus, malgré l'existence de labels de plus en plus nombreux déclarant les produits moins dangereux pour la santé humaine et pour l'environnement, les consommateurs ont toujours des difficultés à s'orienter. Un autre obstacle à considérer est l'offre faible dans les magasins ou le manque de temps pour consommer plus durablement. Parfois c'est uniquement la résistance personnelle qui empêche les consommateurs de changer leurs habitudes alimentaires comme par exemple dans le cas des gens interrogés en Belgique, Lituanie, Pays-Bas (Bureau Européen des Unions de Consommateurs, 2020, p.23).

- **Influence de la pandémie de COVID de point de vue négative**

D'une manière négative, la pandémie a complètement changé nos habitudes de consommation ainsi que de la consommation alimentaire durable. Les gens influencés par l'incertitude de la situation ont acheté en stock et selon l'article de Li et al. (2021) « 64 % des consommateurs ont connu des pénuries de produits ... » et « 50 % des consommateurs ont fait des réserves de produits pour éviter les pénuries à l'avenir pendant l'épidémie de COVID-19 »(p.2).Une grande croissance des achats en ligne a été également observée les 45 % de consommateurs européens ont acheté plus en ligne qu'avant la pandémie (Institut européen d'innovation et de technologie, 2021,p.7).

5.3. Améliorations des habitudes de consommation durable

Selon l'analyse sur les consommateurs européens et leurs attitudes envers l'alimentation durable (Bureau Européen des Unions de Consommateurs, 2020) 66,7% de citoyens interrogés sont d'accord de changer ses habitudes alimentaires en faveur de diminuer son impact sur l'environnement. A la suite, la majorité des répondants est ouverte aux solutions suivantes telle que la croissance de la consommation des fruits et des légumes en saison (60%), réduire son gaspillage alimentaire (66%), un tiers des répondants souhaite réduire sa consommation de viande rouge.

- **Influence de la pandémie du COVID d'un point de vue positif**

Selon la recherche menée par l'Institut européen d'innovation et de technologie (2021) la pandémie de COVID-19 a aussi positivement influencé les comportements des consommateurs concernant la consommation alimentaire durable. Malgré la pandémie, les gens interrogés indiquent manger plus sainement. Les gens achètent plus localement qu'avant la pandémie, achètent les produits en vrac ou dans les emballages biodégradables ou recyclables, les gens interrogés ont aussi indiqué diminuer la production des déchets alimentaires (p.17,20,21).

6. Méthodologie

6.1. Questions de recherche

Basée sur la partie théorique et les données secondaires, les questions de recherche ont été créées.

(QR1) *Comment les consommateurs perçoivent-ils la consommation durable, et quels sont les points communs les plus importants pour eux lorsqu'ils parlent de consommation alimentaire durable ?*

(QR2) *Quels sont les critères utilisés par les consommateurs pour décider d'une consommation alimentaire durable et quels sont les facteurs les plus déterminants dans leur consommation alimentaire ?*

(QR3) *Quels sont les principaux obstacles qui empêchent les gens de consommer des aliments de manière durable ?*

(QR4) *Quelles améliorations dans les habitudes de consommation durable peut-on observer chez les consommateurs ?*

Dans les paragraphes suivants, les raisons pour lesquelles les questions de recherche ont été créées, sont expliquées.

La première question de recherche (QR1) est basée sur la partie théorique qui définit la consommation alimentaire durable et essaye de trouver ***Comment les consommateurs perçoivent la consommation durable, et quels sont les points communs les plus importants pour eux lorsqu'ils parlent de consommation alimentaire durable ?***

Plusieurs théories de valeurs de consommation ainsi que les facteurs qui influencent la consommation jouent un rôle important dans les décisions du consommateur dans son choix d'une consommation alimentaire durable. Il existe plusieurs valeurs de consommation telle que la valeur fonctionnelle, la valeur sociale, la valeur épistémique, la valeur émotionnelle et la valeur conditionnelle. Et les facteurs influençant la consommation alimentaire durable sont aussi assez variés, comme les facteurs économiques, socio-démographiques, psychologiques, culturels, etc...

Basée sur ces déterminants, la deuxième question de recherche (QR2) a été créée : ***Quels sont les critères utilisés par les consommateurs pour décider d'une***

consommation alimentaire durable et quels sont les facteurs les plus déterminants dans leur consommation alimentaire ?

En liaison avec les valeurs et les facteurs influençant la consommation durable alimentaire, la question de recherche (QR3) analyse les obstacles potentiels qui peuvent empêcher les gens à consommer plus durablement : ***Quels sont les principaux obstacles qui empêchent les gens de consommer des aliments de manière durable ?***

La dernière question de recherche (QR4) : ***Quelles améliorations dans les habitudes de consommation durable peut-on observer chez les consommateurs ?***, cherche les habitudes acquises par les consommateurs vers l'amélioration de leur consommation alimentaire durable. D'un point de vue général et aussi lié aux conséquences de la pandémie de COVID-19.

6.2.Méthodes de recherche

Pour trouver des réponses aux questions de recherche, une recherche quantitative a été utilisée en proposant un questionnaire, qui est décrit en détail dans les sections suivantes.

La recherche quantitative est basée sur l'étendue, la fréquence et l'intensité de phénomènes sociaux spécifiques et vise à mesurer ces caractéristiques et leurs relations. Dans le cas de la comparaison de différents segments, il est nécessaire de créer des groupes homogènes afin que ces segments puissent tous être comparés au même niveau et ce groupe est exprimé par "un quantum (quantité) exprimé par un nombre" (ex. : N=120) (Surynek, Komárková, Kašparová, 2001, p.26).

6.3. Recherche quantitative

6.3.1. Création du questionnaire

Les questionnaires, l'original en tchèque et la traduction en portugais ont été créés via la plateforme Survio. Les deux versions sont identiques et le traducteur en ligne DeepL a été utilisé pour la traduction portugaise. En général, les questionnaires créés sur la plateforme Survio, ont une conception simple et moderne, ils sont simples à créer et à utiliser par les créateurs et les répondants. Un autre point positif de Survio en version gratuite est dès que les premières réponses sont reçues et enregistrées, la plateforme crée automatiquement les analyses des résultats à l'aide des tableaux et des graphiques, elle enregistre chaque réponse individuellement. Survio crée également les statistiques de l'utilisation de questionnaire par les répondants comme par exemple le temps nécessaire pour remplir le questionnaire, le taux de visite du taux de réussite à répondre aux questions. Survio a aussi des points négatifs, par exemple la création des questions de matrice de choix multiples ne peuvent pas contenir des commentaires que les répondants pourraient souhaiter rajouter. Deuxième point, lorsque le répondant donne une réponse négative, Survio ne permet pas de créer un champ permettant au répondant d'expliquer sa réponse.

Au total, 26 questions ont été créées (le questionnaire est dans l'annexe n.1) et majoritairement il s'agissait de questions fermées avec réponses obligatoires. Les questions ont été divisées en 5 sections définies en fonction de leur propre sujet afin de rendre le questionnaire plus accessible.

La première section contient les 6 questions générales, Q1-Q6. Le but est d'avoir des informations socio-démographiques de répondants telles que le genre, l'âge, le nombre de personnes vivant dans le foyer, la taille de la ville, l'éducation et le salaire. Toutes les questions étaient obligatoires et fermées sauf la Q3 qui est ouverte pour permettre de remplir le nombre de personnes. Les montants de salaire sont en couronne tchèque (pour les répondants tchèques) et en euro (pour les répondants portugais). Le taux de change utilisé est de 25 couronnes tchèques pour un euro. Le montant minimal utilisé est de 700 € qui correspond à la moyenne de salaire minimum tchèque et portugais.

Ensuite, la deuxième section du questionnaire est destinée à la consommation alimentaire d'un point de vue général. La Q7 est simple et courte en demandant au répondant son intérêt sur sa propre consommation alimentaire. Trois options de réponses sont proposées et un choix unique est possible. La Q8 est sous forme de choix multiple afin de savoir où les répondants font principalement leurs achats. La Q9 regroupe les valeurs de la consommation durable alimentaire en liaison avec la partie théorique mentionnant les facteurs de consommation durable alimentaire. Les attributs influençant les choix de courses de produits alimentaires comme le prix, la qualité, la quantité, le goût, la composition, l'origine, le label, les produits de saison. Il a été utilisé la matrice de choix unique connue comme l'échelle de Likert (QR2).

La section suivante contient les questions sur la consommation durable de l'alimentation et comme la section précédente elle commence par la Q10 qui est simple et de choix unique pour trouver comment les répondants sont familiarisés avec le terme de consommation durable de l'alimentation (QR1). A la suite les Q11, Q12 cherchent l'importance de la consommation alimentaire raisonnable chez les consommateurs, les points communs primordiaux (Q11) et quels attributs de produits alimentaires durable sont les plus importants (Q12) comme par exemple être nutritif et sain, avoir un faible impact environnemental et climatique (par exemple, empreinte carbone), la disponibilité, le caractère abordable de l'alimentation pour tous, peu ou pas d'utilisation de pesticides, les chaînes d'approvisionnement locales ou courtes, le revenu équitable pour les producteurs, agriculture biologique, les normes élevées en matière de bien-être du bétail, le traitement minimal et traditionnel, l'emballage minimal, pas ou peu de plastique. La Q11 propose de multiples choix de réponses non limitées et la Q12 propose trois réponses possibles sur les 12 possibilités. La Q13 cherche l'opinion de consommateurs sur les acteurs qui jouent le rôle de la consommation durable alimentaire, elle a de multiples choix de réponses qui ne sont pas limitées.

Les Q11, Q12, Q13 font suite à l'enquête menée par Kantar pour la Commission européenne en 2020. Ces trois questions permettent d'avancer pour la QR1. La Q14 est basée sur les résultats de la publication de Nicolau et al. (2021) où les barrières comme le prix élevé, la distance et le manque de connaissance sont présentés comme les barrières principales qui limitent le consommateur à consommer l'alimentation durable (QR3). La Q15 avec son choix multiple cherche comment réduire son impact sur l'environnement en appliquant les habitudes de consommation durable de l'alimentation comme acheter

et manger des produits locaux, acheter et manger des aliments de saison, cultiver ses propres fruits et légumes, réduire le gaspillage alimentaire(QR4).

Dans la troisième section, les Q16 - Q19 apportent les réponses pour les QR3 et QR4. Car selon la publication de la ferme à la table (Commission européenne, 2020a ; Rossi, 2020, .) le gaspillage alimentaire et le manque de connaissance sur les dates de consommation et péremption des produits limitent les gens à consommer plus raisonnablement et cette problématique est développée dans les Q16, Q17 en utilisant des questions simple de choix uniques, oui et non. Dans le cas de Q17, la question non obligatoire suivante Q18 à savoir la raison pour laquelle les répondants ont choisi l'option non. La Q19 permet de comprendre comment les consommateurs réduisent le gaspillage alimentaire, cette question utilise le matrice de choix unique de l'échelle de Likert.

La dernière section se focalise sur la pandémie du COVID-19 et comment cette pandémie a influencé positivement et/ ou négativement nos vies quotidiennes du point de vue de nos habitudes de consommation alimentaire (QR3, QR4). Les deux premières questions Q20 et Q21 utilisent les mêmes questions et le même type de réponses que les Q8 et Q9 mais liées uniquement à la pandémie. La Q22 valide si les habitudes alimentaires ont changé à cause de la pandémie. Dans cette question de choix unique 5 réponses sont proposées : pas du tout, à peine changé, à moitié changé, tout à fait changé, radicalement changé. Les deux dernières questions Q23 et Q25 sur la consommation alimentaire durable (Q23) et la durabilité (Q25) permettent d'avoir les données sur les habitudes avant et après la pandémie du Covid-19. Dans les cas de réponses oui, les commentaires des répondants permettent d'avoir une première approche sur ces changements.

Même avant de diffuser les questions, les questionnaires ont été envoyés au tuteur de mémoire et quelques personnes l'ont testé, plusieurs améliorations sur le questionnaire ont été apportées.

Malgré le fait qu' après avoir rempli le questionnaire quelques répondants ont critiqué que le questionnaire a été un peu long selon eux même si celui-ci a été divisé en 5 sections pour une meilleure lecture. Aussi l'option de questions générales ne devait pas être mise au début du questionnaire mais à la fin pour éviter le découragement des répondants à répondre.

Ensuite par rapport de question Q6, l'option de salaire brut ou net n'a pas été utilisée même après avoir des réponses un des répondants a ajouté son commentaire sur cette question de salaire que le salaire brut ou net devait être utilisé dans ce questionnaires. Il est vrai que, la précision du salaire brut ou net aurait été préférable.

6.3.2. Envoie du questionnaire et collecte des données

Les questionnaires ont été envoyés pendant le mois d'août. Il a été précisé aux répondants que le questionnaire resterait anonyme.

Les deux versions de questionnaires, en tchèque et en portugais, ont été distribuées via le réseau social Facebook. Le choix de cette plateforme a été fait pour trouver un panel des répondants permettant une vision plus globale.

Pour le questionnaire en tchèque, plusieurs groupes sur Facebook ont été choisis, Le premier groupe se nomme « Dotazníky ». Ce groupe public a été créé en 2012 et comprend 2400 membres .Le deuxième groupe public se nomme « Dotazníky k vyplnění » il a été créé en 2013 et comprend 5900 membres. Le dernier groupe public de Facebook pour distribuer les questionnaires tchèques se nomme « Dotazníky k diplomkám... aneb potřebuji respondenty » créé en 2016 et comprend 4000 membres.

Pour la version portugaise, la même stratégie a été utilisée que dans le cas du questionnaire tchèque. Le premier groupe se nomme « Pesquisas - Questionários e Respostas ». Ce groupe privé a été créé en 2019 et comprend 7400 membres : Ensuite le groupe public « Inquéritos e Questionários Online - Trabalhos Académicos, Mestrado e PhD» a été utilisé, il a été créé en 2020 et comprend 2300 membres.

L'option du questionnaire imprimé n'a pas été utilisée car pas pertinente ni écologique. En complément des groupes sur Facebook qui contiennent un nombre élevé d'utilisateurs, l'option de la distribution entre les membres de la famille, les amis et les collègues de travail a aussi été utilisée. Ceux-ci ont pu faire suivre le questionnaire à d'autres répondants.

6.3.3. Traitement des données

Malgré le fait que la plateforme Survio crée automatiquement des graphiques dans la partie analysant des résultats, pour pouvoir traiter toutes les données ensemble, tels les répondants tchèques et les répondants portugais, une autre technique pour analyser des données a dû être établie. Pour pouvoir traiter toutes les données ensemble, Microsoft Excel a été utilisé pour comparer et analyser toutes les réponses, pour créer les tableaux et les graphiques pour la partie présentant des résultats. Pour les questions ouvertes, les réponses souvent variées ont nécessité de créer des catégories.

7. Résultats et discussion

7.1. Recherche quantitative

Au total 300 questionnaires entièrement complétés ont été collectés, 115 portugais et 185 tchèques. 210 autres questionnaires n'ont pas été entièrement complétés et n'ont pas été intégrés dans le panel d'études. Le taux de succès pour répondre au questionnaire est de 58,75 %. 42,6 % de répondants ont passé 3 -5 minutes pour répondre aux questions et 37,6 % de répondants ont passé 5 -10 minutes. Avec le nombre significatif de réponses complètes l'analyse peut être considérée comme pertinente. Cependant les réponses aux questions Q9, Q19 et Q21 n'ont pas été toutes enregistrées sur la plateforme Survio et ces questions sont analysées avec le N=176(Q9), N=143 (Q19, Q21) à la place de N=300.

Comme mentionné dans la partie méthodologie, les réponses ont aussi été analysées dans Microsoft Excel où les tableaux et les graphiques présentés dans les parties suivantes ont été également créés. Les données collectées sont comparées avec les données secondaires collectées dans la République tchèque, le Portugal et dans les pays membres de l'UE.

7.1.1. Échantillon de répondants

Pour le Tableau 1 sur la page suivante, les données de tous les questionnaires sont assemblées et seront détaillées dans les paragraphes suivants du point de vue socio-démographique. Les données par rapport de pays d'origine répondant sont plus détaillées dans le Tableau 1

Plus de la moitié des répondants sont des femmes (56,7%) et les hommes représentent 43,3%. L'âge le plus représentatif se situe entre 35 et 49 ans (31,7%), le deuxième groupe le plus présent dans l'échantillon et le groupe de gens ayant entre 25 et 34 (27,0%) le moins représentatif correspond aux gens qui ont 65 ans et plus (4,7%). Pour les personnes vivant dans le même foyer, le nombre va de 2 personnes (26,7%), 3 personnes (28,3%), et 4 personnes (23,0%). A noter un foyer à 8 personnes et deux foyers à 9 personnes.

La plupart des répondants vivent dans des communes de moins de 10 000 habitants ou entre 10 000 et 50 000 habitants(58,7%). La moitié de gens (51,3%) sont des diplômés de l'enseignement supérieur.

Concernant les revenus, il n'y a pas beaucoup de grandes différences parmi les données collectées, jusqu'à 700 € représente 31,7 % de l'échantillon, de 700 € à 1500 € représente 38,8% et supérieur 1500€ représente 29,7%.

Tableau 1 - Données socio-démographiques

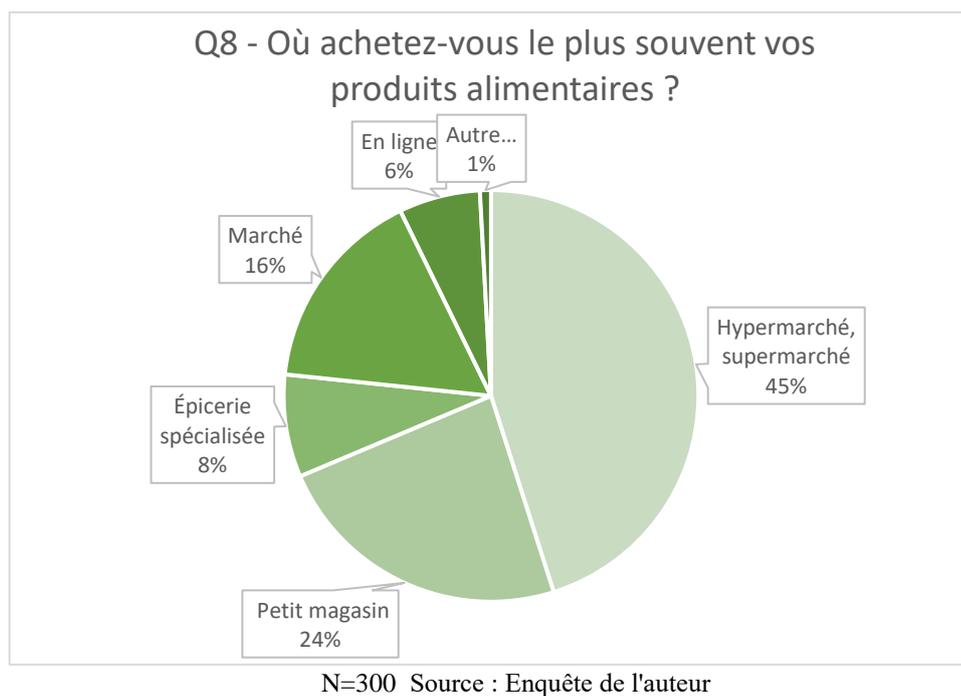
: Données socio-démographiques				
Variable	Modalité	République tchèque	Portugal	Fréquence absolue (%)
Sexe	Femme	35,7%	21,0%	56,7%
	Homme	26,0%	17,3%	43,3%
Âge	16 - 24	12,3%	3,3%	15,7%
	25 - 34	14,0%	13,0%	27,0%
	35 - 49	15,7%	16,0%	31,7%
	50 - 64	15,7%	5,3%	21,0%
	65 et plus	4,0%	0,7%	4,7%
Nombre de personnes dans la même foyer	1	5,7%	5,3%	11,0%
	2	17,0%	9,7%	26,7%
	3	28,3%	13,0%	28,5%
	4	23,0%	9,0%	23,0%
	5	6,3%	1,3%	7,7%
	6	2,3%	0,0%	2,3%
	8	0,3%	0,0%	0,3%
	9	0,7%	0,0%	0,7%
La taille de ville	Jusqu'à 10 000 hab.	25,7%	12,3%	38,0%
	De 10 000 à 50 000 hab.	5,3%	15,3%	20,7%
	De 50 000 à 100 000 hab.	6,0%	6,7%	12,7%
	De 100 000 à 500 000 hab.	18,3%	3,0%	21,3%
	Plus de 500 000 hab.	6,3%	1,0%	7,3%
Education	École primaire	4,3%	0,0%	4,3%
	Centrum formance des apprentis	8,3%	1,3%	9,7%
	Lycée	25,0%	27,8%	34,7%
	Enseignement supérieur	24,0%	9,7%	51,3%
Revenu	Jusqu'à 700 €	19,0%	12,7%	31,7%
	De 700 € à 1 500 €	20,7%	18,0%	38,7%
	1500 € et plus	22,0%	7,7%	29,7%

N=300, Source : Sondage de l'auteur

Concernant les Q7 et Q8 qui aident à définir plus en détail l'échantillon des répondants, 89,7% des répondants attachent une grande importance à ce qu'ils mangent et 10,3 % des répondants ne sont pas vraiment intéressés par ce qu'ils mangent. Dans 10,3%, parmi les 31 réponses négatives il s'agit principalement les hommes (61,3%). Dans leur échantillon N=19, il s'agit des hommes âgés plus que 35 ans (57,9%), qui vivent majoritairement dans les villes ayant jusqu'à 50000 habitantes (57,9%) qui ont le revenu mensuel jusqu'à 1500€ (73,7%) et qui sont diplômé d'une baccalauréat (57,9%).

Le graphique 1 montre que les gens font leur achats principalement dans les hypermarchés et supermarchés (263 réponses ;45%) ainsi que dans les petits magasins (137 réponses ;24%). Une part moins significative utilise les courses en ligne (37 réponses ; 6%). Quelques répondants cultivent leur propre légume(2 réponses). Nous avons aussi une réponse d'un producteur et une réponse indéterminée.

Graphique 1 : Où achetez-vous le plus souvent vos produits alimentaires ?



Le groupe de répondants âgé entre 35 et 49 ans représente l'échantillon des répondants qui a plus souvent indiqué de faire les achats dans les hypermarchés et supermarchés (27,0%) et ces achats concernent principalement des gens vivant dans les petites villes de moins de 10000 habitants (32,6%).

Concernant les valeurs moins élevées dans le graphique 1, les courses dans les épiceries spécialisées et en ligne sont principalement réalisées par les répondants qui ont entre 25 et 34 ans et qui vivent dans les villes entre 10000 et 50000 habitants.

7.1.2. Evaluation

(QR1) Comment les consommateurs perçoivent-ils la consommation durable, et quels sont les points communs les plus importants pour eux lorsqu'ils parlent de consommation alimentaire durable ?

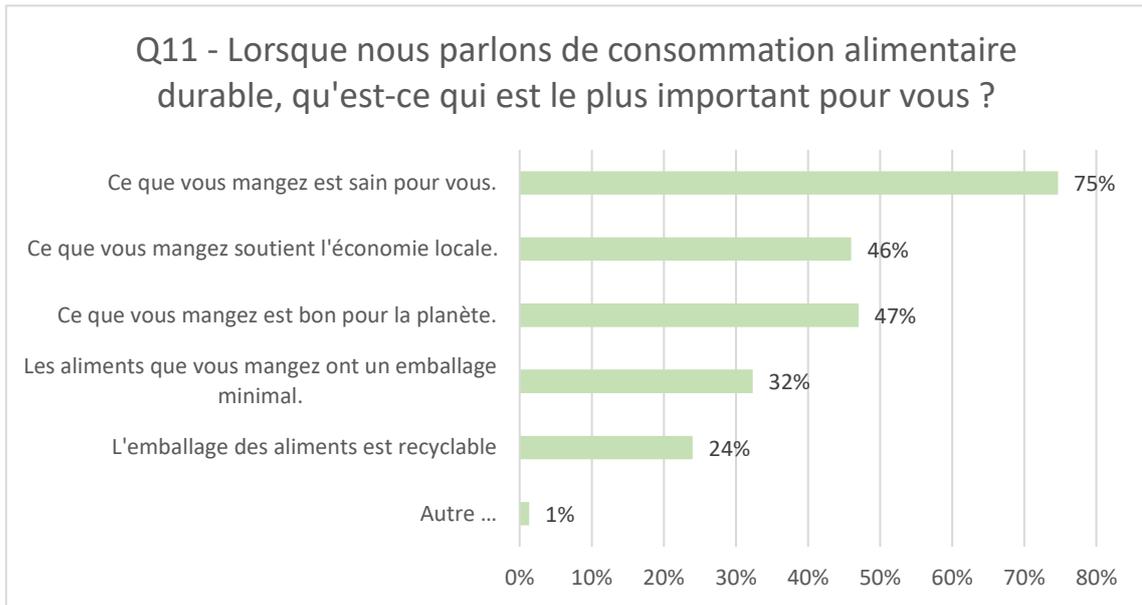
- *Question 10 - Connaissez-vous le concept de consommation alimentaire durable ?*

60 % de répondants ont indiqué être familiarisés avec le concept de consommation durable. Dans le cas de tous les deux pays, parmi ces répondants il s'agit principalement les femmes (40%) âgées entre 25 et 49 qui connaissent le concept. Cette information confirme les données présentées dans partie avec les données secondaires.

- *Question 11 - Lorsque nous parlons de consommation alimentaire durable, qu'est-ce qui est le plus important pour vous ?*

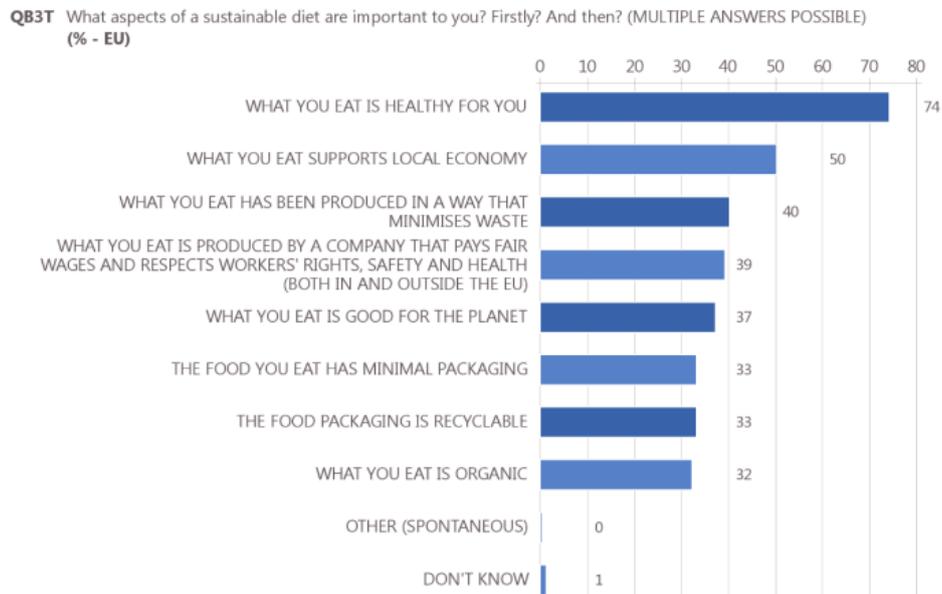
Comme mentionné dans la partie de méthodologie, la Q11 a été créée selon l'enquête menée par Kantar pour la Commission européenne (2020). Concernant les données dans les graphiques 2 et 3, on peut indiquer que les données de l'échantillon représenté par les gens de Portugal et de la République tchèque, donnent les résultats similaires que les données de graphique 3. Même quand on regarde les données collectées en 2020 et en 2020, la perception sur les éléments importants de la consommation alimentaire durable n'ont pas changé. Quand on parle de la consommation alimentaire des citoyens européens, ils voient l'importance dans la nourriture qui est saine est très importante, dans le support de l'économie locale et la protection de la Terre. Dans le cas des données de graphique 2, le 4 répondants ont choisi l'option de l'autre réponse pour ajouter les éléments importants pour eux . Parmi ces réponses, ils ont indiqué l'importance de goût, de prix et de la santé et un des répondant a trouvé la difficulté de choisir parmi les éléments car tout apparaît important pour lui.

Graphique 2: Q11 - Lorsque nous parlons de consommation alimentaire durable, qu'est-ce qui est le plus important pour vous?



N=300 Source : Enquête de l'auteur

Graphique 3: Quels sont les aspects de l'alimentation durable qui sont importants pour vous ?



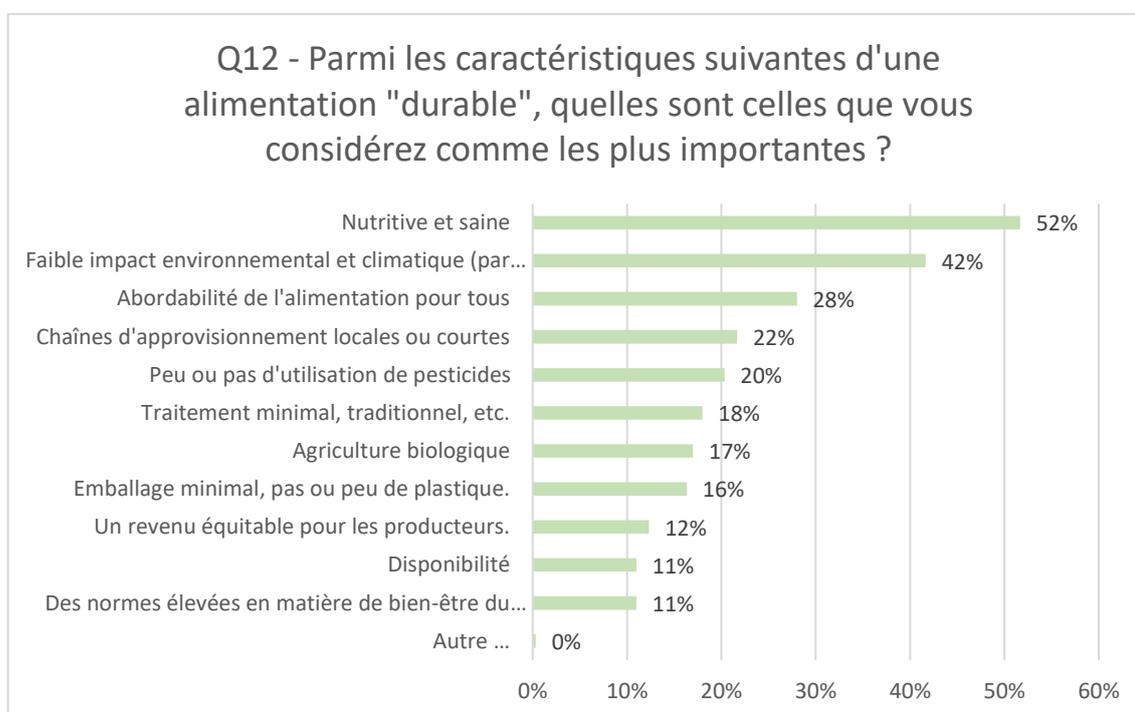
Base: all respondents (n= 27,237)

N=27237 Source : Enquête de Kantar – Commission européenne (2020, p.13)

- *Question 12 - Parmi les caractéristiques suivantes d'une alimentation "durable", quelles sont celles que vous considérez comme les plus importantes ?*

Comme mentionné précédemment, la Q12 a été créée selon l'enquête menée par Kantar pour la Commission européenne (2020). Concernant les caractéristiques de l'alimentation durable, elle est produite sans détruire l'environnement en limitant la surproduction, elle limite l'utilisation de pesticides, la consommation des produits locaux et de saison est préférée etc..

Graphique 4: Parmi les caractéristiques suivantes d'une alimentation "durable", quelles sont celles que vous considérez comme les plus importantes ?



N=300 Source : Enquête de l'auteur

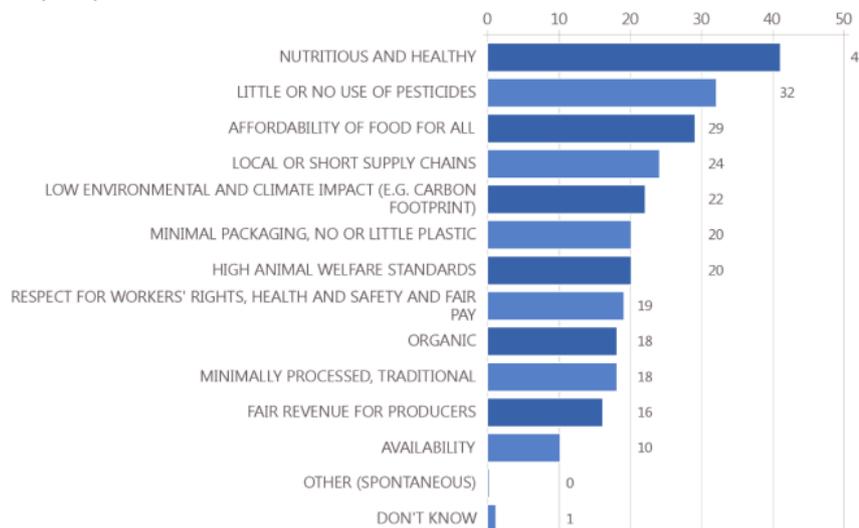
Selon le graphique 4, les répondants tchèques et portugais ont choisis comme caractéristique plus importants : être nutritive et saine (52%), avoir faible impact sur l'environnement (42%), être abordable pour tous (28%), avoir les chaînes d'approvisionnement locales ou courtes (22%), ou utiliser peu ou pas de pesticides (20%). Ces caractéristiques citées sont similaires avec celles mentionnées dans l'enquête par des répondants tchèques. Cependant les répondants portugais ont indiqué en troisième place de l'importance peu ou pas d'utilisation des pesticides (28,7%), ensuite le traitement minimal et traditionnel. Pour les Portugais l'importance de l'agriculture biologique (22,6%) est presque deux fois plus importante que pour les Tchèques (13,5%) : et le même

différence entre les données collectées est visible par rapport l'utilisation des pesticides, 28,7% répondants portugais voient cette caractéristique préoccupante a la place 15,1 % répondants tchèques .

En comparant les données de graphiques 4 et 5, on peut remarquer quelques similarités et différences parmi les réponses. L'importance de l'aspect de la nourriture d'être nutritive et saine surpasse dans tous les deux graphiques mais ensuite la différence entre les caractéristiques telles que le faible impact sur l'environnement et les pesticides est visible.

Graphique 5: Selon vous, quelle est la caractéristique la plus importante d'une alimentation "durable" ?

QB2T Which of the following do you consider to be the most important characteristic of "sustainable" food? Firstly? And then? (MAX. 3 ANSWERS)
(% - EU)



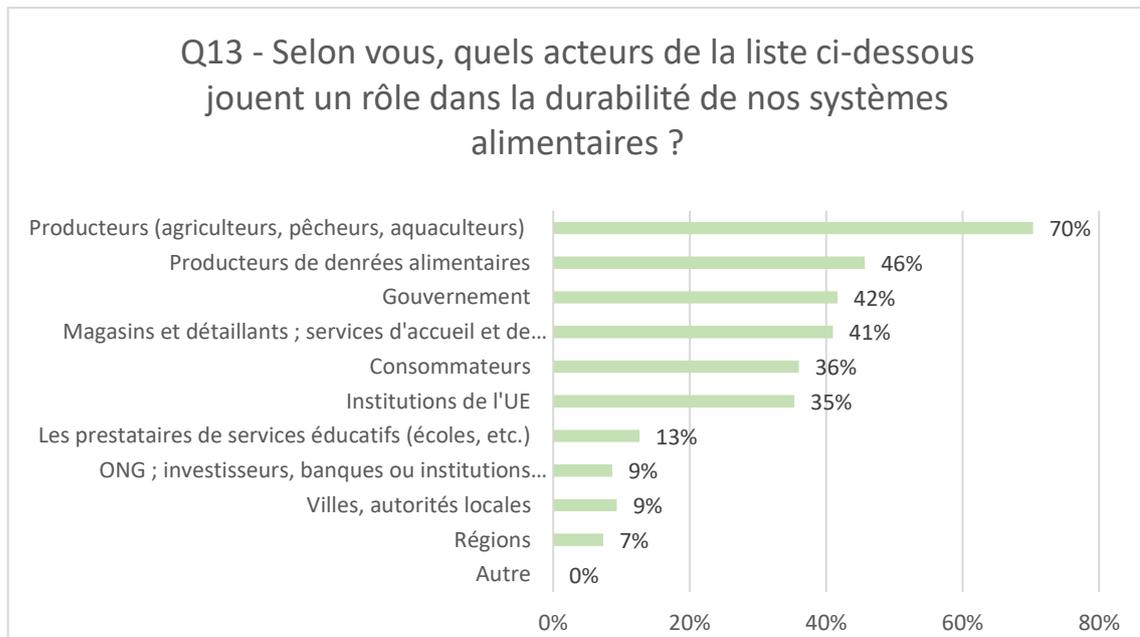
N=27237 Source : Enquête de Kantar – Commission européenne (2020, p.10)

Question 13 - Selon vous, quels acteurs de la liste ci-dessous jouent un rôle dans la durabilité de nos systèmes alimentaires ?

Même que les questions précédentes la Q11 et Q12, la Q13 a été créée selon l'enquête menée par Kantar pour la Commission européenne (2020). On peut estimer que le consommateur joue un rôle très important dans la consommation alimentaire durable mais les systèmes alimentaires sont influencés par les acteurs qui ont de pouvoir dans les décisions sur l'alimentation durable.

Les répondants portugais et tchèques voient comme les acteurs les plus importants, les producteurs (70%), les fabricants (46%), le gouvernement (42%) et les magasins (41%) et la même importance à ces acteurs peut être observée dans le graphique 7 de Kantar pour la Commission européenne.

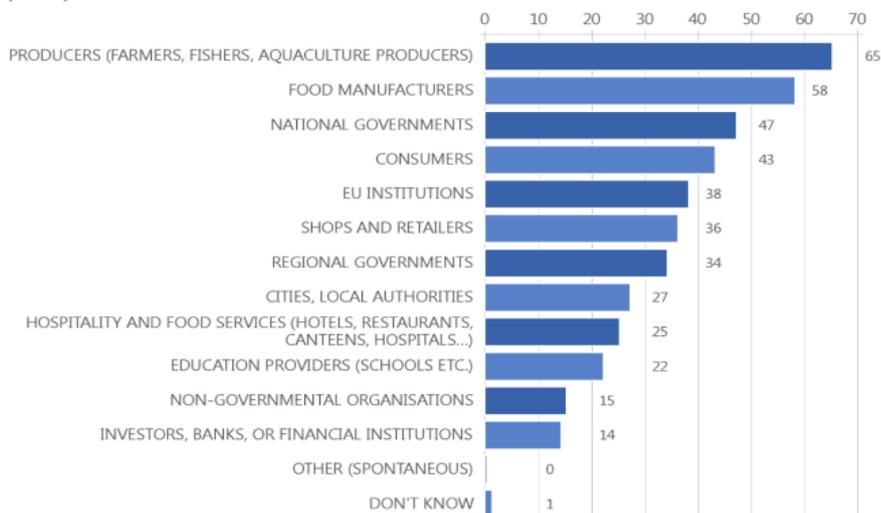
Graphique 6: Selon vous, quels acteurs de la liste ci-dessous jouent un rôle dans la durabilité de nos systèmes alimentaires ?



N=300 Source : Enquête de l'auteur

Graphique 7: Selon vous, quels acteurs de la liste ci-dessous ont un rôle à jouer pour rendre nos systèmes alimentaires durables ?

QB5 According to you, which actors from the list below have a role to play in making our food systems sustainable? (MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE)
(% - EU)



N=27237 Source : Enquête de Kantar – Commission européenne (2020, p.18)

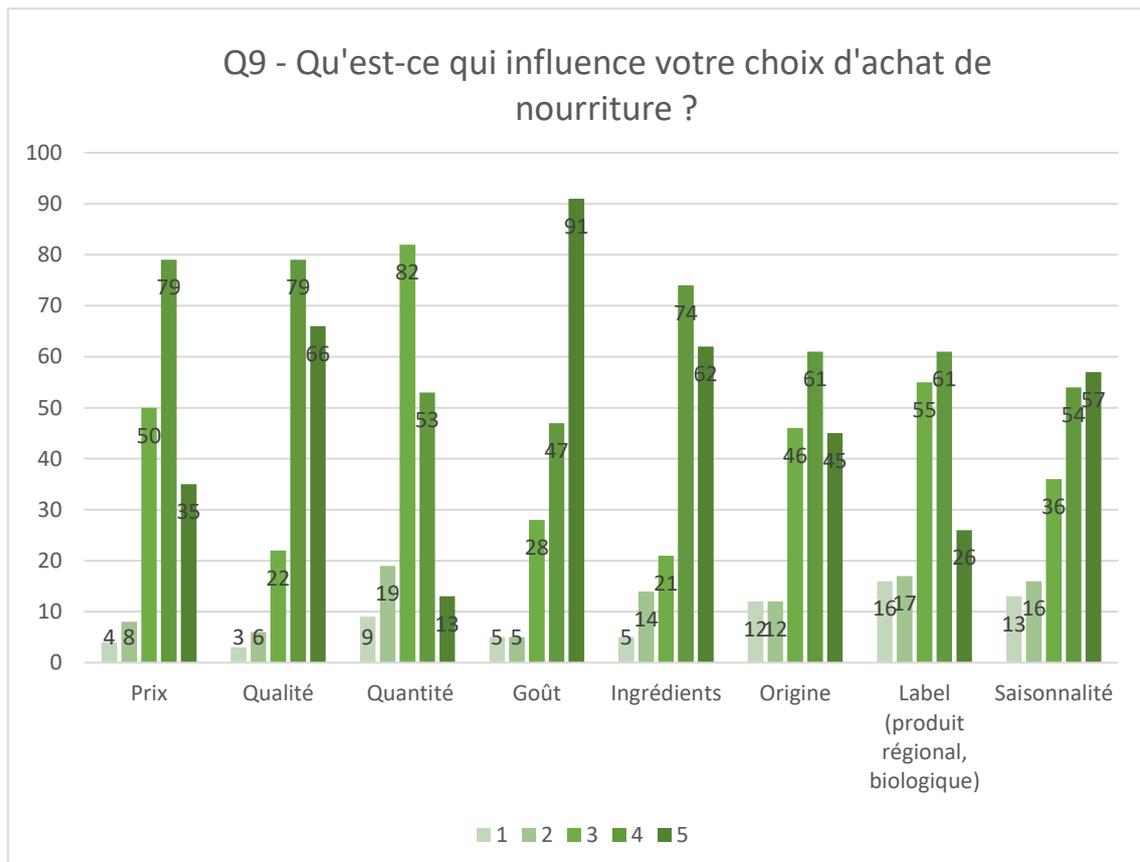
(QR2) Quels sont les critères utilisés par les consommateurs pour décider d'une consommation alimentaire durable et quels sont les facteurs les plus déterminants dans leur consommation alimentaire ?

- *Question 9 - Qu'est-ce qui influence votre choix d'achat de nourriture ?*

Selon la théorie, le consommateur est influencé par plusieurs facteurs différents comme par exemple ses choix sont influencés par son revenu, le groupe social qui l'entoure, son altitudes, sa motivation, sa sensibilisation aux questions environnementales.

Concernant les données collectées présentées dans le graphique 9, l'influence marquante est observée pour les variables dans l'ordre du plus important : le goût (4,22 en moyenne), la qualité (4,13 en moyenne), les ingrédients (3,99 en moyenne), le prix (3,76 en moyenne), la saisonnalité (3,72 en moyenne) l'origine (3,65 en moyenne), le label (3,35 en moyenne) et la quantité (3,24 en moyenne).

Graphique 8: Qu'est-ce qui influence votre choix d'achat de nourriture ?



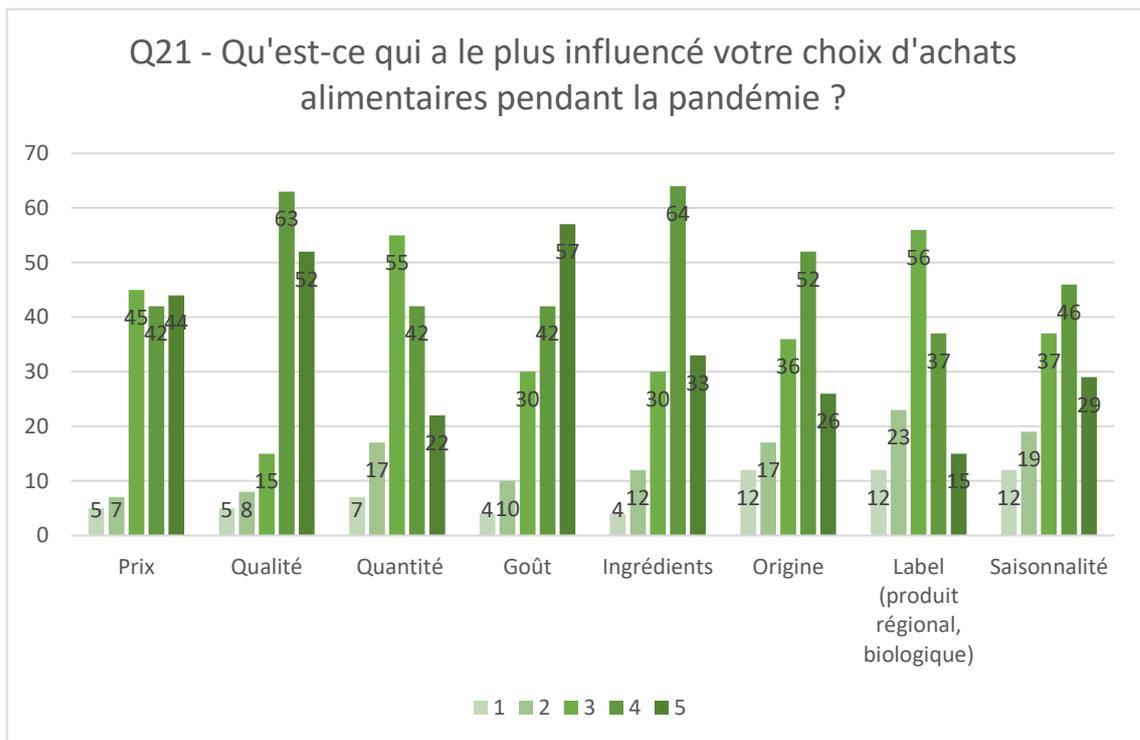
N=176 Source : Enquête de l'auteur

- *Question Q21 - Qu'est-ce qui a le plus influencé votre choix d'achats alimentaires pendant la pandémie ?*

Si on regarde la différence entre le graphique 8 et 9 par rapport à l'influence sur les choix d'achats alimentaires pendant la pandémie COVID-19 ; on voit quelques différences dans le changement des comportement des consommateurs.

Même si la qualité a été un point très important pendant la pandémie, son importance a un peu diminué selon les répondants de 4,13 à 4,04 en moyenne. Dans toutes catégories la diminution est observée. Seulement dans le cas de quantité, la croissance moyenne est observée de 3,24 à 3,38. Cette augmentation peut être liée à l'incertitude globale causée par la pandémie où les gens ont acheté plus pour avoir les stock de nourritures et pour éviter les visites de magasins et les pénuries potentielles de stock dans les magasins.

Graphique 9: Qu'est-ce qui a le plus influencé votre choix d'achats alimentaires pendant la pandémie ?



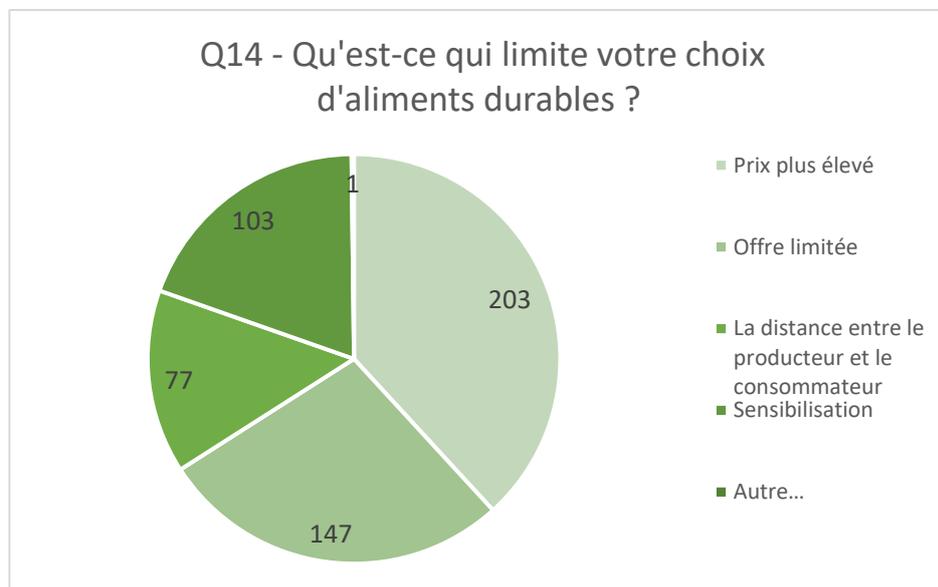
N=143 Source : Enquête de l'auteur

(QR3) Quels sont les principaux obstacles qui empêchent les gens de consommer des aliments de manière durable ?

- *Question 14 - Qu'est-ce qui limite votre choix d'aliments durables ?*

Le plupart de répondants (67,7%) trouve le prix élevé comme un obstacle qui les limites le plus de choisir les aliments durables, ensuite l'offre limitée des aliment durable dans le magasins (49,0%), la sensibilisation à cause de laquelle les consommateur ne savent comment ils peuvent trouver et choisir les aliments durable (34,3%) et la distance entre le producteur et le consommateur (25,7%).

Graphique 10: Qu'est-ce qui limite votre choix d'aliments durables ?



N=300 Source : Enquête de l'auteur

Un répondant a choisi l'option l'autre pour donner une exemple qui lui limites. Il s'agissait des produits qui n'ont pas d'emballages alternatives et il est vrai que dans la plupart des magasins cette option est toujours minoritaire. Selon la recherche du Bureau Européen des Unions de Consommateurs (2020) un autre élément qui limite les consommateurs, peut être également le manque de temps pour pouvoir accéder aux produits alimentaires durables.

- *Question 16 - Connaissez-vous la différence entre la date limite d'utilisation optimale et la date de durabilité minimale?*

Un autre obstacle observé parmi les réponses, est le manque de connaissance sur la date limite d'utilisation optimale et la date de durabilité minimale. 17,7 % de répondants ont répondu ne pas connaître la différence. Dans tous les deux pays il s'agit principalement des hommes et de l'échantillon N=130, 40,7 % hommes interrogés ont répondu négativement. Ces hommes sont principalement diplômés du baccalauréat à travers toutes les catégories d'âge.

- *Question 17 - Êtes-vous prêt à acheter des produits à prix réduit dont les dates limites de consommation et de péremption approchent ?;*
- *Question 18 - Si NON, pourquoi ?*

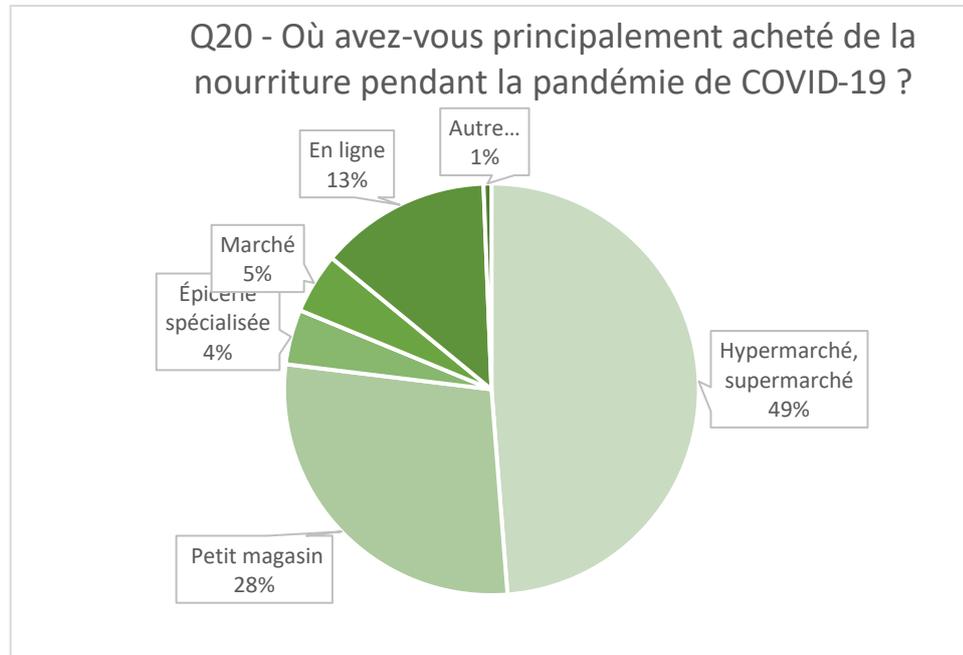
A la suite de la Q16, la Q17 voulait tester la volonté des répondants d'acheter les produits alimentaires dont les dates limites de consommation et de péremption approchent et trouver les obstacles qui les empêcheraient d'en acheter. 92% de répondant ont répondu oui et dans le cas de 8% répondant qui ne souhaitent pas acheter ces produits. Dans l'échantillon des répondants qui ont répondu négativement, N=25, 18 ont donné la réponse. La réponse avec la fréquence 10, la plus élevée a été le manque de confiance dans ces produits, les autres réponses ont mentionné par exemple la difficulté d'acheter ce produits.

- *Question 20 - Où avez-vous principalement acheté de la nourriture pendant la pandémie de COVID-19 ?*

La pandémie du COVID-19 a été un obstacle significatif dans toutes les habitudes alimentaires. Concernant les achats de produits, la comparaison des graphiques 11 et 1 est nécessaire. Selon les données présentées dans le graphique 11, les répondants ont indiqué de faire leur courses plus dans les hypermarchés et supermarchés pendant la pandémie, l'augmentation de 45 à 49% en comparaison avec la situation normale. Pendant la pandémie, les achats dans les petits magasins ont augmenté de 3 %. Les achats en ligne ont significativement augmenté de 6 % à 13% et cette augmentation peut être liée à la facilité de faire ses courses en ligne. Car pendant la pandémie du COVID-19, beaucoup de magasins avec les aliments ont établi et développé les services de livraison des courses à la domicile

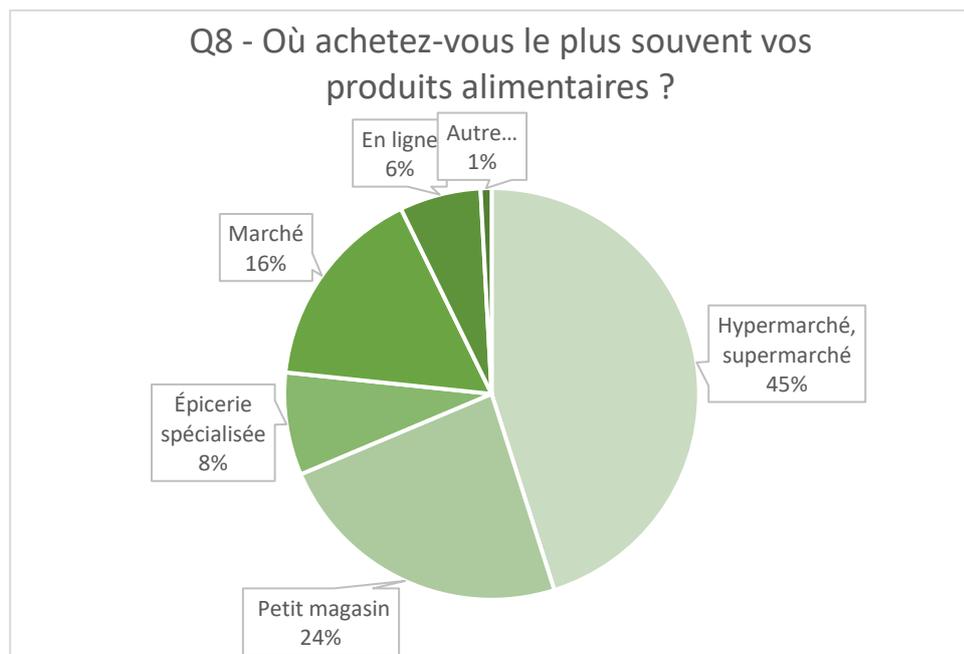
Par contre la chute des achats dans les épiceries spécialisées et au marché a été enregistrée, ce changement peut être expliqué par les périodes des confinements ou par le déplacement personnel a été limité.

Graphique 11: Q20 - Où avez-vous principalement acheté de la nourriture pendant la pandémie de COVID-19 ?



N=300 Source : Enquête de l'auteur

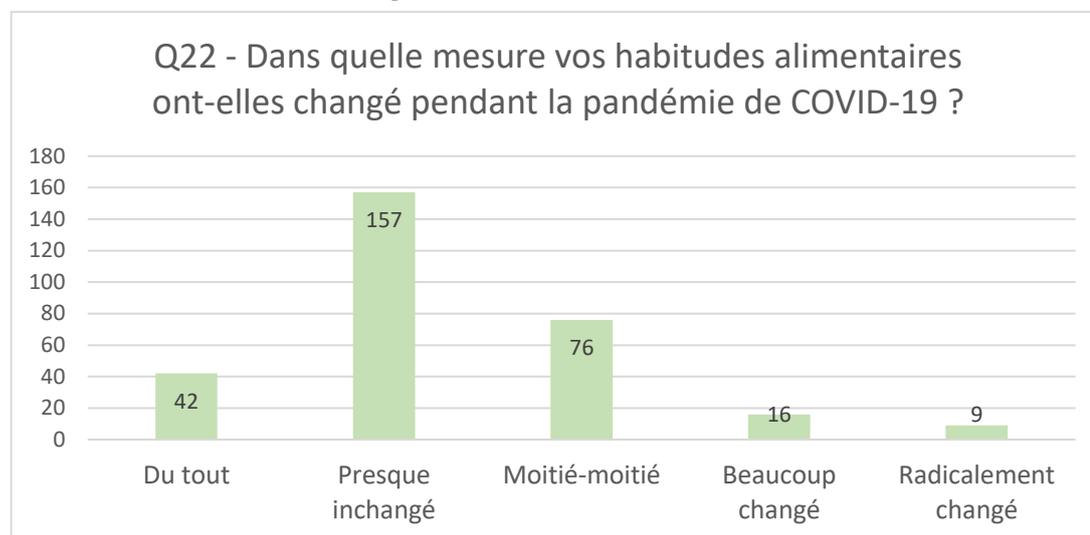
Graphique 1 Q8 - Où achetez-vous le plus souvent vos produits alimentaires ?



N=300 Source : Enquête de l'auteur

- *Question 22 Dans quelle mesure vos habitudes alimentaires ont-elles changé pendant la pandémie de COVID-19 ?*

Graphique 12: Q22 - Dans quelle mesure vos habitudes alimentaires ont-elles changé pendant la pandémie de COVID-19 ?



N=300 Source : Enquête de l'auteur

La Q22 n'a pas confirmé que les habitudes alimentaires ont beaucoup changé chez les répondants. Selon le graphique 12, 42 répondants n'ont pas remarqué du tout le changement. Pour 157 répondants, leurs habitudes alimentaires sont restées presque inchangées. 76 des répondants ont en moitié changé leur habitudes. 16 répondants ont remarqué que leurs habitudes ont beaucoup changé. 9 répondants ont constaté que leur habitudes alimentaires ont radicalement changé et leurs réponses sont évaluées dans les parties suivantes.

(QR4) Quelles améliorations dans les habitudes de consommation durable peut-on observer chez les consommateurs ?

- *Question 15 - Que faites-vous pour améliorer vos habitudes alimentaires dans le sens de la durabilité ?*

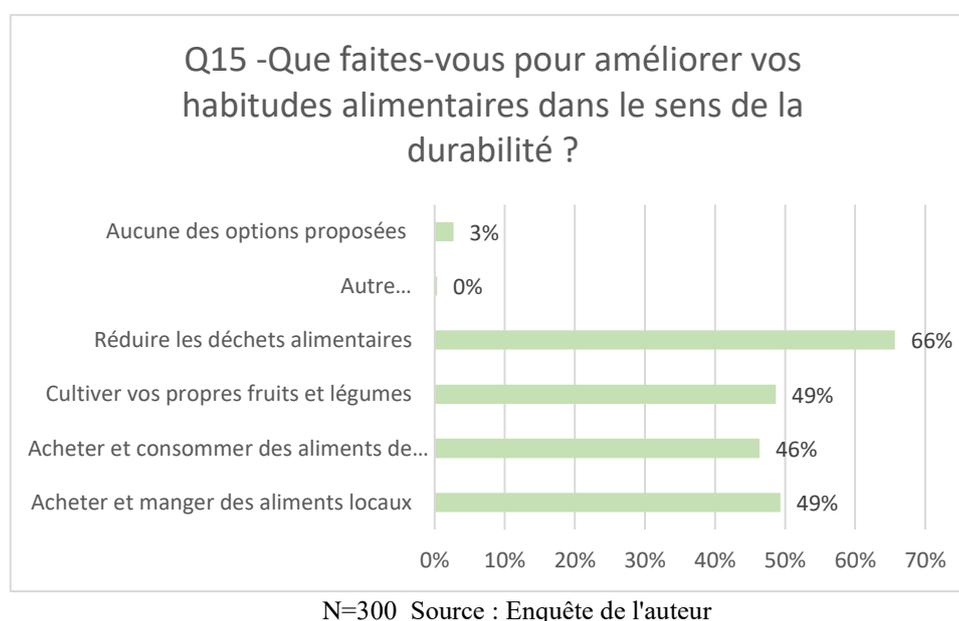
Pour réduire l'impact de la consommation alimentaire durable, il existe plusieurs méthodes comment se mettre en action. 66 % des répondants réduisent sa production de déchets alimentaires, les répondants. 49% cultivent leur propres fruits et légumes, 49% achètent et consomment des aliments locaux et 46% des aliment de saisons.

Concernant les deux premiers éléments cités, dans les deux cas des démarches sont réalisées par les femmes plus que par les hommes et les répondants vivent principalement dans les petites villes qui ont moins de 10000 habitants et ils ont une éducation supérieure.

Dans le cas de la réduction des déchets alimentaires, parmi 197 répondants les plus impliqués dans cette démarche sont les gens entre 35 et 49 ans (34%).

Dans le cas de la culture des fruits et légumes, parmi les 146 répondants qui pratiquent cette démarche, il s'agit principalement des gens entre 25 et 49 ans (54%).

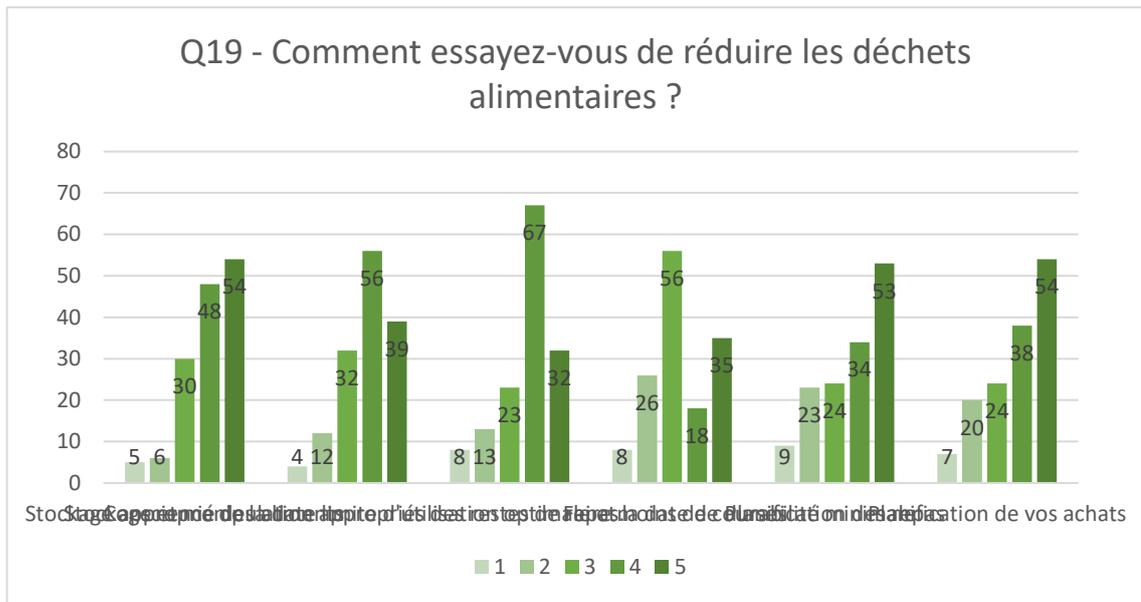
Graphique 13: Q15 -Que faites-vous pour améliorer vos habitudes alimentaires dans le sens de la durabilité ?



- *Question 19 Comment essayez-vous de réduire les déchets alimentaires ?*

Concernant le graphique 14, les plusieurs habitudes comment réduire les déchets alimentaires sont présentées, mais les différences entre elles ne sont pas si marquées. Les variables sont dans l'ordre du plus important : le stockage approprié des aliments (3,97 en moyenne), le stockage et la manipulation appropriés des restes de repas. (3,79 en moyenne), la planification des achats (3,78 en moyenne), la conscience de la date limite d'utilisation optimale et la date de durabilité minimale (3,71 en moyenne), la planification des repas (3,69 en moyenne) et faire moins de courses (3,32 en moyenne),

Graphique 14: Q19 - Comment essayez-vous de réduire les déchets alimentaires ?



N=143 Source : Enquête de l'auteur

- *Question 23 - Votre approche de la consommation alimentaire durable en général a-t-elle changé pendant la pandémie de COVID-19, en comparant avant et après*
- *Question 24 - Si OUI, comment?*

La pandémie de COVID-10 n'a pas seulement négativement influencé les comportements des consommateurs mais elle a aussi accéléré la transition vers la consommation alimentaire durable et a permis d'appliquer les nouvelles habitudes dans la vie quotidienne pendant le temps de confinement.

14 % des répondants ont répondu positivement au question et parmi eux 30 ont donné la réponse a la Q24. Plusieurs répondants ont indiqué que leur conscience a augmentée par rapport à leur habitudes alimentaires, les deux répondants ont donné un exemple d'avoir apprécié plus la disponibilité des aliment pendant la pandémie.

Les autres répondants se sont mis en action et pendant la pandémie, commencent à cultiver les légumes, ont construit le compost pour les bio déchets, ont produit les des réserves de conserves pour disposer les stock de la nourriture, ont diminué les courses et les ont mieux planifié .

- *Question 25 - Votre approche de la durabilité en général a-t-elle changé pendant la pandémie de COVID-19, en comparant avant et après ?*
- *Question 26 - Si OUI, comment?*

13 % des répondants ont répondu positivement à la question et parmi eux 29 ont donné la réponse à la Q24. Parmi les réponses, il y a beaucoup de similarité avec la question précédente, la Q24, telle que la création des potagers et la culture des propres légumes, la diminution des courses, etc.

Les répondants ont indiqué d'avoir plus de conscience et plus d'intérêts de diminuer leur impact sur l'environnement. Selon les données collectées, ils sont plus d'intérêt à la composition, au tri et la diminution des emballages. Un des répondants a même indiqué d'élever de poules.

7.1.3. Conclusion

Selon les résultats, principalement les jeunes personnes et les femmes sont les plus sensibles aux questions environnementales que la partie de la population qui est représentée par les hommes.

La plupart de répondants est familiarisée avec le concept de la consommation alimentaire durable. Quand on parle de la consommation alimentaire des citoyens européens, ils voient l'importance de la nourriture saine ; dans le support de l'économie locale, dans la protection de l'environnement ; dans l'abordabilité, de l'alimentation durable pour tous, dans l'utilisation faible ou aucune des pesticides.

Si on regarde la connexion entre les données collectées et les théories des valeurs, la plupart de décisions de répondants est influencée par la valeur fonctionnelle. Car selon plusieurs questions répondues les facteurs importants sont le goût, la qualité et les ingrédients qui selon la recherche jouent un rôle plus important chez les consommateurs.

Les obstacles principaux qui freinent les répondants de consommer plus durablement sont le prix élevé des aliments, l'offre limitée des aliments durables dans les magasins, la sensibilisation à cause de laquelle les consommateurs ne savent comment ils peuvent trouver et choisir les aliments durables et la distance entre les producteurs et les consommateurs. D'autres obstacles sont liés au manque de connaissance sur la différence entre la date limite d'utilisation optimale et la date de durabilité minimale.

Concernant la pandémie du COVID-19 et son influence sur les comportements des consommateurs dans la consommation alimentaire durable, plusieurs changements dans les habitudes ont été observés. Comme point négatif, les consommateurs devaient changer et adopter de nouvelles habitudes dans les achats des aliments. Les endroits où ils font leurs courses ont changé, ils sont allés plus dans les hypermarchés, les supermarchés et les petits magasins qu'auparavant pendant la situation normale avant et après la pandémie. Les achats dans les épiceries spécialisées et aux marchés ont diminué, par contre les achats en ligne ont doublé.

Cependant plusieurs améliorations dans la consommation alimentaire durable ont été aussi observées. La plupart des répondants a réduit sa production de déchets alimentaires, s'est mise à cultiver leurs propres fruits et légumes, a acheté et consommé des aliments locaux et de saison.

Autre point positif, la pandémie a rendu les répondants plus conscients de l'importance de diminuer leur impact environnemental et d'adopter une démarche vers l'alimentation durable. Plusieurs ont indiqué qu'ils ont adopté ces habitudes pour diminuer leur impact environnemental comme par exemple la limitation et le tri plus attentif des emballages, la construction d'un compost, l'élevage de poules.

Plusieurs répondants de l'enquête ont indiqué être plus attentifs à ce qu'ils mangent, certains ont créé leur propre culture des fruits et des légumes, certains ont préparé leur propre stock de nourriture pour être plus autonome ou certains encore ont limité leurs visites dans les grands magasins et ont commencé à consommer plus localement chez les petits producteurs.

8. Conclusion

Le but de ce mémoire a été de déterminer les facteurs qui influencent les consommateurs dans leurs choix de consommation alimentaire durable. Selon la partie théorique ; plusieurs facteurs peuvent être définis. Comme les facteurs liés aux décisions politiques dans le contexte international et européen, et d'autres facteurs tels que les facteurs économiques, sociaux, psychologiques, culturels, environnementaux, etc.

Selon la théorie et les résultats de l'enquête, il est intéressant de regarder l'engagement de certaines personnes dans la démarche vers l'amélioration de consommation alimentaire durable. Plusieurs personnes interrogées ont mentionnés des changements positifs des habitudes pendant la période du COVID-19. Selon les recherches citées dans ce mémoire, il semble que ces changements vont continuer à augmenter.

Concernant la situation actuelle de la consommation alimentaire, plusieurs améliorations peuvent être mises en place. Il semble que les gens ne sont pas suffisamment informés sur ce qu'est exactement la consommation alimentaire durable même si ils appliquent les habitudes alimentaires durables dans leurs vies quotidiennes comme par exemple la consommation des aliments locaux et de saison ; diminution de déchets ou ils cultivent leur propre nourriture.

A propos de l'amélioration de la situation, plusieurs actions peuvent être réalisées. Il semble que les gens devraient être plus sensibilisés à l'importance de l'alimentation durable et son implication dans leurs vies quotidiennes.

Cette recherche peut enrichir des connaissances sur le sujet de la consommation alimentaire durable et sur les facteurs qui l'influencent, mais aussi également elle peut contribuer au développement de la recherche sur le sujet surtout en liaison avec la pandémie COVID-19 et son influence sur les comportements et les habitudes alimentaires.

9. Références

Ayoun, S., & Ghallab, N. (2017). Les Déterminants De La Consommation Verte : , Une Exploration Théorique Et Proposition De Modèle. *Dirassat Iqtissadiya*, 2(4), 1015-1036. <https://doi.org/10.46317/1423-004-002-021>

Bergaglio, M. (2017). The contemporary illusion : population growth and sustainability. *Environment, Development and Sustainability*, 19(5), 2023-2038. <https://doi.org/10.1007/s10668-016-9842-3>

Binninger, A. S., & Robert, I. (2008). Consommation et développement durable. *La Revue des Sciences de Gestion*, 229(1), 51-59. <https://doi.org/10.3917/rsg.229.0051>

Bureau Européen des Unions de Consommateurs - The European Consumer Organisation. (2020). *ONE BITE AT A TIME: CONSUMERS AND THE TRANSITION TO SUSTAINABLE FOOD - Analysis of a survey of European consumers on attitudes towards sustainable food*

Bureau, A., Huchet, E., & Stokkink, D. (2015). Quelle politique alimentaire pour l'Union Européenne. *Note d'Analyse POUR LA SOLIDARITE*.

Comité permanent de la nutrition du système des Nations Unies. (2017). *Des régimes alimentaires durables pour la santé des populations et de la planète*.

Commission européenne. (2020a). *Farm to Fork Strategy For a fair, healthy and environmentally-friendly food system*.

Commission Européenne. (2020b). *COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN, AU CONSEIL, AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN ET AU COMITÉ DES RÉGIONS Une stratégie "De la ferme à la table" pour un système alimentaire équitable, sain et respectueux de l'environnement*.

Commission Européenne. (2020c). *ANNEXE de la COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN, AU CONSEIL, AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN ET AU COMITÉ DES RÉGIONS Une stratégie de la ferme à la table pour un système alimentaire équitable, sain et respectueux de l'environnement*.

Département des affaires économiques et sociales de l'ONU. (2016). *Transforming our world : The 2030 Agenda for Sustainable Development*.

Département des affaires économiques et sociales des Nations unies. (2015). *Global Sustainable Development Report: Advanced Unedited Version*.

Dubois, K. (2021). *La consommation durable en temps de COVID-19*. Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation-CPCP.

European Commission, Directorate-General for Environment, (1998). *Agenda 21 : The first five years: Implementation of Agenda 21 in the European Community*, Publications Office.

European Commission, Eurostat, (2014). *Sustainable development in the European Union : 2013 monitoring report of the EU sustainable development strategy : 2013 edition*, Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2785/11549>

Fryxell, G. E., & Lo, C. W. H. (2003). The Influence of Environmental Knowledge and Values on Managerial Behaviours on Behalf of the Environment: An Empirical Examination of Managers in China. *Journal of Business Ethics*, 46(1), 45–69. <https://doi.org/10.1023/A:1024773012398>

Herrington, G. (2021). Update to limits to growth : Comparing the World3 model with empirical data. *Journal of Industrial Ecology*, 25(3), 614-626. <https://doi.org/10.1111/jiec.13084>

Ifeanyiichukwu, C. D., & Nwaizugbo, C. I. (2020). Exploring Critical Factors Influencing Sustainable Food Consumption : A Conceptual Review. *European Journal of Business and Innovation Research*, 8(1), 32-42. <https://doi.org/10.37745/ejbir/vol8.no1.pp32-42.2020>

Institut européen d'innovation et de technologie. (2021). *COVID-19 STUDY: EUROPEAN FOOD BEHAVIOURS - COVID-19 impact on consumer food behaviors in Europe*

Institut National de la Consommation, Zero Waste France. (2020) *Enquête sur les habitudes de consommation responsable*

Kantar – Commission européenne. (2020). *Special Eurobarometer 505-Making our food fit for the future – Citizens' expectations*

Mor, K & Sethia, S. (2020). FACTORS THAT INFLUENCE HOUSEHOLD AND INDIVIDUAL FOOD CONSUMPTION : A REVIEW OF RESEARCH AND RELATED LITERATURE. *Management Insight*, 9(2), 14-17.

Kushwah, S., Dhir, A., Sagar, M., & Gupta, B. (2019). Determinants of organic food consumption. A systematic literature review on motives and barriers. *Appetite*, 143, 104402. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104402>

Laaninen, T., Calasso, M.P. (2020). *Reducing food waste in the European Union*.

Le Douarin, S. (2020). *L'agriculture bio dans l'Union européenne*, LES CARNETS INTERNATIONAUX DE L'AGENCE BIO mars 2020

Leal Filho, W., Salvia, A. L., Paço, A., Dinis, M. A. P., Vidal, D. G., da Cunha, D. A., de Vasconcelos, C. R., Baumgartner, R. J., Rampasso, I., Anholon, R., Doni, F., Sonetti, G., Azeiteiro, U., Carvalho, S., & Ríos, F. J. M. (2022). The influences of the COVID-19 pandemic on sustainable consumption : an international study. *Environmental Sciences Europe*, 34(1). <https://doi.org/10.1186/s12302-022-00626-y>

Lee, C. K. C., Levy, D. S., & Yap, C. S. F. (2015). How does the theory of consumption values contribute to place identity and sustainable consumption ? *International Journal of Consumer Studies*, 39(6), 597-607. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12231>

Li, S., Kallas, Z., Rahmani, D., Gil, J. M. (2021). Trends in Food Preferences and Sustainable Behavior during the COVID-19 Lockdown : Evidence from Spanish Consumers. *Foods*, 10(8). <https://doi.org/10.3390/foods10081898>

Livi Bacci, M. (2017). *A concise history of world population / Massimo Livi Bacci*. (Sixth edition.). John Wiley & Sons Ltd.

Mathé, T. (2009). *Comment les consommateurs définissent-ils l'alimentation durable*. CRÉDOC, Cahier de recherche.

Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens, W. W., III. (1972). *The Limits to Growth : A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind* (1st éd.). Universe Books.

Nemecek, T., Jungbluth, N., i Canals, L. M., & Schenck, R. (2016). Environmental impacts of food consumption and nutrition : where are we and what is next ? *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 21(5), 607-620. <https://doi.org/10.1007/s11367-016-1071-3>

Nicolau, M., Esquivel, L., Schmidt, I., Fedato, C., Leimann, L., Samoggia, A., Monticone, F., Prete, D.M., Ghelfi, R., Saviolidis, M.N., Olafsdottir, G., Sigurdardottir, H., Aubert, P.M., Huber, E., Aditjandra, A., Hubbard, C., De, A., Gorton, M., Čechura, L., Bogason, G.S., Brimont, L., Odene, J. & Schamari, D. (2021). *Food consumption behaviours in Europe. Mapping drivers, trends and pathways towards sustainability*.

Oliveira, M., Gomes, S., Santos, T., & Lopes, J. M. (2021). Alterations in consumer behavior on food purchases during covid-19 pandemic. *Academy of Strategic Management Journal*, 20 (2).

Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. (2011a), *Energy-smart Food for People and Climate*, Issue paper, Rome, FAO.

Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. (2011b). *Global food losses and food waste – Extent, causes and prevention*. Rome

Orîndaru, A., Popescu, M. F., Căescu, T. C., Botezatu, F., Florescu, M. S., & Runceanu-Albu, C. C. (2021). Leveraging COVID-19 Outbreak for Shaping a More Sustainable Consumer Behavior. *Sustainability*, 13(11), 5762. <https://doi.org/10.3390/su13115762>

Programme des Nations Unies pour l'environnement. (2015). *Sustainable Consumption and Production and the SDGs*.

Rashotte, L. (2007). Social Influence. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*.

<https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeoss154>

ROSSI, R., 2020. 'Farm to Fork' strategy: Striving for healthy and sustainable food, EPRS: European Parliamentary Research Service.

Roy, M. (2020). Greening behavior toward sustainable development. *Sustainable Development Strategies*, 53-90. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-818920-7.00001-3>

Surynek, A., Komárková, R., Kašparová, E. (2001). *Základy sociologického výzkumu*. (1st ed.) Praha: Management Press

Tanrikulu, C. (2021). Theory of consumption values in consumer behaviour research : A review and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 45(6), 1176-1197. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12687>

United Nations Conference on Environment and Development Rio de Janeiro, Brazil. (1993). *Agenda 21 : program of action for sustainable development ; Rio Declaration on Environment and Development ; Statement of Forest Principles: The final text of agreements negotiated by governments at the United Nations Conference on Environment and Development (UNCED), 3-14 June 1992, Rio de Janeiro, Brazil*. United Nations Dept. of Public Information.

United Nations, Department of Economic and Social Affairs. (2019). *Population Division. World Population Prospects 2019*.

Vieille Blanchard, E. (2010). Modelling the Future : an Overview of the ‘Limits to Growth’ Debate. *Centaurus*, 52(2), 91-116. <https://doi.org/10.1111/j.1600-0498.2010.00173.x>

Wang, Q., & Huang, R. (2021b). The impact of COVID-19 pandemic on sustainable development goals – A survey. *Environmental Research*, 202, 111637. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2021.111637>

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.

Lambert De Francesch, J. (2021). *Littérature en nutrition, attitude environnementale et satisfaction de manger sainement: étude des déterminants de l'alimentation saine et durable chez le mangeur modern*

Références en ligne

Conseil de l'UE et du Conseil européen. (2021, 19 novembre). *Réduire les pertes et les gaspillages alimentaires*. European Council. Consulté le 30 juillet 2022, à l'adresse <https://www.consilium.europa.eu/fr/policies/food-losses-waste/#:%7E:text=Selon%20l'Organisation%20des%20Nations,perdues%20ou%20gas pill%C3%A9es%20chaque%20ann%C3%A9e>

Directorate-General for Agriculture and Rural Development. (2022, 21 juin). *CAP at a glance*. Agriculture and Rural Development. Consulté le 27 juillet 2022, à l'adresse https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cap-glance_en

Directorate-General for Agriculture and Rural Development. (s. d.). *Organic action plan*. European Commission. Consulté le 13 août 2022, à l'adresse https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-action-plan_en

Fonds des Nations Unies pour la population. (2022). *World Population Dashboard*. Fonds des Nations Unies pour la population. Consulté le 1 juillet 2022, à l'adresse <https://www.unfpa.org/fr/data/world-population-dashboard>

Organisation Des Nations Unis. (s. d.). *Sustainable consumption and production. Sustainable Development Knowledge Platform*. Sustainable Development Goals - Knowledge Platform. Consulté le 10 juillet 2022, à l'adresse <https://sustainabledevelopment.un.org/topics/sustainableconsumptionandproduction>

Un pacte vert pour l'Europe. (2019, 12 octobre). Commission européenne - European Commission. Consulté le 15 juillet 2022, à l'adresse https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_fr

Liste des tableaux

TABLEAU 1 - DONNEES SOCIO-DEMOGRAPHIQUES.....	37
---	----

Liste des graphiques

GRAPHIQUE 1 : OÙ ACHETEZ-VOUS LE PLUS SOUVENT VOS PRODUITS ALIMENTAIRES ?	38
GRAPHIQUE 2: Q11 - LORSQUE NOUS PARLONS DE CONSOMMATION ALIMENTAIRE DURABLE, QU'EST-CE QUI EST LE PLUS IMPORTANT POUR VOUS?.....	40
GRAPHIQUE 3: QUELS SONT LES ASPECTS DE L'ALIMENTATION DURABLE QUI SONT IMPORTANTS POUR VOUS ?.....	40
GRAPHIQUE 4: PARMIS LES CARACTERISTIQUES SUIVANTES D'UNE ALIMENTATION "DURABLE", QUELLES SONT CELLES QUE VOUS CONSIDEREZ COMME LES PLUS IMPORTANTES ?	41
GRAPHIQUE 5: SELON VOUS, QUELLE EST LA CARACTERISTIQUE LA PLUS IMPORTANTE D'UNE ALIMENTATION "DURABLE" ?.....	42
GRAPHIQUE 6: SELON VOUS, QUELS ACTEURS DE LA LISTE CI-DESSOUS JOUENT UN ROLE DANS LA DURABILITE DE NOS SYSTEMES ALIMENTAIRES ?	43
GRAPHIQUE 7: SELON VOUS, QUELS ACTEURS DE LA LISTE CI-DESSOUS ONT UN ROLE A JOUER POUR RENDRE NOS SYSTEMES ALIMENTAIRES DURABLES ?.....	43
GRAPHIQUE 8: QU'EST-CE QUI INFLUENCE VOTRE CHOIX D'ACHAT DE NOURRITURE ?	44
GRAPHIQUE 9: QU'EST-CE QUI A LE PLUS INFLUENCE VOTRE CHOIX D'ACHATS ALIMENTAIRES PENDANT LA PANDEMIE ?	45
GRAPHIQUE 10: QU'EST-CE QUI LIMITE VOTRE CHOIX D'ALIMENTS DURABLES ?.....	46
GRAPHIQUE 11: Q20 - OU AVEZ-VOUS PRINCIPALEMENT ACHETE DE LA NOURRITURE PENDANT LA PANDEMIE DE COVID-19 ?.....	48
GRAPHIQUE 12: Q22 - DANS QUELLE MESURE VOS HABITUDES ALIMENTAIRES ONT-ELLES CHANGE PENDANT LA PANDEMIE DE COVID-19 ?	49
GRAPHIQUE 13: Q15 -QUE FAITES-VOUS POUR AMELIORER VOS HABITUDES ALIMENTAIRES DANS LE SENS DE LA DURABILITE ?.....	50
GRAPHIQUE 14: Q19 - COMMENT ESSAYEZ-VOUS DE RÉDUIRE LES DÉCHETS ALIMENTAIRES ?	51

Liste des annexes

ANNEXE 1 LE QUESTIONNAIRE.....	!
--------------------------------	---

Dotazník k diplomové práci na téma : Udržitelná konzumace potravin

Dobrý den,

jsem studentkou regionálního a evropského projektového managementu na Ekonomické fakultě na JČU.

Budu ráda, když věnujete prosím několik minut svého času k vyplnění následujícího dotazníku, který poslouží jako podklad k diplomové práci na téma udržitelná konzumace potravin.

Dotazník vám zabere pět až deset minut.

Dotazník je anonymní a všechny vyplněné informace budou využity pouze k výzkumným účelům.

Děkuji.

Bc. Marie Spáčilová

1 Pohlaví

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Žena Muž

2 Jaký je Váš věk?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- 16-24 25-34 35-49 50-64 65 a více

3 Uveďte počet členů domácnosti

4 Kolik obyvatel má obec/město ve kterém žijete?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Do 10 000 obyvatel Od 10 000 do 50 000 obyvatel Od 50 000 do 100 000 obyvatel Od 100 000 do 500 000 obyvatel
 Nad 500 000 obyvatel

5 Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Základní Střední bez maturity Střední s maturitou Vysokoškolské

6 Jaký je Váš měsíční příjem?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- do 17 500 Kč od 17 500 do 37 500 Kč 37 500 Kč a výš

7 Je pro vás důležité co jíte?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano Moc ne Ne

8 Kde převážně nakupuje vaše potraviny?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Hypermarket, supermarket Malá prodejna Specializovaný obchod s potravinami Farmářský trh Online
 Jiná...

9 Co ovlivňuje váš výběr nákupu potravin ?

Nápověda k otázce: *1 - nejméně, 5 - nejvíce*

	1	2	3	4	5
Cena	<input type="radio"/>				
Kvalita	<input type="radio"/>				
Množství	<input type="radio"/>				
Chuť	<input type="radio"/>				
Složení	<input type="radio"/>				
Původ	<input type="radio"/>				

Dotazník k diplomové práci na téma : Udržitelná konzumace potravin

Label (regionální potravina, bio)	<input type="radio"/>				
Sezónnost	<input type="radio"/>				

10 Znáte pojem udržitelná konzumace potravin?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano Ne

11 Když mluvíme o udržitelné spotřebě potravin, co je pro vás nejvíce důležité?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Co jíte, je pro vás zdravé To, co jíte, podporuje místní ekonomiku Co jíte, je dobré pro planetu Potraviny, které jíte, mají minimální obaly
- Obaly potravin jsou recyklovatelné
- Jiná...

12 Kterou z následujících vlastností "udržitelných" potravin považujete za nejdůležitější?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí (maximálně 3 odpovědi)*

- Výživné a zdravé Nízký dopad na životní prostředí a klima (např. uhlíková stopa) Dostupnost Cenová dostupnost potravin pro všechny
- Malé nebo žádné používání pesticidů Místní nebo krátké dodavatelské řetězce Spravedlivé příjmy pro producenty Ekologické zemědělství
- Vysoké standardy životních podmínek hospodářských zvířat Minimálně zpracované, tradiční Minimální balení, žádné nebo málo plastů
- Jiná...

13 Kteří aktéři z níže uvedeného seznamu podle vás hrají roli při zajišťování udržitelnosti našich potravinových systémů?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- | | | | |
|---|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Producenti (zemědělci, rybáři, producenti akvakultury) | <input type="checkbox"/> Výrobci potravin | <input type="checkbox"/> Obchody a maloobchodníci; pohostinství a stravovací služby (hotely, restaurace, jídelny, nemocnice...) | <input type="checkbox"/> Instituce EU |
| <input type="checkbox"/> Vlášda | <input type="checkbox"/> Kraje | <input type="checkbox"/> Města, místní orgány | <input type="checkbox"/> Nevládní organizace; investoři, banky nebo finanční instituce |
| <input type="checkbox"/> Poskytovatelé vzdělávání (školy atd.) | <input type="checkbox"/> Spotřebitelé | | |
| <input type="checkbox"/> Jiná... | <input type="text"/> | | |

14 Co vás omezuje ve výběru udržitelných potravin ?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- | | | | |
|-------------------------------------|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Vyšší cena | <input type="checkbox"/> Omezená nabídka | <input type="checkbox"/> Vzdálenost mezi producentem a zákazníkem | <input type="checkbox"/> Informovanost |
| <input type="checkbox"/> Jiná... | <input type="text"/> | | |

15 Co děláte pro to, abyste zlepšili své stravovací návyky směrem k udržitelnosti?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- | | | | |
|---|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Nákup a konzumace lokálních potravin | <input type="checkbox"/> Nákup a konzumace sezonních potravin | <input type="checkbox"/> Pěstování vlastního ovoce a zeleniny | <input type="checkbox"/> Omezení plýtvání potravin |
| <input type="checkbox"/> Žádná z nabízených možností | | | |
| <input type="checkbox"/> Jiná... | <input type="text"/> | | |

16 Znáte rozdíl mezi pojmy datum minimální trvanlivosti a datum spotřeby?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano Ne

17 Jste ochotni nakupovat výrobky ve slevě, u kterých se blíží konec data minimální trvanlivosti a datum spotřeby?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano Ne

18 Pokud NE, proč?

Nápověda k otázce: *uveďte prosím důvod*

19 Jak se snažíte snížit plýtvání potravinami?

Nápověda k otázce: *1 - nejméně, 5 - nejvíce*

	1	2	3	4	5
Správné skladování potravin	<input type="radio"/>				
Správné uchování a nakládání se zbytky potravin	<input type="radio"/>				
Informovanost o datu minimální trvanlivosti a datu spotřeby	<input type="radio"/>				
Nakupování v menším množství	<input type="radio"/>				
Plánování jídel	<input type="radio"/>				
Plánování nákupů	<input type="radio"/>				

20 Kde jste převážně nakupovali potraviny během pandemie COVID-19?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Hypermarket, supermarket
 Malá prodejna
 Specializovaný obchod s potravinami
 Farmářský trh
 Online
 Jiná...

21 Co nejvíce ovlivňovalo váš výběr nákupu potravin během pandemie ?

Nápověda k otázce: *1 - nejméně, 5 - nejvíce*

	1	2	3	4	5
Cena	<input type="radio"/>				
Kvalita	<input type="radio"/>				

Dotazník k diplomové práci na téma : Udržitelná konzumace potravin

Množství	<input type="radio"/>				
Chuť	<input type="radio"/>				
Složení	<input type="radio"/>				
Původ	<input type="radio"/>				
Label (regionální potravina, bio)	<input type="radio"/>				
Sezónnost	<input type="radio"/>				

22 Jak moc se změnila vaše stravovací návyky během pandemie COVID-19?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

	Vůbec	Téměř nezměnily	Tak napůl	Docela změnily	Radikálně změnily
Odpověď	<input type="radio"/>				

23 Změnil se váš přístup k udržitelné konzumaci potravin obecně během pandemie COVID-19 s porovnáním před a po?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano Ne

24 Pokud ANO, jak?

Nápověda k otázce: *Uveďte prosím příklad*

25 Změnil se váš přístup k udržitelnosti obecně během pandemie COVID-19 s porovnáním před a po?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano Ne

26 Pokud ANO, jak?

Nápověda k otázce: *Uveďte prosím příklad*