

Le plastique à usage unique dans le secteur agroalimentaire: Dilemme et solutions

Sylvain Charlebois

Tony Walker

Eamonn McGuinty

Janet Music

DALHOUSIE UNIVERSITY

Étude conduite par:

Le Laboratoire de recherche en sciences analytiques agroalimentaires de l'Université Dalhousie



Résultats principaux (I)

- **Les régions et les groupes d'âge** sont des facteurs socio-économiques significatifs quant à l'enjeu controversé du plastique à usage unique (PUU);
- **Les régions de l'Atlantique** et le **Québec** sont les plus conscientes, les **Prairies**, le moins;
- **Les milléniaux** et la **génération Z** sont généralement plus conscients que les générations plus âgées;
- La majorité des Canadiens ne sont pas enclins à payer un prix plus élevé que **2,5%** pour une solution au détail des PUU, mais sont ouverts à une **taxe**;



Résultats principaux (II)

- La majorité des Canadiens croient que l'ensemble des **palliers gouvernementaux** et des **secteurs de l'industrie** sont responsables;
- Résultats variés quant aux **mesures d'incitation** offertes à l'industrie;
- Les **connaissances** sont variées quant aux solutions alternatives et marketing de l'industrie;
- Les **interdictions** ne sont pas aussi populaires que l'utilisation de **nouvelles technologies**;
- Les **inquiétudes environnementales** sont plus significatives que la **salubrité alimentaire**;
- Les solutions **biodégradables et compostables** sont les plus populaires chez les Canadiens et Canadiennes.



Recommandations

- Le **plastique** demeurant dans la chaîne d'emballage doit être simplifié et normalisé pour l'ensemble du Canada;
- La solution retenue doit offrir un meilleur alignement entre la **règlementation de la sécurité alimentaire** et les **obligations environnementales** du secteur agroalimentaire et ce, à tous les niveaux gouvernementaux;
- L'utilisation **d'emballage compostable** (polymères à base de plantes) doit être encouragée et récompensée;
- Support accru à la **recherche** et la **mise en marché** de solutions d'emballages compostables, avec une participation active des **municipalités**;
- Encourager l'industrie à adopter le **modèle d'économie circulaire**, s'alignant avec la stratégie zéro déchet plastique du gouvernement fédéral.



Recommandations

- Le modèle “**naked food**” (*produit alimentaire nu*) considéré comme une option intéressante;
- Encourager l’utilisation de **matériel recyclable** comme le carton, le papier et l’emballage d’aluminium;
- **Les solutions axées sur le consommateur** doivent être considérées, mais pas priorisées;
- Les **taxes** et **interdictions** devraient être considérées comme des mesures populistes ayant des résultats limités et potentiellement compromettants;
- Cependant, une **période d’élimination volontaire** des sacs en plastique devrait être instaurée;
- **Éducation**: L’industrie devrait considérer des événements **communautaires** et des **campagnes de sensibilisation**.



Modèle de l'étude



But: Mieux comprendre la perspective des consommateurs canadiens envers l'utilisation du plastique à usage unique au sein de l'industrie agroalimentaire canadienne et explorer les solutions possibles.

Méthodologie et échantillonnage: étude exploratoire, échantillon de **1014 Canadiens** sondés du 13 au 18 mai 2019. Les résultats combinent les réponses “Fortement en accord” et “En accord”.

Marge d'erreur: 3,2%, 19 fois sur 20 (marge d'erreur non applicable aux données catégorisées).



DALHOUSIE UNIVERSITY



DALHC UNIVEI

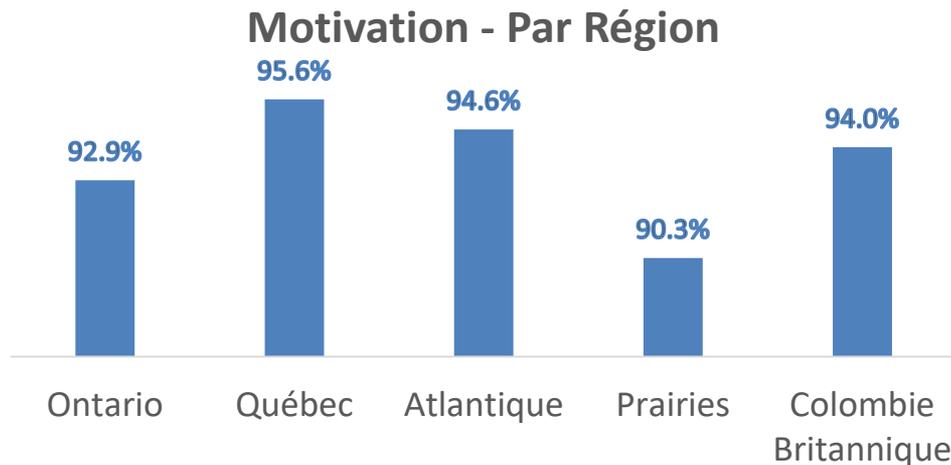
**Comportements et opinions des
consommateurs**



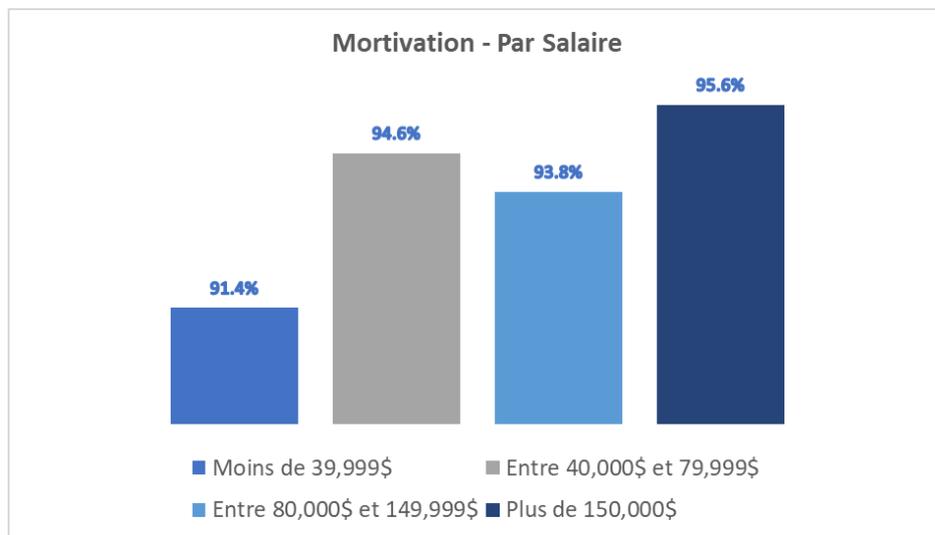
DALHC UNIVER

87,2% des répondants considèrent que l'impact environnemental causé par l'utilisation de plastique à usage unique est important.

93,7% des répondants sont personnellement motivés à réduire leur utilisation d’emballages alimentaires de plastique à usage unique à cause de leurs impacts sur l’environnement.



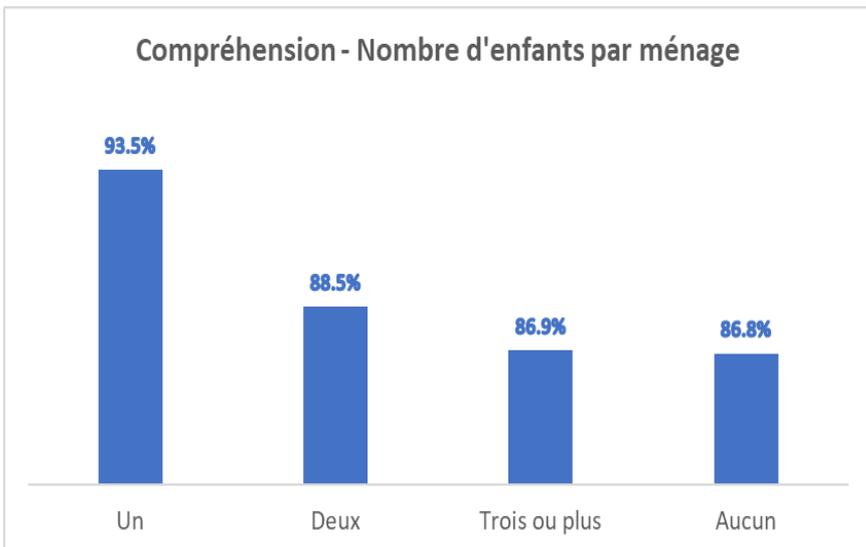
*Motivation légèrement plus élevé des répondants du **Québec** et des **Régions Atlantiques** à réduire leur quantité de POU.*



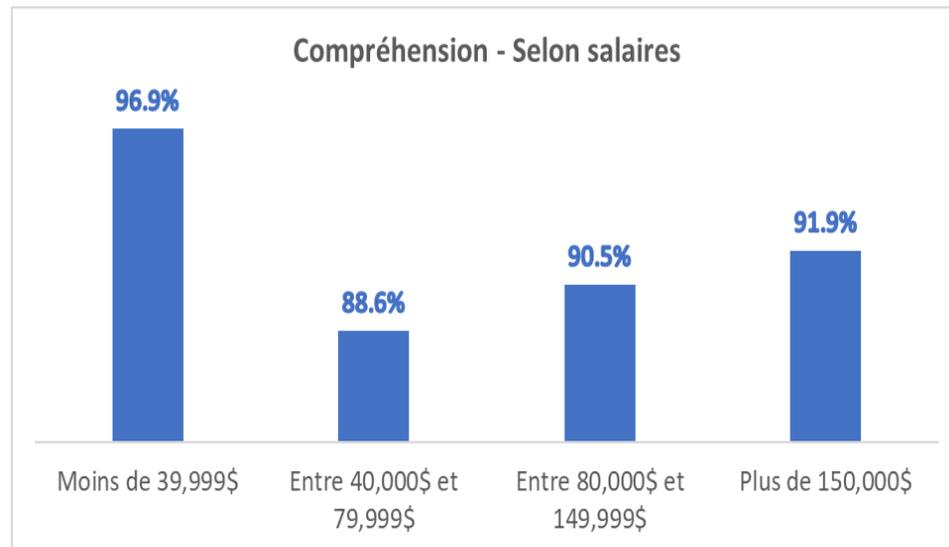
*Les gens ayant un revenu de plus de **150 000\$** sont également légèrement plus motivés.*

88,6% connaissent les solutions alternatives disponibles aux emballages alimentaires en plastique à usage unique.

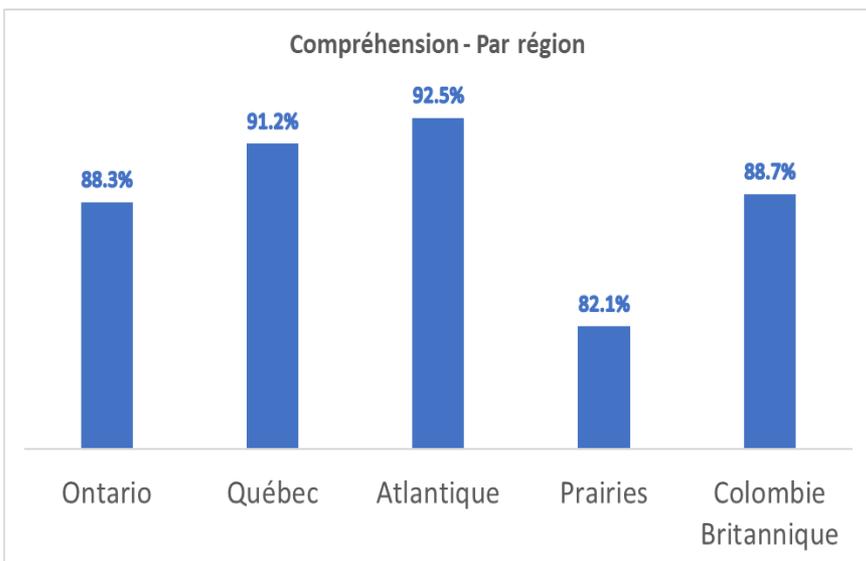
Compréhension - Nombre d'enfants par ménage



Compréhension - Selon salaires

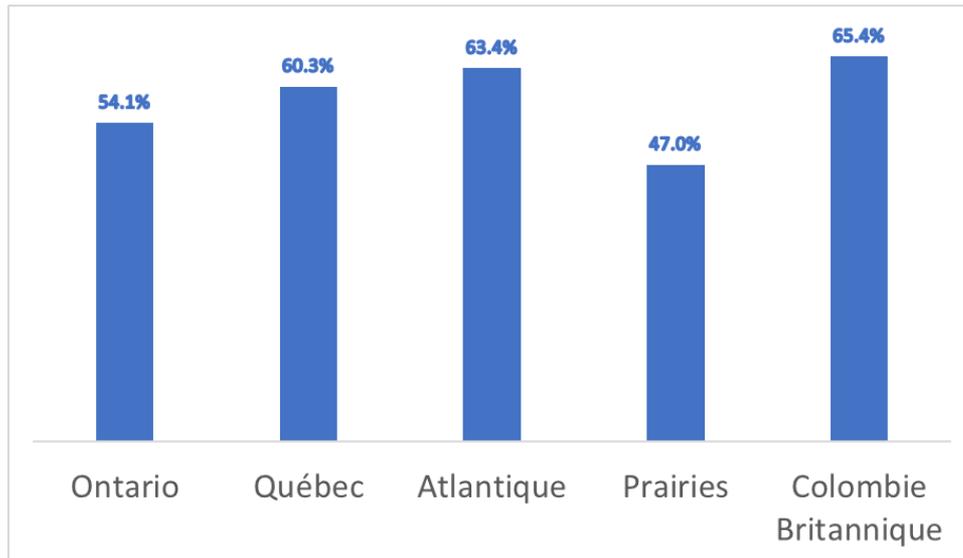
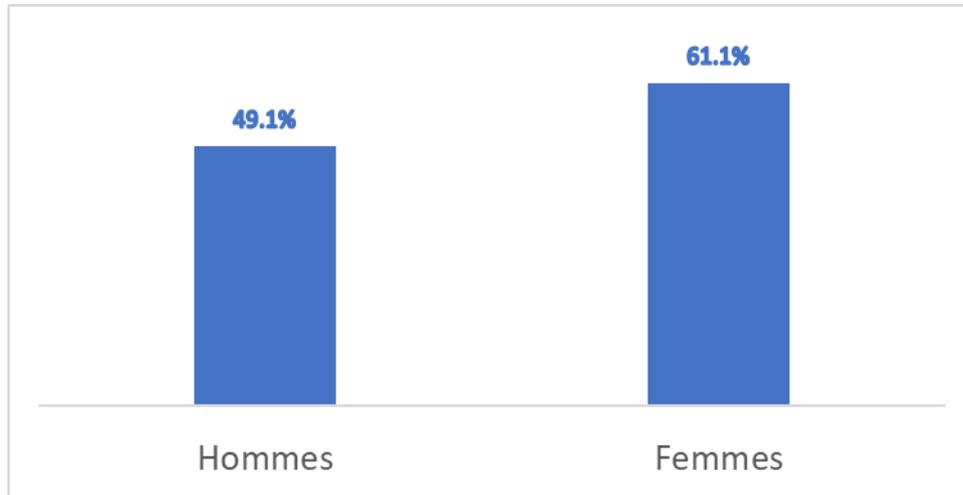


Compréhension - Par région



*Les répondants des **Régions Atlantiques** et du **Québec** comprennent un peu mieux les solutions alternatives, de même que ceux ayant un revenu de moins de **39 999\$** et les ménages ayant **un enfant**.*

56,4% cherchent activement des emballages sans plastique lorsqu'ils font leurs emplettes.

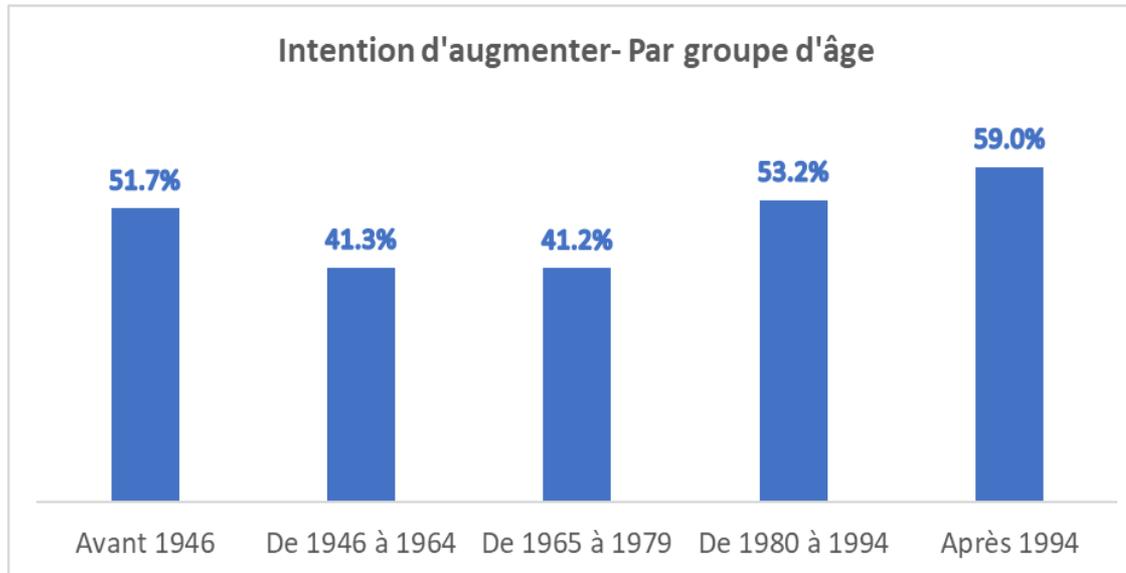


***Un Canadien sur deux** cherche activement des emballages sans plastique:*

*- Les **femmes** sont plus enclines que les **hommes**;*

*- Les résidents de la **Colombie-Britannique** étant en tête de liste, ceux des Prairies y portant le moins attention.*

Au cours des 6 prochains mois, **56,6% des répondants** ont l'intention d'augmenter leurs achats d'aliments offrant des emballages verts.

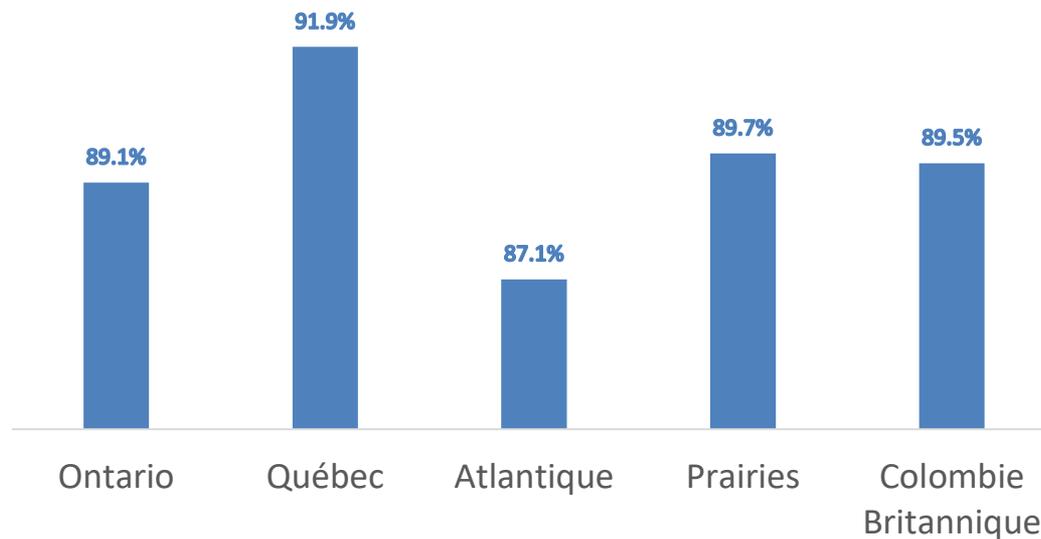


*Population en général:
un Canadien sur deux*

*Plus le répondant est
jeune, plus il ou elle a
l'intention d'augmenter
leurs achats
d'emballages verts
(corr.=.002).*

89,8% des répondants croient que les emballages en plastique devraient être changés pour des alternatives vertes, mais sans coût additionnel.

Emballage vert - Par région



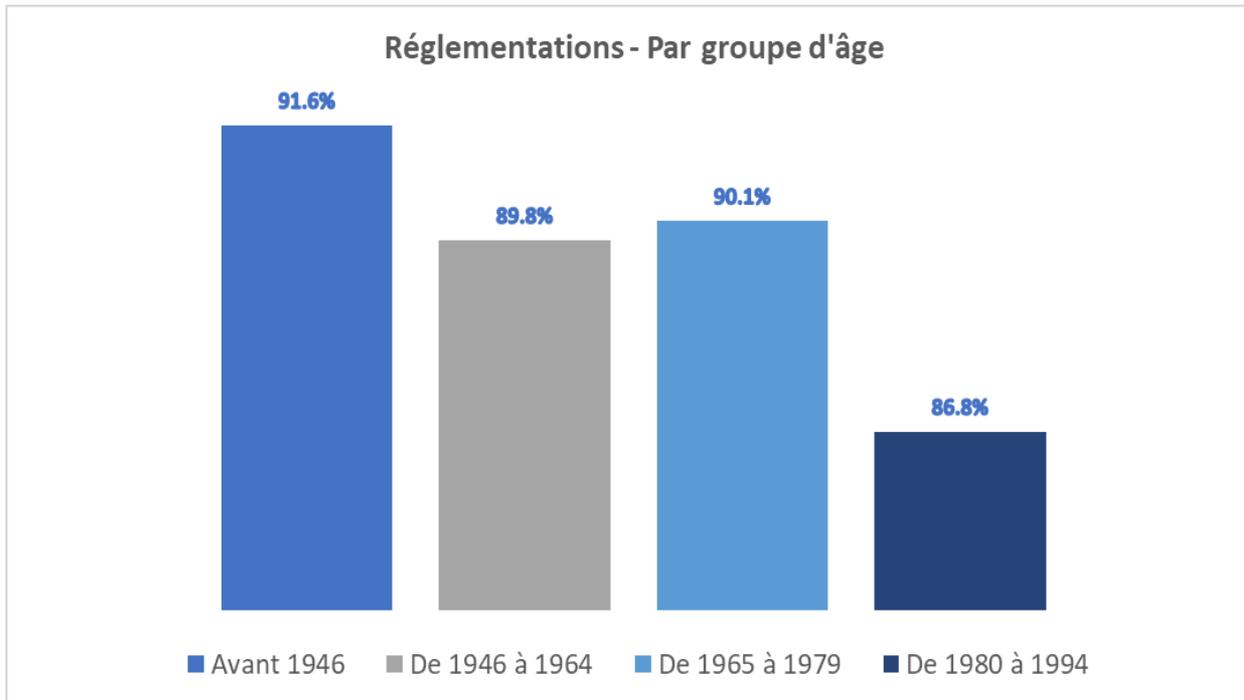
*Les **Québécois** sont les plus favorables aux emballages verts, mais sans coût additionnel.*



DALHC UNIVEI

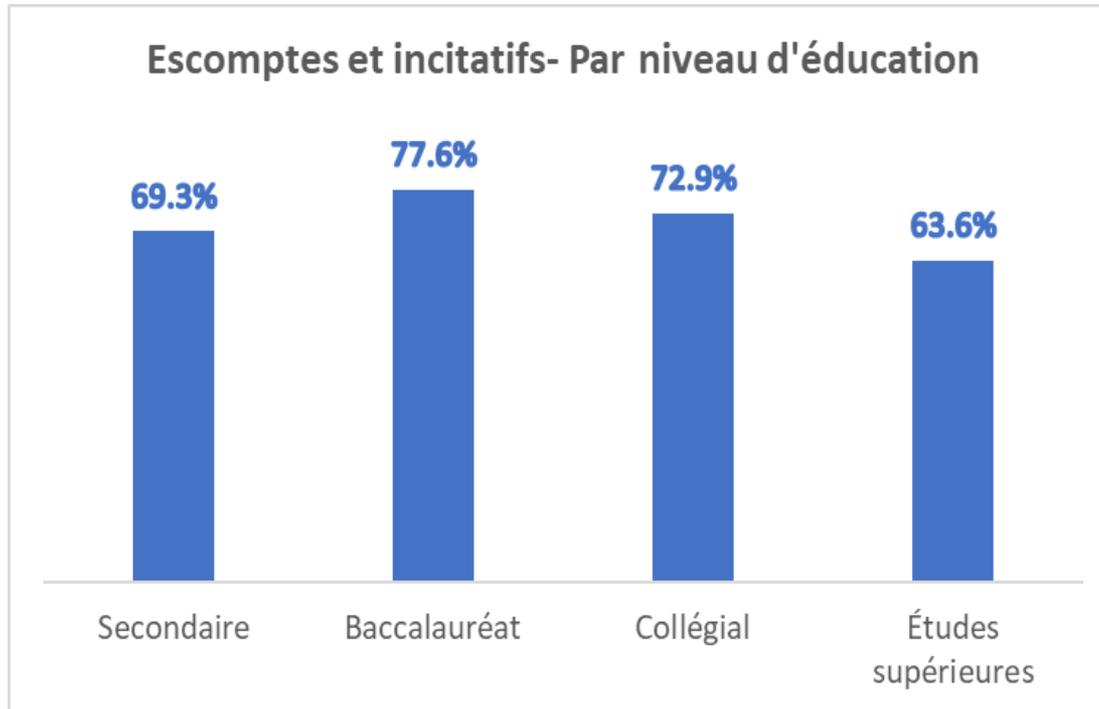
**Influence et adaptation au
changement**

89,8% des répondants croient que la réglementation canadienne visant à réduire l'utilisation du plastique à usage unique pour les emballages alimentaires devrait être renforcée.



*Plus le répondant est **âgé**, plus il est porté à croire que la réglementation doit être renforcée (corr.=.001).*

Si plus d'interdictions sont mises en place, **71,8% des répondants** croient qu'ils devraient recevoir une escompte, un incitatif à l'achat ou un rabais afin de supporter les alternatives vertes.



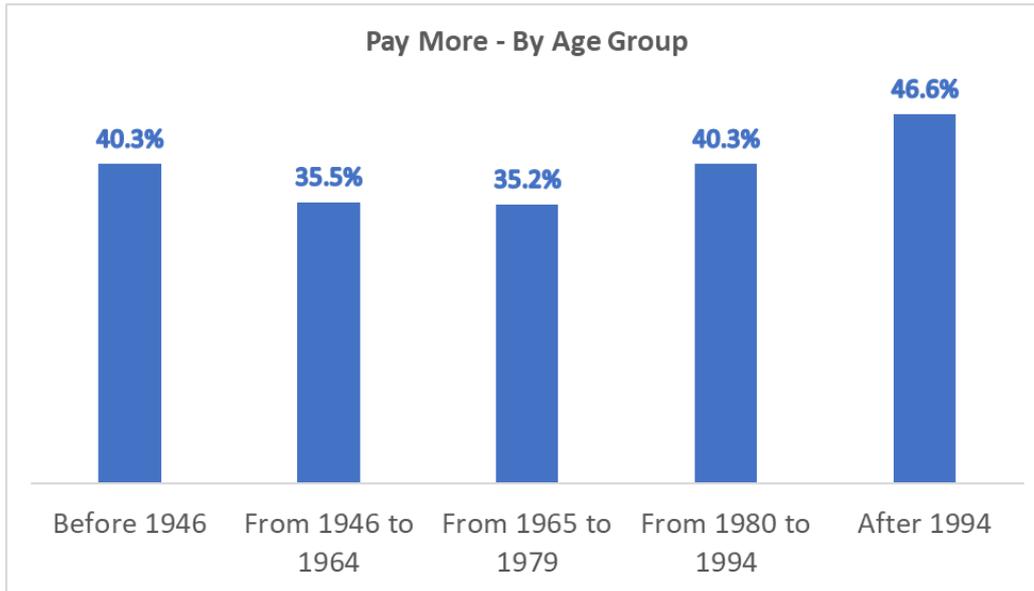
*Plus le répondant est **éduqué**, moins il est porté à vouloir un rabais ou un incitatif à l'achat (corr.=.004).*



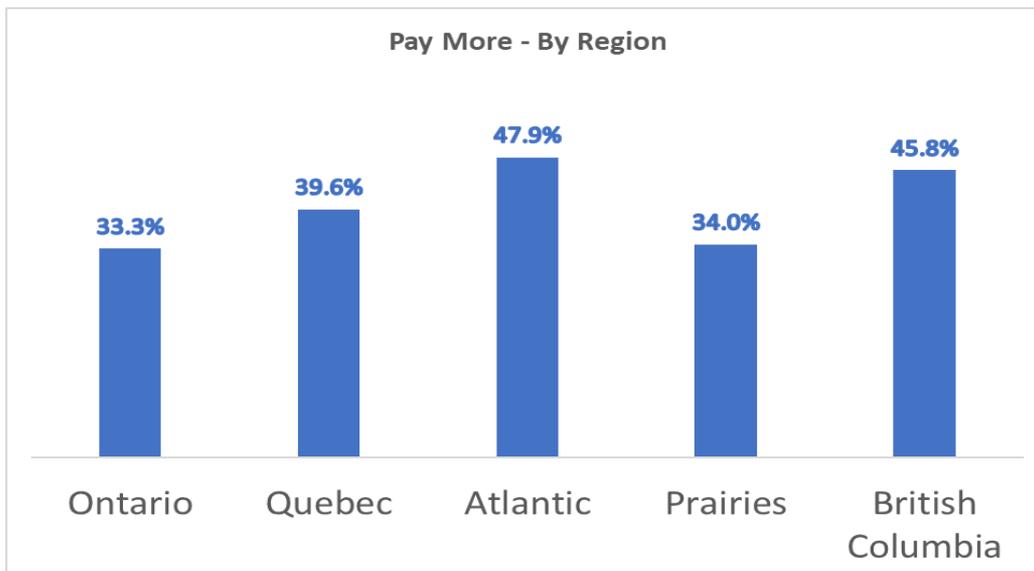
DALHC UNIVEI

Pistes de solutions

37,7% des répondants sont disposés à payer plus cher pour un item ayant un emballage biodégradable.

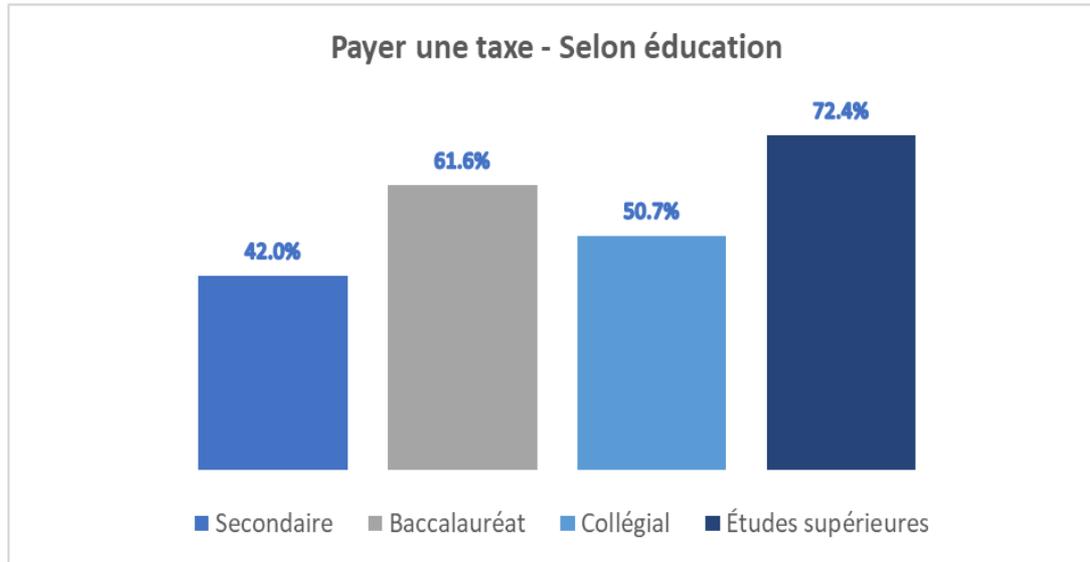


*Plus le répondant est **jeune**, plus il est disposé à payer plus cher (corr.=.009).*



Les régions sont divisées à ce sujet.

52,9% des répondants accepteraient de payer une taxe gouvernementale afin de décourager l'utilisation du plastique à usage unique.

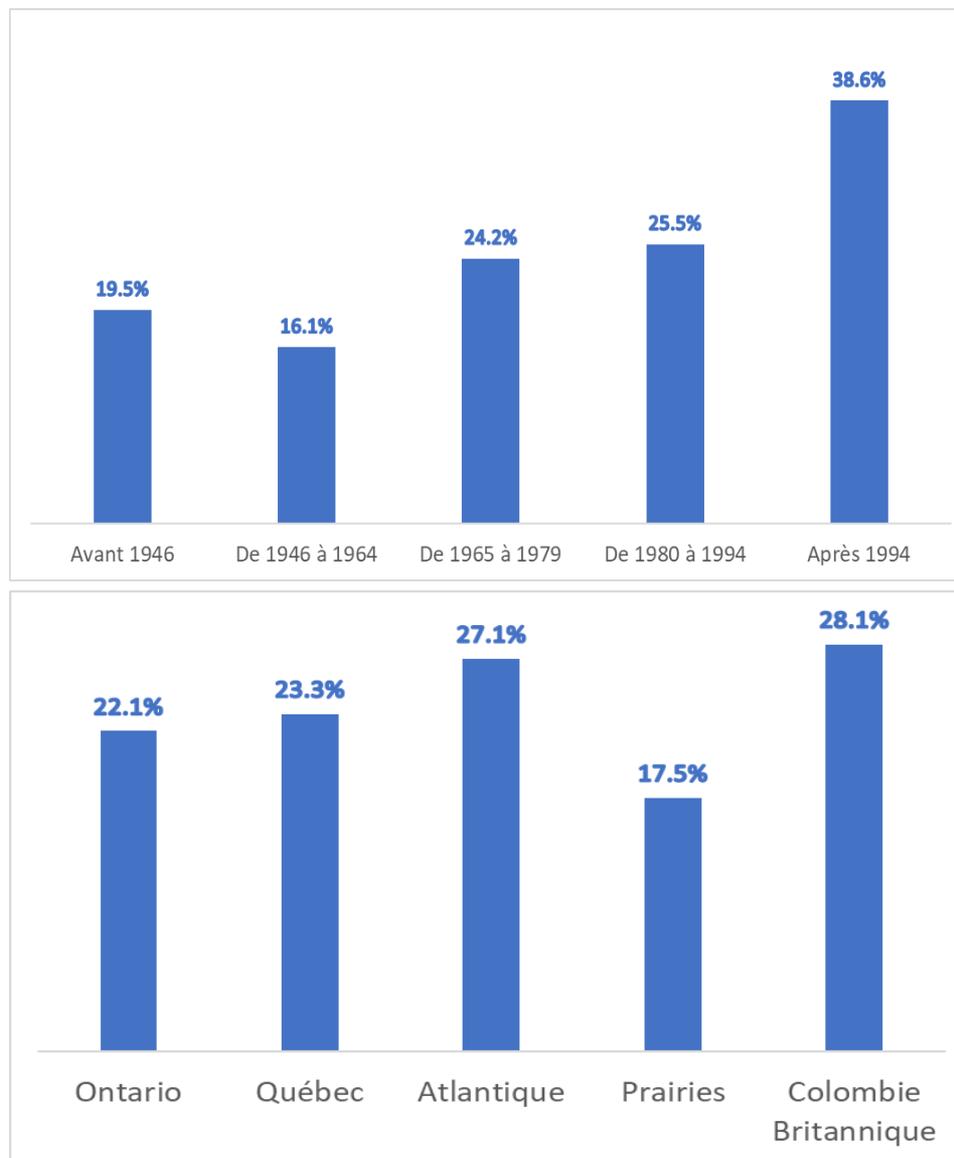


Plus le répondant est éduqué, plus il est disposé à accepter de payer une taxe (corr.=.004).



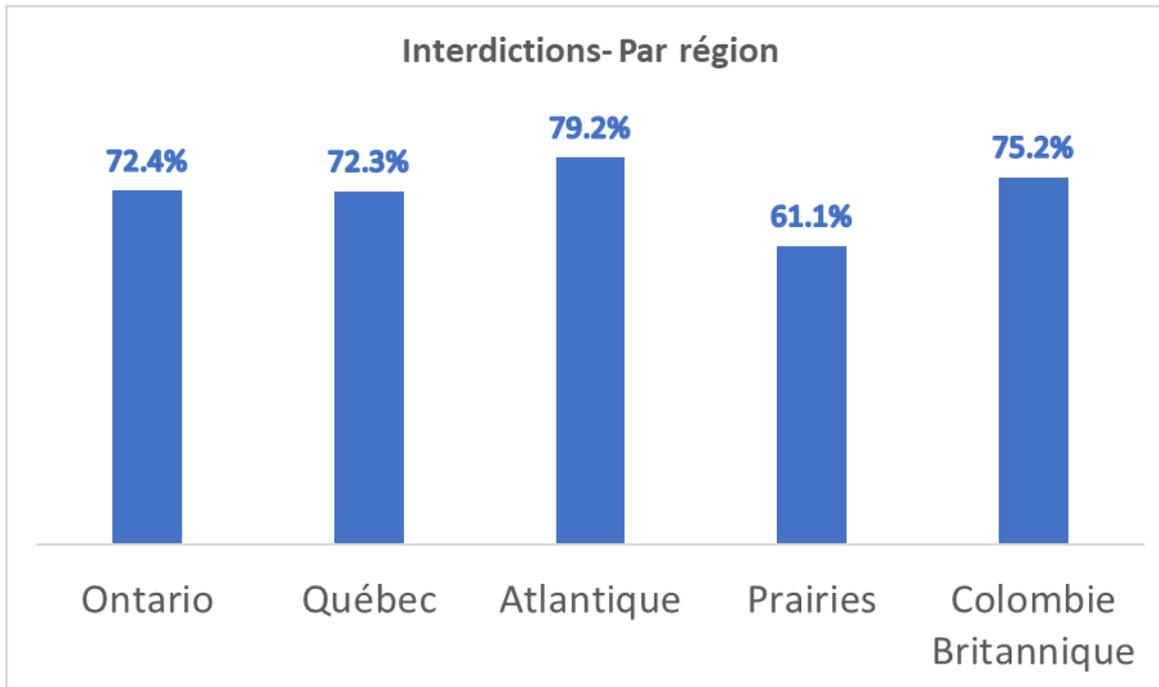
*Plus le **revenu** du répondant est élevé, plus il est disposé à accepter de payer une taxe (corr.=.000).*

23,2% des répondants accepteraient de payer un frais supplémentaire à une compagnie d'alimentation pour un emballage plastique à usage unique.



*Support très faible: plus le répondant est **jeune**, plus il est enclin à payer un frais à une compagnie d'alimentation (corr.=.002).*

71,2% des répondants sont favorables à une interdiction de tout plastique à usage unique dans les emballages alimentaires.



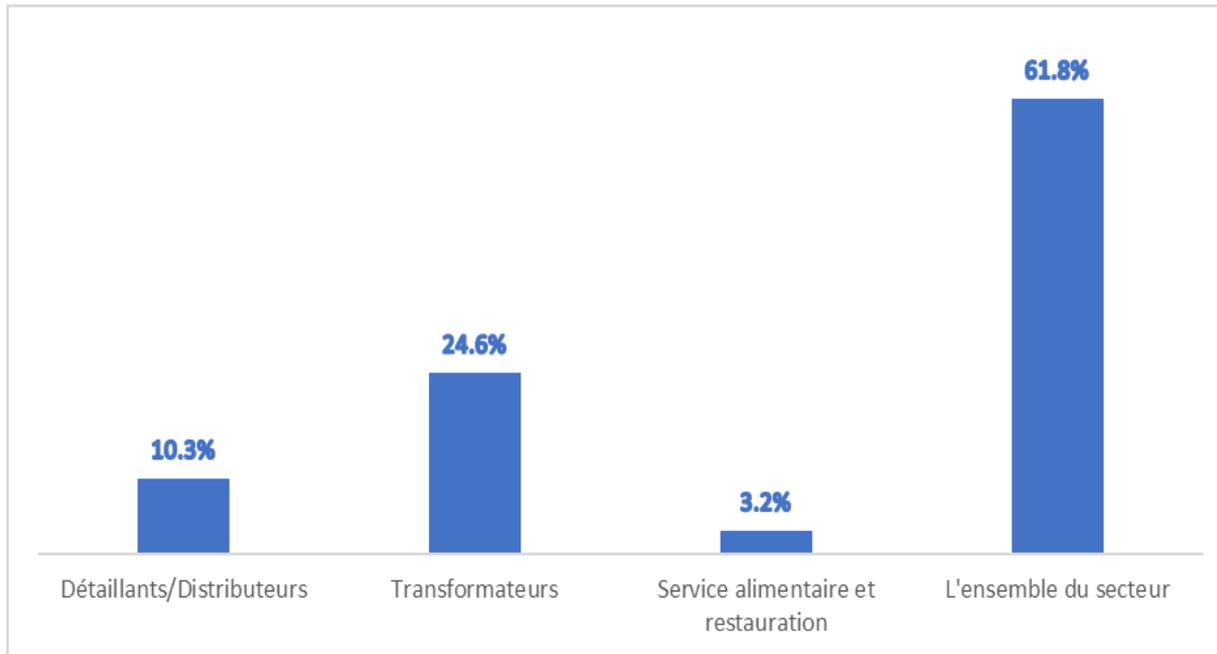
*Support le plus élevé
dans les régions
Atlantiques.
Support le plus bas
dans les **Prairies.***

La responsabilité sociale des entreprises (RSE) est la stratégie privilégiée du secteur privé qui opère avec le but de renforcer un résultat s'appuyant sur trois facteurs: *humains, planète, profit*.

En ce qui a trait aux stratégies de RSE appliquées à l'industrie alimentaire, **78,5% des répondants** croient que celles-ci devraient inclure des normes minimales de produits biodégradables et des mesures de performance pour les emballages alimentaires en plastique à usage unique.

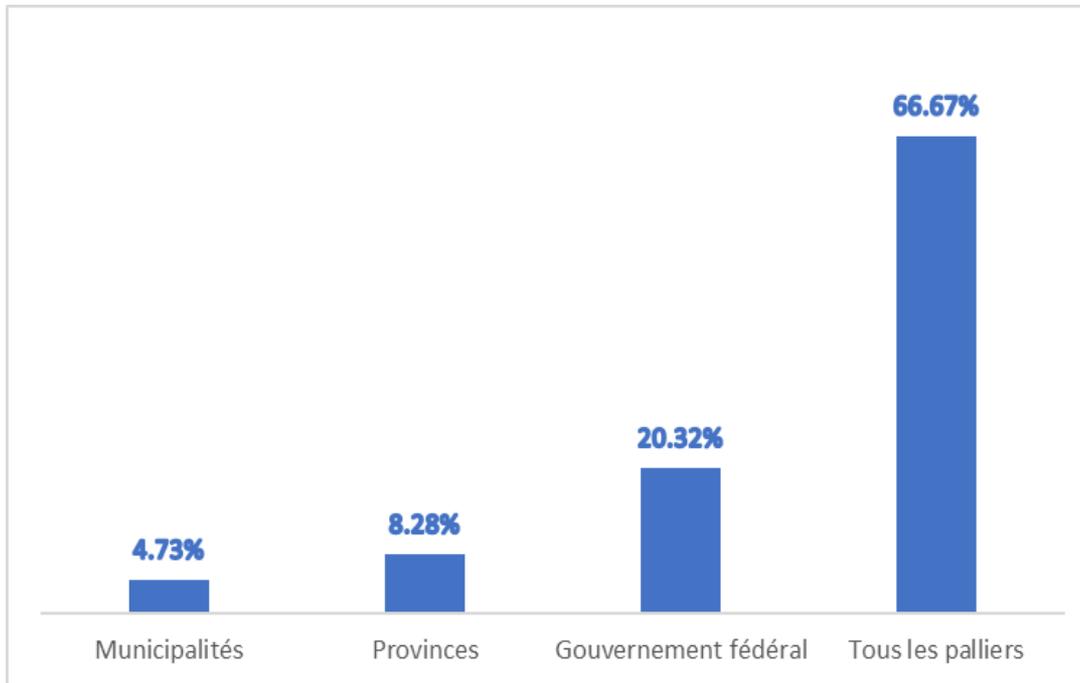


En ce qui a trait à l'industrie, les répondants considèrent ces secteurs comme étant ceux les plus responsables pour régler le problème du plastique au Canada:



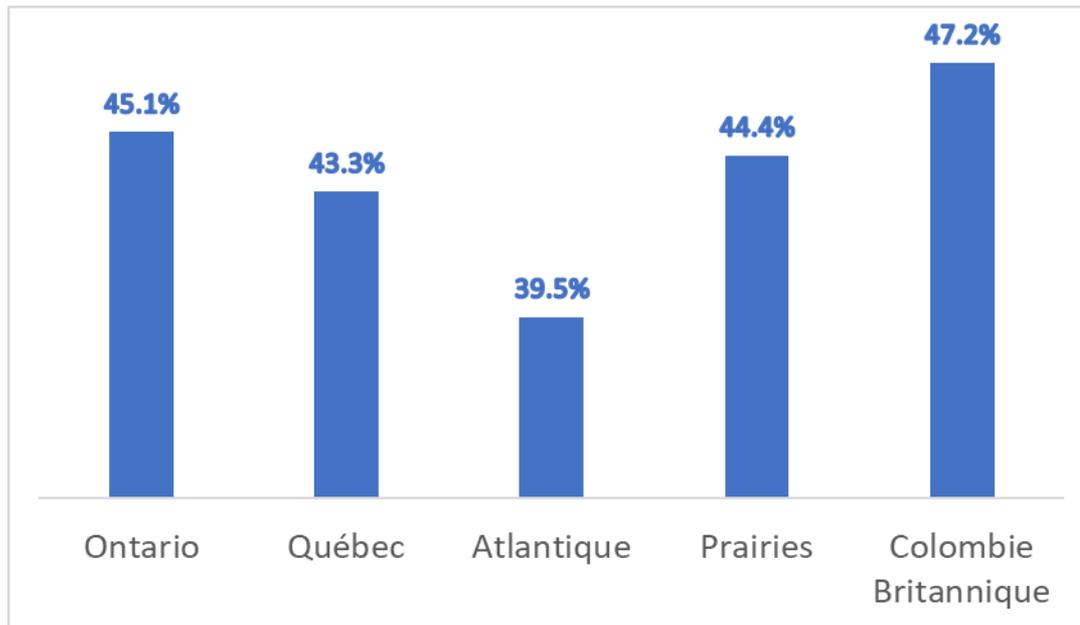
La majorité des répondants considère l'ensemble des secteurs comme étant responsables.

En ce qui a trait au gouvernement, les répondants considèrent ces palliers comme étant ceux les plus responsables pour régler le problème du plastique au Canada:



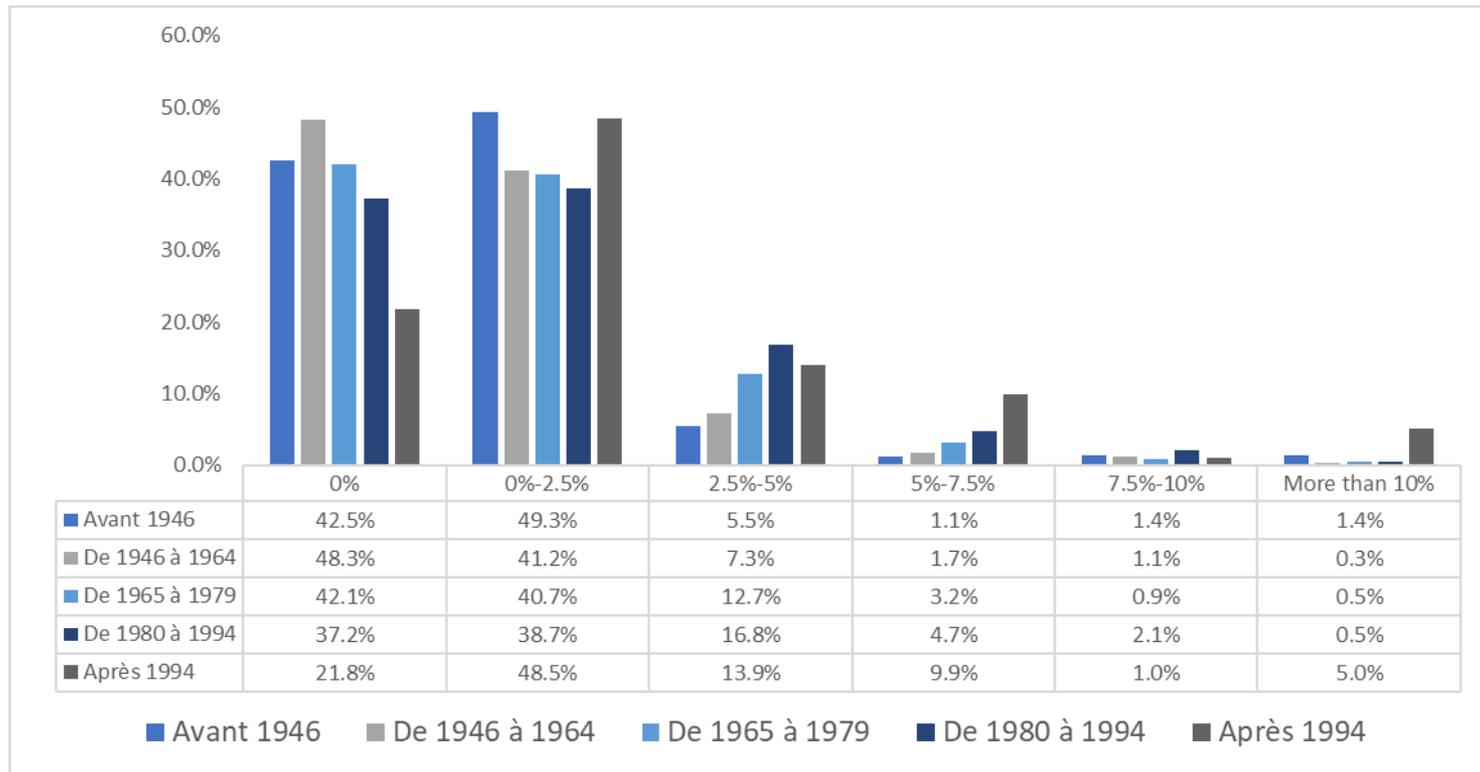
*La majorité des
répondants
considère que
**tous les palliers
gouvernementaux**
sont
responsables.*

45,2% des répondants sont confus quant au **marketing** des emballages alimentaires écologiques en plastique à usage unique.



Un nombre significatif de répondants sont confus.

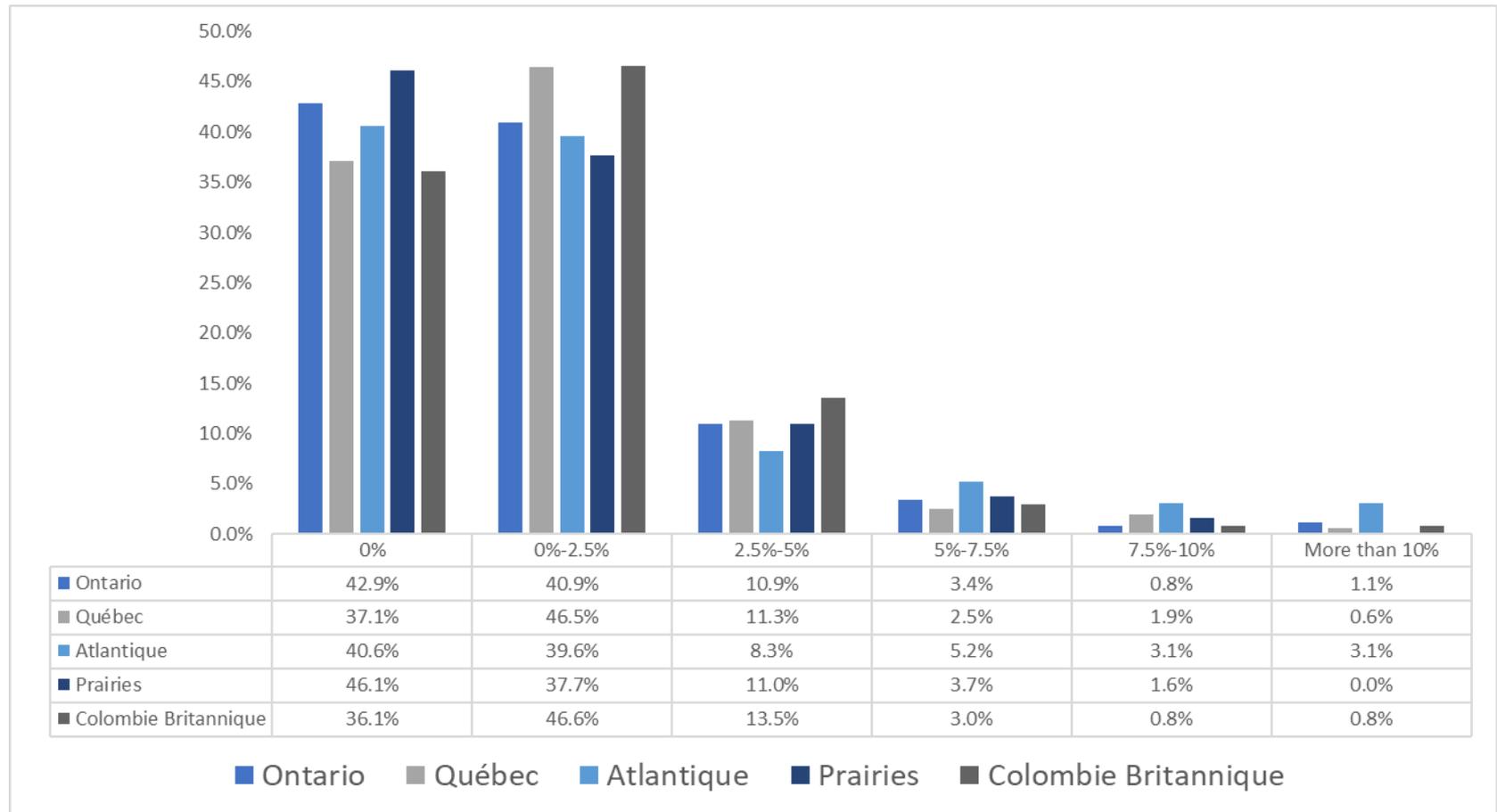
83,3% des répondants ne seraient pas enclins à **payer plus de 2,5%** pour un produit alimentaire offrant un emballage vert alternatif.



*Plus le répondant est **jeune**, plus il est enclin à payer un frais supplémentaire pour un emballage vert alternatif (corr.=.000).*

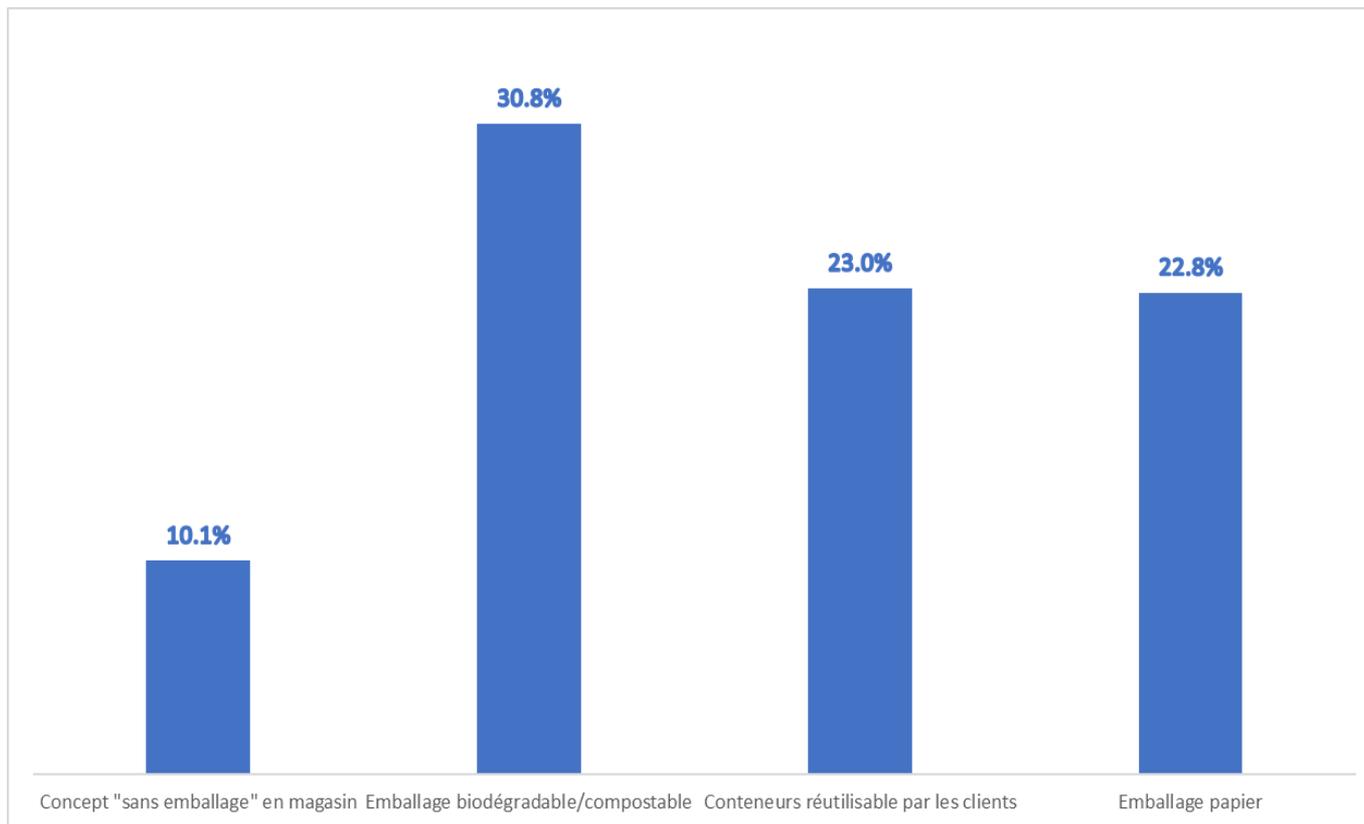
*Les **baby-boomers** sont deux fois plus nombreux que ceux de la génération Z à ne pas vouloir payer un frais supplémentaire .*

83,3% des répondants ne seraient pas enclins à **payer plus de 2,5%** pour un produit alimentaire offrant un emballage vert alternatif.



*Les répondants des **Prairies** et de l'**Ontario** sont un peu plus réfractaires à l'idée de payer un frais supplémentaire.*

En terme d'emballages alternatifs, **30,8% des répondants** choisiraient des produits alimentaires emballés avec du matériel biodégradable.



Pas de choix définitif quant à la meilleure solution perçue par les répondants.



DALHC UNIVEI

Conclusions additionnelles

Afin de réduire la consommation de plastique à usage unique, **89,1% des répondants** croient qu'ils devraient être **mieux éduqués** au sujet du recyclage, de l'utilisation du plastique et ses principaux impacts sur l'environnement.

75,2% des répondants croient qu'une **couverture médiatique** et des pressions exercées sur l'industrie agroalimentaire serait une stratégie efficace afin de réduire l'utilisation du plastique à usage unique dans les emballages alimentaires.

73,7% des répondants croient qu'un **programme de récompenses** offert par les entreprises agroalimentaires serait une méthode efficace pour changer les habitudes de consommation envers les emballages alimentaires en plastique à usage unique.



Quelle est l'importance accordée à l'influence qu'ont les **mesures** et **facteurs suivants** sur la décision à réduire le nombre d'items alimentaires emballés avec du plastique à usage unique ?

Facteurs principaux (Échelle Likert sur 5)

Soucis de problèmes environnementaux 3,9

Soucis de sécurité alimentaire 3,7

Connaissances générales et motivations personnelles 3,6

Mesures préférées (Échelle Likert sur 5)

Emballages alternatifs verts 3,3

Incitatifs, taxes et frais 3,2

Dépôts et retours monétaires 3,1

Interdictions 3,0



DALHO
NIVEI

Le plastique à usage unique dans le secteur agroalimentaire: Dilemme et solutions

Sylvain Charlebois

Tony Walker

Eamonn McGuinty

Janet Music

DALHOUSIE UNIVERSITY

Étude conduite par:

Le Laboratoire de recherche en sciences analytiques agroalimentaires de l'Université Dalhousie

