

Les épiceries zéro déchet : facteurs de réussite et d'échec des initiatives de commercialisation d'aliments locaux et en vrac

Violaine Leclerc

111 069 850

Projet de fin d'études en responsabilité sociale et
environnementale des organisations

MNG-6516

Travail présenté à :

M. Olivier Boiral

Faculté des sciences de l'administration

Université Laval

11 février 2021



Table des matières

1. Introduction	4
2. Problématique.....	4
2.1 Les enjeux des systèmes alimentaires	4
2.2 Vers une alimentation durable.....	8
3. Survol de la littérature	10
3.1 Les enjeux de la gestion des déchets	10
3.1.1 Les déchets alimentaires et le gaspillage.....	10
3.1.2 Les emballages alimentaires et le plastique.....	12
3.1.3 Les enjeux de la gestion des déchets	13
3.3 Le zéro déchet	15
3.3.1 Le mouvement zéro déchet.....	15
3.3.2 Les épiceries zéro déchet.....	19
3.4 Le marché du commerce de l'alimentation au Québec	21
3.4.1 Les facteurs clés de succès dans le marché	21
3.4.2 Les défis des épiceries zéro déchet.....	22
3.4.3 Le consommateur et le zéro déchet	23
4. Méthodologie de travail et objectifs	25
4.1 Objectifs	25
4.2 Échantillon à l'étude et recrutement des participants	25
4.3 Collecte des données	28
4.4 Traitement et analyse des données	28
5. Résultats	29
5.1 Les enjeux de la gestion des stocks et de l'approvisionnement.....	31
5.1.1 S'assurer d'une gestion des stocks optimale et qui évite le gaspillage.....	31
5.1.2 Intégrer à sa routine la surcharge de travail liée à l'approvisionnement dans les circuits courts	31
5.1.3 Déterminer l'offre de produits et choisir les fournisseurs	33
5.1.4 Amener les fournisseurs vers le zéro déchet	35
5.2 La sensibilisation des consommateurs.....	36
5.2.1 La proximité avec le consommateur favorise la conscientisation	36
5.2.2 Les croyances au sujet des épiceries zéro déchet dissuadent certains consommateurs.....	38
5.2.3 Le manque de sensibilisation sur les enjeux des systèmes alimentaires ralentit la transition vers des habitudes de consommation plus durables	39
5.3 Le soutien disponible aux épiceries zéro déchet	42

5.3.1 La nouveauté du phénomène implique un apprentissage	42
5.3.2 Le manque de programmes ou de subventions pour soutenir les initiatives zéro déchet est criant	43
5.3.3 Les initiatives citoyennes et les municipalités proactives font partie de la solution	46
5.4 La démocratisation du modèle zéro déchet dans les institutions	48
6. Discussion et conclusion	50
Annexes	53
Annexe I : Guide d'entretien	53
Annexe II : Formulaire socio-démographique.....	55
Bibliographie	58

1. Introduction

Cet essai a été réalisé dans le cadre du projet de fin d'études de la maîtrise en responsabilité sociale et environnementale des organisations (MBA) de l'Université Laval, sous la responsabilité de madame Laurence Guillaumie, professeure agrégée à la Faculté des sciences infirmières, programmes de santé publique/communautaire, et de monsieur Olivier Boiral, professeur titulaire à la Faculté des sciences de l'administration et détenteur de la Chaire de recherche du Canada sur l'internalisation du développement durable et la responsabilisation des organisations.

Ce projet de fin d'études prend la forme d'une étude qualitative réalisée auprès d'épiceries zéro déchet et en vrac québécoises dans le but d'identifier les facteurs de réussite et d'échec des initiatives de commercialisation d'aliments locaux et en vrac, et également de mettre en lumière les différents enjeux liés aux systèmes alimentaires et aux modes de consommations modernes dont plus particulièrement la problématique de la gestion des déchets alimentaires. Ce travail s'inscrit en continuité avec l'essai rédigé antérieurement par Lauren Ribes Guillois (2020) sur les épiceries zéro déchet, duquel quatre entrevues ont été utilisées pour le présent travail. Cette étude s'inscrit par ailleurs dans un projet de recherche plus large, menée par Laurence Guillaumie au Centre de recherche du CHU de Québec, visant la promotion de l'alimentation durable dans les organisations de santé au Québec.

2. Problématique

La multiplication particulièrement accentuée au cours des dernières années des épiceries zéro déchet, au Québec et un peu partout à travers le monde, s'inscrit tout d'abord dans le cadre plus large d'un mouvement qui vise la transformation des modes de production des aliments et des habitudes de consommation, et ce, en réponse à plusieurs enjeux environnementaux, sociaux et économiques engendrés par les systèmes alimentaires actuels.

2.1 Les enjeux des systèmes alimentaires

Selon l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), les systèmes alimentaires englobent l'ensemble des acteurs et des processus qui prennent part à la production et la transformation des aliments jusqu'à leur consommation, ainsi que les différents acteurs responsables des politiques et des programmes qui encadrent

le secteur agroalimentaire (FAO, 2013). Plus simplement, ces systèmes dictent comment, et par qui, les aliments sont cultivés, produits, transformés et distribués. Les systèmes alimentaires sont par ailleurs façonnés en fonction des contextes biophysique, socio-économique et technologie dans lesquels ils évoluent (Mundler et Criner, 2016).

Sous l'influence du modèle économique classique dominant qui valorise la croissance, la performance et la recherche de profit (Boiral, 2007), les systèmes alimentaires modernes se sont développés, tout comme la plupart des entreprises libérales dans la grande majorité des secteurs d'activités économiques, en considérant l'accroissement de la production et de la consommation comme la principale mesure du succès. Parallèlement, la croissance exponentielle de la population à l'échelle mondiale ainsi que la croissance des revenus et des niveaux de vie dans les pays industrialisés ont largement contribué à la hausse de la demande alimentaire ainsi qu'à la diversification de celle-ci (Centre d'études prospectives et d'informations internationales, 2017). Conséquemment, la production de masse, l'intensification de l'agriculture et les différents processus de la chaîne alimentaire découlant des orientations stratégiques adoptées par les acteurs des systèmes alimentaires ont non seulement des conséquences néfastes sur l'environnement, mais aussi sur plusieurs acteurs dans les sphères économique et sociale.

Si les changements climatiques ont des répercussions dévastatrices sur la production agricole (multiplication et aggravation des inondations, des sécheresses et des autres catastrophes naturelles affectant la production agricole (Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois [CAAAQ], 2008)), ce ne sont toutefois pas les seuls facteurs menaçant la pérennité des systèmes alimentaires modernes. En effet, de nombreux enjeux liés aux modes de production et de consommation caractérisant ces systèmes sont de plus en plus exposés, notamment en matière de surproduction, de consommation d'énergie et de ressources, de pollution, de production de déchets et de gaspillage.

Ces constats mettent ainsi en lumière les lacunes des systèmes alimentaires actuels et les coûts environnementaux, économiques et sociaux qui en découlent, soulevant par ailleurs la nécessité de repenser le fonctionnement de ces systèmes.

La contribution des systèmes alimentaire à la crise environnementale actuelle est d'ailleurs non négligeable. En effet, selon la FAO, les pratiques agricoles, de

transformation et de distribution des aliments ainsi que les autres processus des systèmes alimentaires actuels sont responsables de 30 % de la consommation énergétique et de 20 % des émissions de gaz à effet de serre (FAO, 2011).

D'une part, les pratiques agricoles actuelles sont fortement influencées par les demandes en volume des grands commerces alimentaires, ce qui pousse les producteurs à la surproduction et entraîne d'importants enjeux de contamination et d'érosion des sols, de pollution de l'air et de l'eau ainsi que de surexploitation des ressources (Équiterre, 2007 ; FAO, 2015). Par conséquent, cette agriculture de masse contribue grandement à la pollution de l'air et aux changements climatiques par la production de gaz à effet de serre tels l'oxyde nitreux, dû en grande partie à la décomposition des engrais, et le méthane issu, entre autres, de l'élevage du bétail et de la combustion de combustibles fossiles (Ministère de l'Environnement et de la Lutte contre les changements climatiques [MELCC], 2018). Selon une étude menée en 2008 par la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois (CAAAQ), 50 % des émissions d'oxyde nitreux et 30 % des émissions de méthane au Canada sont produites par le secteur agricole. L'étude soulève par ailleurs que ces deux gaz sont respectivement 310 et 21 fois plus nocifs que le gaz carbonique. Au Québec, ce sont près de 10 % des gaz à effet de serre qui sont produits dans le cadre de pratiques agricoles (CAAAQ, 2008).

Le transport des aliments constitue aussi un important enjeu de pollution atmosphérique, notamment en raison du commerce international des aliments, alors que plusieurs milliers de kilomètres séparent souvent le lieu de production des aliments et celui où ils sont consommés (Équiterre, 2007). À titre d'exemple, 40 % des céréales et oléagineux et 50 % de la viande rouge produits au Canada sont exportés (Équiterre, 2007), et près de 75 % des aliments importés au Québec en 2017 provenaient de pays qui ne sont pas situés sur le continent nord-américain (Gouvernement du Québec, 2018).

D'autres pratiques agricoles contribuent quant à elles à la perte de biodiversité et à la dégradation des écosystèmes et des habitats, dont le déboisement, la surfertilisation et l'usage de pesticides, l'utilisation d'organismes génétiquement modifiés ainsi que l'uniformisation des cultures (CAAAQ, 2008 ; FAO, 2015). De plus, l'utilisation de pesticides et d'engrais dans les pratiques agricoles entraîne la contamination des cours

d'eau et des nappes phréatiques, et la surexploitation des terres agricoles contribue à la dégradation, l'érosion et l'acidification des sols ainsi qu'à la perte de matière organique (CAAAQ, 2008 ; FAO, 2015).

Sur les plans économique et social, les modes de production valorisés dans les systèmes alimentaires entraînent des conséquences importantes pour les petits agriculteurs, les producteurs locaux et sur les entreprises rurales (Équiterre, 2007). À cet égard, les politiques et les lois du marché favorisent davantage les grandes entreprises en raison de leur capacité à produire en masse et à générer des économies d'échelle (Équiterre, 2007 ; CAAAQ, 2008). De plus, la concentration des secteurs de la transformation et de la distribution entre les grandes entreprises est exacerbée en outre par une tendance croissante chez ces dernières à adopter des stratégies d'intégration verticale qui leur permettent de contrôler les acteurs en amont et en aval des systèmes alimentaires, la forte compétition internationale dans le secteur de l'agriculture ainsi que les demandes d'approvisionnement de masse des supermarchés. Conséquemment, les petits producteurs locaux sont alors fortement désavantagés et peinent à rivaliser avec les faibles coûts de production des géants de l'industrie agroalimentaire et à atteindre les mêmes niveaux de performance (Équiterre, 2007). Cette dynamique productiviste dominante dans l'industrie agroalimentaire serait d'ailleurs responsable du déclin économique dans plusieurs régions et petites communautés à travers le monde (Équiterre, 2005).

Même si la production agricole à l'échelle mondiale permettrait, en théorie, de répondre à tous les besoins alimentaires des populations, il persiste néanmoins une grande disparité dans l'accessibilité aux aliments entre les pays ainsi qu'au niveau national (FAO, 2015). En effet, le manque de revenu dans les ménages et le manque de ressources pour soutenir la production agricole dans certains pays et milieux ruraux entraînent de graves enjeux d'insécurité alimentaire, de sous-alimentation et de sous-nutrition (FAO, 2015). Malgré une certaine amélioration au cours des dernières décennies, le nombre de personnes sous-alimentées dans le monde en 2015 était estimé à 610 millions, ce qui demeure tout de même considérable (FAO, 2015). Au Canada, le nombre de ménages ayant connu une situation d'insécurité alimentaire en 2017-2018 s'élevait à 1,2 million, soit près de 9 % des ménages (Statistiques Canada, 2020). Une nouvelle enquête menée en mai 2020 révèle qu'un Canadien sur sept vit désormais une situation d'insécurité alimentaire, la pandémie de la COVID-19 ayant fortement affecté les emplois et donc les revenus (Leduc, 2020).

Finalement, les systèmes alimentaires actuels sont à la base d'importants enjeux en matière de production et de gestion des déchets, dont les conséquences environnementales sont considérables. Alors que de très grandes quantités de nourritures sont gaspillées à tous les niveaux de la chaîne alimentaire, tant par les industries que par les consommateurs, la production de masse et l'internationalisation du commerce d'aliments ont engendré une surutilisation et une surproduction d'emballages, particulièrement d'emballages en plastique. C'est d'ailleurs cette problématique spécifique de la gestion des déchets qui sera principalement abordée plus en détail dans le cadre de cette étude.

2.2 Vers une alimentation durable

À la lumière des problématiques évoquées précédemment en lien avec systèmes alimentaires actuels, la nécessité de modifier la manière dont les aliments sont produits et d'adopter des habitudes de consommations plus durables apparaît donc évidente. Toutefois, pour être durables, les changements dans les systèmes alimentaires doivent être réalisés en tenant compte non seulement des enjeux environnementaux, mais également des enjeux socioculturels et économiques (FAO, s. d.). Ainsi, selon la FAO :

Les régimes alimentaires durables sont des régimes alimentaires ayant de faibles conséquences sur l'environnement, qui contribuent à la sécurité alimentaire et nutritionnelle ainsi qu'à une vie saine pour les générations actuelles et futures. Les régimes alimentaires durables contribuent à protéger et à respecter la biodiversité et les écosystèmes, sont culturellement acceptables, économiquement équitables et accessibles, abordables, nutritionnellement sûrs et sains, et permettent d'optimiser les ressources naturelles et humaines. (FAO, s, d., paragr. 6)

Même s'il existe un certain consensus sur cette définition, la composition d'aliments à privilégier pour atteindre une alimentation qualifiée de durable est cependant au cœur de nombreux débats en raison de la multiplicité des critères. En effet, l'équilibre entre les nombreux facteurs à prendre en compte, notamment les aspects nutritionnels, culturels, sociaux, économiques et environnementaux, s'avère difficile à atteindre. Par exemple, un régime alimentaire peu diversifié qui satisfait les besoins nutritionnels et énergétiques tout en réduisant les émissions de gaz à effet de serre peut ne pas être accepté culturellement (Macdiarmid et al., 2012), alors qu'une saine alimentation diversifiée pourrait être plus dispendieuse, moins accessible et source de davantage

d'émissions de gaz à effet de serre (Vieux et al., 2013 ; Clonan et Holdsworth, 2012). Par ailleurs, les contraintes en termes de sécurité alimentaire et d'accessibilité à des aliments sains et aux ressources s'avèrent des déterminants importants de la composition de l'alimentation des individus. Par exemple, nonobstant les recommandations quant à la proportion idéale de protéines végétales et de protéines animales dans un régime alimentaire durable, c'est l'accès aux aliments ou aux ressources qui déterminera en grande partie la composition de l'alimentation pour une population donnée (IMPROVE, 2016).

Malgré les avis divergents, certaines recommandations générales pour une alimentation plus durable semblent tout de même faire davantage l'unanimité, comme consommer plus d'aliments locaux et saisonniers et réduire la consommation de produits d'origine animale, le gaspillage alimentaire, la surconsommation ainsi que la consommation d'aliments hautement transformés (FAO, s. d.).

Par ailleurs, face à des enjeux croissants de gestion des déchets, plusieurs villes, municipalités, organismes, entreprises et même gouvernements mettent de l'avant des plans d'action et des initiatives privilégiant la réduction des déchets à la source, notamment les emballages et les plastiques à usages uniques (Gouvernement du Canada, 2020c ; Martin, 2019 ; Howard et al., 2019 ; Del Valle, 2019 ; Ville de Montréal, 2019).

C'est donc dans ce contexte que se sont développées les épicerie zéro déchet. Celles-ci sont alors guidées par une volonté de réduire, voire d'éliminer, les déchets et le gaspillage dans systèmes alimentaires tout en favorisant des pratiques de commercialisation des aliments qui respectent les principes d'une alimentation durable. Cependant, comme ce type de commerce est relativement récent et suit un modèle d'affaires qui diffère grandement de celui des épicerie et autres commerces alimentaires traditionnels, les épicerie zéro déchet doivent souvent surmonter plusieurs défis supplémentaires, en plus de ceux rencontrés par les épicerie plus conventionnelles, avant de parvenir à bien s'établir sur ce marché très concurrentiel.

Cette étude a ainsi pour but d'identifier, à partir de la littérature déjà existante sur le sujet et de données qualitatives recueillies auprès de propriétaires québécois d'épicerie zéro déchet et d'aliments locaux, les principaux facteurs de réussite et d'échec de ce type d'initiatives au Québec.

À cet effet, le survol de la littérature présenté dans la section suivante permettra, dans un premier temps, de mieux cerner l'ampleur de la problématique et des enjeux liés aux déchets alimentaires, de définir plus en détail le mouvement zéro déchet et les épiceries zéro déchet ainsi que de brosser un portrait sommaire du marché du commerce de l'alimentation Québec.

3. Survol de la littérature

3.1 Les enjeux de la gestion des déchets

3.1.1 Les déchets alimentaires et le gaspillage

Un premier enjeu relatif à la gestion des déchets concerne le gaspillage alimentaire engendré par les différents processus à l'intérieur des systèmes alimentaires ainsi que par les consommateurs. Au-delà de la perte d'aliments, le gaspillage alimentaire entraîne des pertes importantes en énergie, en eau, en ressources et en main-d'œuvre (Gooch et al., 2010), en plus de contribuer aux changements climatiques par l'émission de gaz à effet de serre (Recyc-Québec, s. d. a ; Gouvernement du Canada, 2018). À l'échelle mondiale, 1,3 milliard de tonnes de déchets alimentaires sont envoyées chaque année dans des décharges, ce qui représente un tiers de la nourriture produite dans le monde (Recyc-Québec, s. d. a ; C40 cities, 2018), et s'y décomposent en méthane, un gaz à effet de serre 25 fois plus nocif que de dioxyde de carbone (CO₂) (Gooch et al., 2010). La production de ces 1,3 tonne de nourriture gaspillée nécessite d'ailleurs 1,4 milliard d'hectares de terres, ce qui équivaut à la superficie du Canada et de l'Inde, et consomme près du quart de toute l'eau utilisée annuellement par l'industrie de l'agriculture (Recyc-Québec, s. d. a). Selon les données de Statistiques Canada, les aliments représentent près du quart des déchets solides municipaux résiduels au pays (Gouvernement du Canada, 2020a), et près de 63 % de ces aliments jetés auraient pu encore être consommés (Recyc-Québec, s. d. a.). Chaque année, les ménages canadiens gaspillent environ 2,2 millions de tonnes d'aliments, soit une perte de plus de 17 milliards de dollars (Recyc-Québec, s. d. a).

Devant l'ampleur du phénomène, le gaspillage alimentaire par les consommateurs par conséquent fait l'objet de nombreuses études afin d'en déterminer les causes. D'abord, la tendance à acheter en trop grande quantité (Gouvernement du Canada, 2019), encouragée notamment par la vente de certains aliments comme les agrumes, les

pommes de terre et les oignons en sac (Waste & Ressources Action Programme, 2014), ainsi que la diminution de la taille des ménages sont des facteurs contribuant au gaspillage alimentaire (Verghese et al., 2013). Les personnes vivant seules gaspillent par ailleurs 45 % plus que les foyers à plusieurs selon une étude menée en 2013 (Verghese et al., 2013). De même, les mets à emporter, en raison de leur courte durée de vie et du besoin de les réfrigérer, sont également particulièrement vulnérables au gaspillage (Verghese et al., 2013). De plus, une étude en 2008 a estimé que plus du quart des aliments gaspillés sont jetés dans leur emballage (Waste & Ressources Action Programme, 2008).

Cependant, le gaspillage alimentaire n'est pas uniquement attribuable au secteur résidentiel. En effet, des études ont démontré que le secteur industriel est responsable de près de la moitié du gaspillage alimentaire au Canada (MAPAQ, s. d. ; Gooch et al., 2010) : durant la production et la transformation, pendant la distribution, l'entreposage et le transport, par les détaillants et les restaurateurs, etc. (MAPAQ, s. d. ; Solinov, 2013). Ces pertes peuvent être causées, entre autres, par la surproduction, des problèmes logistiques, des erreurs humaines, des équipements défectueux ou un surplus de l'offre (Williams et Wikström, 2011 ; Solinov, 2013).

Au Québec, le secteur de la transformation agroalimentaire génère une quantité importante de matière organique, c'est-à-dire des matières végétales ou animales ou des microorganismes qui peuvent se décomposer (Recyc-Québec, s. d. c). Selon une étude de 2013 réalisée par l'entreprise Solinov pour le MELCC, 96 % des résidus alimentaires produits dans le secteur de la transformation agroalimentaire sont réacheminés, notamment pour l'alimentation animale et pour l'équarrissage (Solinov, 2013). Cependant, la réalité dans le secteur commercial est tout autre : une étude de 2009 menée par Recyc-Québec a démontré que 65 % du poids des déchets jetés par les restaurants et les épiceries sont des résidus alimentaires, et que 30 à 45 % des résidus alimentaires générés par les dépanneurs, les grossistes et les hôtels sont également jetés et non réacheminés (Recyc-Québec, 2009). C'est donc près de 60 % des aliments au Canada qui sont jetés tout au long de la chaîne, de la production à la consommation, ce qui représente plus de 35 millions de tonnes de nourriture (Recyc-Québec, s. d. a). De plus, il est estimé qu'environ 11,2 millions de ces tonnes de nourriture jetées auraient pu être consommées, le reste étant considéré comme des résidus inévitables (coquilles d'œufs, os, etc.) (Recyc-Québec, s. d. a).

Qu'il soit généré par les consommateurs ou par les systèmes alimentaires, le gaspillage alimentaire demeure un enjeu considérable qui appelle à la fois à une transformation des habitudes de consommation des ménages, mais également à une amélioration de la gestion de la chaîne alimentaire dans son ensemble.

3.1.2 Les emballages alimentaires et le plastique

Les habitudes de consommation et les systèmes alimentaires actuels contribuent aussi à encourager la production massive d'un autre type de déchet : le plastique. Étroitement liée à un autre enjeu significatif, soit le suremballage des aliments, la surutilisation du plastique exacerbe encore plus les conséquences environnementales générées par les problématiques de gestion des déchets. Au Canada, le plastique représente environ 13 % des déchets solides municipaux résiduels (Gouvernement du Canada, 2020a), majoritairement sous forme d'emballages à usage unique et de contenants pour boissons ou eau (Martin, 2019). Selon une étude publiée en 2017, 42 % de la production mondiale de plastique depuis 1950 a servi à l'emballage (Geyer et al., 2017). Ces résultats rejoignent ceux d'une enquête menée en 2008 qui a révélé qu'un peu plus du quart des emballages alimentaires au Québec sont en plastique (Zins Beuchesne et associés, 2008). Au Québec, 80 % des emballages sont d'ailleurs des emballages alimentaires (Lemay, 2015). De plus, l'émergence d'une culture de repas sur le pouce et des repas en dehors du domicile a contribué à la croissance des emballages individuels et des repas à emporter, augmentant du même fait la production de déchets (Zins Beuchesne et associés, 2008 ; Ellen MacArthur Foundation, 2017 ; Smithers, 2019).

Bien qu'ils soient souvent associés principalement à leur rôle d'outils de marketing (Rundh, 2016), les emballages alimentaires peuvent néanmoins jouer une multiplicité d'autres rôles. Certains emballages ont ainsi une utilité pour assurer la protection des aliments durant le transport, pour faciliter la distribution et l'entreposage, pour assurer la salubrité des aliments ou pour améliorer la conservation des produits (Verghese et al., 2013 ; Éco Entreprise Québec, 2015). Qu'ils aient été conçus pour des raisons fonctionnelles ou purement esthétiques, de plus en plus de consommateurs considèrent toutefois que les aliments sont suremballés (INCPEN, 2008).

La question du gaspillage alimentaire et l'emballage alimentaire et sont aussi liés, puisque ce dernier peut déterminer la durée de vie d'un produit (Wilkstrom et al., 2014).

Un exemple fréquemment cité est le fait qu'emballer un concombre prolonge sa durée de conservation de dix jours comparativement au concombre sans emballage (Dhall et al., 2012). Cependant, le prolongement de la durée de vie des aliments grâce aux emballages ne s'accompagne pas toujours d'une réduction du gaspillage alimentaire. En effet, la tendance des ménages à acheter et conserver constamment des surplus de nourriture peut mener au contraire à davantage de gaspillage (Canali et al., 2014).

3.1.3 Les enjeux de la gestion des déchets

Qu'il s'agisse d'aliments gaspillés ou d'emballages alimentaires, la quantité imposante de déchets générés par les consommateurs ou les systèmes alimentaires contribue fortement à aggraver les enjeux environnementaux liés aux déchets. Ainsi, puisque la grande majorité des déchets se retrouvent dans des sites d'enfouissement, une faible minorité étant incinérés (Gouvernement du Canada, 2018), l'élimination des déchets soulève des enjeux relatifs à la pollution des sols et de l'eau ainsi qu'aux émissions atmosphériques (Gouvernement du Canada, 2018 ; Recyc-Québec, s. d. a). À ce propos, en 2016, 6,2 % des émissions de gaz à effet de serre au Québec étaient attribuables à l'enfouissement, à l'incinération et au traitement des déchets (MELCC, 2018). Le méthane produit par la décomposition des aliments enfouis dans les décharges constitue également un enjeu de pollution atmosphérique important (C40 cities, 2018).

Les déchets et emballages alimentaires sont aussi une source considérable de pollution océanique. En effet, la majorité des déchets retrouvés sur les berges à travers le monde proviennent du secteur de l'alimentation, et près de 85 % de ces déchets sont en plastique, dont 61 % sont des plastiques à usage unique (Ocean Conservancy, 2017). En 2010, ce sont 8 millions de tonnes de déchets de plastique qui se sont retrouvées dans les océans (Parker, 2015). Cette étude de 2010 a d'ailleurs été la première à quantifier la quantité de plastique présente dans les océans et à démontrer l'ampleur de la problématique : en plus de ceux flottant à la surface des océans et sur les plages, des déchets de plastique ont été retrouvés en mer profonde et même dans les glaciers en Arctique et ont été ingérés par près de 700 espèces marines (Parker, 2015). Au Canada, près de 10 000 tonnes de déchets, principalement des mégots de cigarettes, des emballages alimentaires, des sacs de plastique, des pailles et des bouteilles de plastique, se retrouvent dans les Grands Lacs chaque année (Gouvernement du Canada, 2020c).

Enfin, les déchets de plastique qui se retrouvent dans l'environnement ont évidemment des impacts néfastes significatifs sur la biodiversité, la faune, les écosystèmes et la santé. Ainsi, le plastique se décompose en plus petites particules appelées microplastiques qui contaminent les sols et les eaux et qui se retrouvent même dans les aliments consommés par les humains (Gouvernement du Canada, 2020b ; Onu environnement, 2018). En effet, les microplastiques peuvent être ingérés par les poissons et les autres animaux qui se retrouvent par la suite dans les épiceries (Onu environnement, 2018). De plus, selon des études, des particules de microplastiques se retrouvent dans 90 % de l'eau en bouteille et dans 83 % de l'eau du robinet (Onu environnement, 2018). Une étude récente publiée dans la revue *Environnement International* en janvier 2021 a également révélé, pour la toute première fois, la présence de microplastiques dans le placenta de quatre femmes enceintes (Ragusa et al., 2021), démontrant du fait même l'ampleur et la gravité de la problématique des déchets en plastique. Les plastiques sont d'ailleurs pour la plupart non biodégradables et peuvent mettre plusieurs milliers d'années à se décomposer (Lober, 2018 ; Onu environnement, 2018). Les déchets de plastique, notamment les sacs de plastique, lorsqu'ils sont rejetés dans l'environnement, bloquent les cours d'eau et les égouts, ce qui crée des enjeux sanitaires importants, sont ingérés par des animaux marins ou les emprisonnent et tuent ainsi environ 100 000 mammifères marins annuellement (Onu environnement, 2018 ; Lober, 2018). Ces déchets ont conséquemment une incidence sur les pêches et endommagent et contaminent les habitats naturels (Gouvernement du Canada, 2020c).

Tous ces enjeux s'avèrent d'autant plus importants dans le contexte où plusieurs pays asiatiques resserrent leurs normes ou n'acceptent plus que le Canada leur envoie des déchets (Jung, 2019). La réduction des déchets devient alors critique. En ce sens, un enjeu majeur de la gestion des déchets est le taux de réacheminement relativement faible. Selon une étude menée par Environnement et Changement climatique Canada, en 2016, 73 % des déchets ont été éliminés, contre seulement 27 % qui ont été réacheminés (recyclés, compostés ou réutilisés) (Gouvernement du Canada, 2018). L'étude démontre également qu'entre 2002 et 2016, la quantité de déchets éliminés par personne a diminué, alors que la quantité de déchets réacheminés, constitués majoritairement de papier et de matières organiques, a augmenté de près de 20 % (Gouvernement du Canada, 2018). Cependant, cette hausse du taux de réacheminement est contrebalancée par de forts taux de rejet, notamment pour le recyclage du plastique

avec un taux variant entre 10 et 19 % en 2018 (Recyc-Québec, 2018b). En effet, plusieurs articles envoyés au recyclage ne peuvent finalement pas être recyclés en raison de leur composition en matériaux mixtes ou de contamination par des résidus alimentaires (Smithers, 2019). Selon la National Waste and Recycling Association, 25 % des articles recyclables sont refusés et éliminés, souvent en raison de contamination (Koerth, 2019).

Bien que la production de plastique ait considérablement augmenté dans les dernières décennies, le taux de réacheminement des matières plastiques au Canada demeure très faible : le plastique constituait moins de 5 % des déchets réacheminés en 2016 (Gouvernement du Canada, 2018). De plus, moins de 10 % des produits en plastique sont recyclés. En effet, une étude publiée dans le journal *Science Advances* en 2018 a révélé que seulement 9 % du plastique fabriqué à ce jour a été recyclé et que 6,3 milliards de tonnes métriques de plastique se retrouvent désormais dans des sites d'enfouissement ou bien dans l'environnement (Parker, 2018). Par exemple, au Canada, trois millions de tonnes de déchets de plastique, dont la moitié sont des emballages, sont jetées annuellement, et près de 29 000 de ces tonnes de plastiques se retrouvent dans l'environnement (Gouvernement du Canada, 2020b ; Gouvernement du Canada, 2020c). L'étude mentionne également que la moitié des plastiques fabriqués sont jetés après moins d'un an (Parker, 2018). Il en va de même pour les emballages en plastique qui sont souvent utilisés qu'une seule fois (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

En somme, à la lumière des nombreux enjeux liés à la gestion des déchets, plus particulièrement les déchets en lien avec l'alimentation, il semble alors évident qu'une transformation en profondeur des habitudes de consommation des consommateurs et des modes de production de l'ensemble de la chaîne alimentaire dans le secteur industriel doit être effectuée, et que la réduction des déchets à la source doit être la finalité se retrouvant au cœur de ces changements.

3.3 Le zéro déchet

3.3.1 Le mouvement zéro déchet

Le mouvement zéro déchet est né du besoin criant de transformer les modes de production et de consommation afin, entre autres, d'en réduire les impacts sur l'environnement et de les rendre plus durables et plus responsables. Relativement récent, ce mouvement s'est développé à partir du début des années 2000, largement

porté par la Zero Waste International Alliance (ZWIA), une organisation ayant pour but d'établir des standards pour guider les individus, les décideurs, les communautés et les entreprises dans la transformation de leurs pratiques et modes de consommation (ZWIA, s. d. a). La ZWIA est d'ailleurs à l'origine de la première définition du concept de zéro déchet reconnue internationalement en 2004, soit :

The conservation of all resources by means of responsible production, consumption, reuse, and recovery of products, packaging, and materials without burning and with no discharges to land, water, or air that threaten the environment or human health.
(ZWIA, s. d. a, paragr. 3)

Le mouvement zéro déchet a été également été popularisé dans les ménages par l'autrice Béa Johnson dans son ouvrage Zero Waste Home publié en 2013 qui dicte 5 règles à intégrer, en ordre de priorité, au quotidien, soit refuser les produits à usage unique, réduire la consommation de bien, réutiliser, recycler et composter (Martin, 2019 ; Wallon, 2018).

Pour guider les différents acteurs vers une transition zéro déchet, la ZWIA propose une hiérarchie des stratégies à adopter qui met l'accent sur les 3 R : réduire, réutiliser et recycler (ZWIA, s. d. b). La réduction à la source et la réutilisation étant les stratégies les plus efficaces pour diminuer les impacts liés à la gestion des déchets, la ZWIA encourage notamment le développement d'économies circulaires et de proximité afin de prolonger le cycle de vie des matériaux et des produits, qui sont alors réutilisés, réparés, transformés ou recyclés plutôt que jetés, et de réduire les émissions de gaz à effet de serre dues au transport (ZWIA, s. d. b).

Ainsi, pour une entreprise, une transition vers le zéro déchet peut donc impliquer de repenser toutes les étapes de la chaîne de production des produits ou de dispensation des services de manière à réduire la consommation en ressources, générer moins de déchet et réduire l'empreinte écologique, de modifier le design ou la composition même du produit et de trouver de nouvelles sources d'approvisionnement plus durables, ce qui appelle cette dernière à innover et à se réinventer (ZWIA, s. d. b.). Pour les consommateurs, cette transition se traduit plutôt par un changement dans les habitudes de consommation, dans les réflexes et dans le mode de vie.

Étroitement lié aux enjeux environnementaux, le zéro déchet a donc pris une ampleur considérable au cours des dernières années avec la hausse des préoccupations environnementales, amenant ainsi tant les individus, les entreprises, les organisations, les villes et les gouvernements à passer à l'action. Les initiatives, mesures et politiques pour favoriser la réduction des déchets se sont ainsi multipliées à travers le monde.

Sur le plan politique, plus d'une trentaine de pays et quelques centaines de villes et municipalités ont resserré leurs réglementations pour interdire ou taxer l'utilisation d'articles en plastique à usage unique comme les pailles, les sacs et les bouteilles (Alegado, 2018 ; Lober, 2018). De son côté, l'Union européenne a adopté une stratégie visant à favoriser une économie circulaire et dont l'un des objectifs est de rendre tous les types de plastique recyclables d'ici 2030 (Alegado, 2018).

Au Canada, le Conseil canadien des ministres de l'environnement (CCME) a adopté en 2018 une stratégie pour l'atteinte du zéro déchet de plastique en 2030 et qui privilégie la réduction des déchets à la source (CCME, 2018). En 2020, le gouvernement du Canada a d'ailleurs annoncé vouloir aller encore plus de l'avant dans son engagement envers la réduction des déchets municipaux en interdisant les articles en plastique à usage unique comme les pailles et les sacs (Gouvernement du Canada, 2020b).

Au Québec, des plans d'action ont été mis en place pour encadrer la gestion des déchets et réduire la quantité de matières résiduelles éliminées annuellement. Ainsi, en 2018, chaque personne produisait en moyenne 697 kg de déchets (Recyc-Québec, 2018a), ce qui respecte l'objectif de 700 kg du Plan d'action 2011-2015 de la Politique québécoise de gestion des matières résiduelles (Gouvernement du Québec, 2011), mais qui est toutefois bien loin des nouveaux objectifs plus ambitieux du Plan d'action 2019-2024 qui visent à réduire la quantité de matières éliminées par personne à 525 kg (Gouvernement du Québec, 2019).

Cependant, le zéro déchet est surtout un mouvement porté par les citoyens, les communautés, les membres de la société civile et les entrepreneurs, et moins par les acteurs étatiques. Au Québec, les acteurs du milieu sont ainsi à l'origine de divers événements à travers la province, tels que le Défi zéro déchet de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie à Montréal, le Festival zéro déchet de Montréal ainsi que la Semaine québécoise de réduction des déchets, qui permettent de promouvoir le mouvement zéro déchet, de faire découvrir plusieurs initiatives, associations et

entreprises zéro déchet locales et de sensibiliser les Québécois aux différents enjeux (Martin, 2019).

Alors que de plus en plus de villes se joignent au mouvement pour réduire les impacts de la gestion des matières résiduelles sur leur territoire, certaines villes québécoises comme Montréal et Lévis ont ainsi l'initiative de se doter de politiques municipales et d'adopter des plans d'action pour atteindre le zéro déchet d'ici 2030 (Ville de Montréal, 2019 ; Cloutier, 2015).

Également, plusieurs associations, regroupements et réseaux de citoyens, d'entreprises, de commerces et même de villes se sont aussi développés au cours des dernières années. Par exemple, le réseau C40 Cities, qui regroupe 97 métropoles à travers le monde s'engageant à lutter activement contre les changements climatiques, a lancé en 2018 la déclaration *Advancing Towards Zero Waste* qui a été signée par 28 villes dont Montréal (C40 Cities, s. d.). Les signataires s'engagent alors, entre autres, à réduire de manière significative d'ici 2030 la quantité de déchets produite par personne et la quantité de déchets éliminés, à réduire les pertes alimentaires à toutes les étapes des systèmes alimentaires, à mettre en place des politiques locales favorisant des pratiques plus durables et à promouvoir les pratiques durables favorisant le zéro déchet auprès de toutes les communautés (C40 Cities, 2018).

Au Québec, l'Association québécoise Zéro Déchet (AQZD), créée en 2017 par un groupe de citoyens, offre des services d'accompagnement, de la formation et des ateliers pour sensibiliser et soutenir les citoyens, les gouvernements et les entreprises dans leur démarche vers le zéro déchet (AQZD, s. d.). De même, afin d'aider les consommateurs dans leur transition vers un mode de consommation plus durable, le Circuit Zéro Déchet regroupe 460 commerces zéro déchet ou en vrac sur une plateforme en ligne, ce qui en facilite l'accès en plus de leur donner plus de visibilité (Circuit Zéro Déchet, s. d.a).

Enfin, l'engouement croissant envers le mouvement zéro déchet a entraîné d'une part la multiplication des d'entreprises zéro déchet à travers le monde (Jennings, 2019), d'autre part l'adoption de stratégies et la modification des façons de faire dans plusieurs entreprises dans le but de réduire la quantité de déchets issus de leurs activités ainsi que leur empreinte écologique. Par exemple, certaines grandes entreprises comme Tide, Häagen-Dazs et Nestlé ont récemment entamé des démarches pour réduire les

emballages jetables et les remplacer par des emballages réutilisables (Del Vall, 2019). D'autres commerces se sont plutôt spécialisés dans la vente de produits sans emballages de plastique, ou presque, afin d'éliminer le suremballage et les contenants à usage unique. C'est d'ailleurs dans cette catégorie que s'inscrivent les épiceries zéro déchet.

3.3.2 Les épiceries zéro déchet

En raison de la montée en popularité du mouvement zéro déchet, les épiceries zéro déchet se sont multipliées au cours des dernières années, et de plus en plus de commerces alimentaires traditionnels offrent désormais une sélection de produits en vrac (Martin, 2019). Depuis 2016, une douzaine d'épiceries zéro déchet ont d'ailleurs ouvert leurs portes au Québec, notamment pour pallier le manque d'option zéro déchet dans les supermarchés et épiceries traditionnels (Alliman, 2017 ; Martin, 2019). En effet, les commerces alimentaires traditionnels ont généralement une offre très limitée d'aliments en vrac, ne permettent pas aux consommateurs d'utiliser des contenants réutilisables ou consignés et n'ont pas d'offre de produits d'hygiène en vrac comme le savon à lessive ou le shampoing (Le Rouzic, 2019). L'emballage des produits d'hygiène, de beauté ou de nettoyage, souvent en plastique, constitue d'ailleurs un autre enjeu important en matière de gestion des déchets, puisque les consommateurs sont souvent moins sensibilisés au réemploi de ce type de contenants (Greenpeace, 2019). Il est toutefois à noter que de plus en plus d'initiatives pour réduire les déchets dans les épiceries traditionnelles sont mises de l'avant. Par exemple, depuis 2019, la chaîne d'épiceries Metro accepte désormais les contenants réutilisables à ses comptoirs avec service au Québec et en Ontario (Metro, s. d. ; Fournier, 2019). De plus, les emballages dits intelligents, ainsi qualifiés par Greenpeace, pouvant être retournés ou réutilisés de nouveau chez les détaillants ou les fabricants sont de plus en plus utilisés dans les commerces plus traditionnels (Greenpeace, 2019). À cet effet, la chaîne d'épicerie canadienne Loblaws lancera en 2021 un projet pilote en partenariat avec Loop, une initiative qui permet d'offrir des aliments et produits de marques renommées dans des contenants réutilisables consignés (Loop, s. d. ; Loblaws, s. d.).

Pour en revenir aux épiceries zéro déchet, celles-ci se veulent donc des alternatives plus responsables aux épiceries traditionnelles, favorisant la réduction des déchets, des emballages et du gaspillage alimentaire. Les épiceries zéro déchet offrent ainsi une variété d'aliments et de produits en vrac et incitent les consommateurs à apporter leurs

propres contenants et sacs réutilisables ou à utiliser des contenants consignés de manière à réduire les emballages. Puisque les aliments en vrac sont achetés au poids, les consommateurs peuvent alors acheter des quantités correspondant davantage à leurs besoins, ce qui réduit le gaspillage alimentaire (Greenpeace, 2019). Bien que toutes les épiceries en vrac ne soient pas nécessairement complètement zéro déchet (La Presse+, 2018), les efforts qui y sont faits pour réduire les impacts environnementaux liés à la gestion des déchets demeurent tout de même un pas de plus vers la transformation des systèmes alimentaires.

Cependant, tout comme plusieurs éléments doivent être pris en compte pour définir un régime alimentaire durable, l'emballage alimentaire n'est pas le seul facteur ayant une influence sur l'empreinte écologique d'un produit. Afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre liés au transport des aliments, les épiceries zéro déchet favorisent aussi l'approvisionnement local et les circuits courts de distribution, soit des circuits où il y a au plus un intermédiaire entre le producteur et le consommateur d'un produit (Chiffolleau et Prevost, 2012). En plus générer, en théorie, moins de pollution atmosphérique, ces circuits alternatifs aux chaînes de distributions alimentaires traditionnelles contribuent également au développement économique rural et régional, notamment car l'achat local favorise la réinjection de l'argent dans l'économie locale et la création d'emplois, d'autant plus que les producteurs obtiennent de meilleures marges de profits que s'ils font affaire avec des grandes chaînes de supermarchés (CAAAQ, 2008). De plus, les circuits courts permettent aux producteurs et aux consommateurs d'établir une relation directe, de valoriser l'agriculture locale et les produits du terroir et ainsi renforcer les liens sociaux à l'intérieur des communautés (CAAAQ, 2008 ; (Chiffolleau et Prevost, 2012).

Similairement, plusieurs épiceries zéro déchet choisissent de commercialiser des aliments biologiques, notamment en raison des bénéfices de ce type de pratique agricole. En effet, même si les avis quant aux bénéfices nutritionnels et sur la santé d'une alimentation biologique, comparativement à une alimentation non biologique, sont partagés (Huber et al., 2011 ; Harvard Health Publishing, 2015), l'agriculture biologique demeure néanmoins une pratique plus durable avec moins de répercussions environnementales que l'agriculture traditionnelle, car elle favorise entre autres à la protection de la biodiversité et engendre moins de pollution des sols, de l'eau et de l'air (Greenpeace, s. d.).

3.4 Le marché du commerce de l'alimentation au Québec

3.4.1 Les facteurs clés de succès dans le marché

Tel qu'il a été soulevé précédemment, la production et la consommation de masse sont au centre des systèmes alimentaires et du marché de l'alimentation, ce qui favorise les géants de l'industrie, dont les grandes chaînes de supermarchés traditionnels.

En raison de leur offre de produits et de services distincte de celui des épicerie traditionnelles, les épicerie zéro déchet constituent un plus petit marché spécialisé, de niche, dans le marché global du commerce de l'alimentation (Johnson et al., 2017 ; Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation [MAPAQ], 2020). Le phénomène du zéro déchet étant relativement récent, les épicerie zéro déchet doivent se tailler une place dans le marché face à d'imposants concurrents bien établis. À l'heure actuelle, le marché du commerce de l'alimentation au Québec est largement dominé par les grands supermarchés, les épicerie d'escomptes et les marchands de masse et supercentres (ex. Walmart et Costco) (MAPAQ, 2020). Trois grandes chaînes d'alimentations, Loblaws, Sobeys et Métro Inc., s'imposent d'ailleurs dans le secteur, réalisant 65 % des ventes de produits d'épicerie dans la province (MAPAQ, 2020).

Le marché des épicerie et des supermarchés au Québec est donc très concurrentiel et relativement saturé, se caractérisant par un haut taux de concentration et une forte compétition entre les entreprises (Mieles, 2019b ; MAPAQ, 2020). Dans ce contexte, les compétiteurs rivalisent sur les prix, l'offre de produits et de services, la localisation des magasins, le service client et l'aspect pratique (*convenience*); les faibles coûts, la proximité des points de vente et la diversité des produits sont alors des facteurs clés de succès dans ce marché (MarketLine, 2018 ; Mieles, 2019b ; First Research, 2019).

Compte tenu de la faible marge de profit dans le secteur du commerce de l'alimentation, les entreprises intègrent de plus en plus leur chaîne d'approvisionnement et cherchent à se diversifier afin de réduire leurs coûts de production, diminuer leur dépendance à l'égard des fournisseurs, diminuer leur sensibilité à une augmentation des prix des intrants et augmenter leurs parts de marché (Mieles, 2019b ; Johnson et al., 2017). Ainsi, les grandes chaînes de supermarchés font partie d'un réseau étendu et développé de distribution alimentaire, certaines agissant même à titre de grossiste pour leurs propres bannières (McGrath, 2019). Cette intégration constitue un avantage concurrentiel significatif pour ces supermarchés ainsi qu'une importante barrière à

l'entrée pour les nouvelles entreprises qui désirent entrer dans le marché du commerce de l'alimentation et pour les plus petites entreprises qui y opèrent déjà, notamment en raison de l'asymétrie de pouvoir de négociation et de marché en faveur des grandes chaînes alimentaires (Équiterre, 2005).

De même, depuis quelques années, plusieurs de détaillants offrent des services d'épicerie en ligne (MAPAQ, 2018), tendance croissante qui s'est d'ailleurs largement accentuée depuis le début de la pandémie de la COVID-19 en 2020 (MAPAQ, 2020). La rapidité, la fiabilité et la ponctualité de la livraison ainsi que la fraîcheur des aliments sont alors d'importants facteurs clés de succès dans ce domaine, ce qui représente une barrière d'entrée dans le marché de la vente en ligne considérant les coûts élevés associés aux livraisons, la faible marge de profit des produits de l'alimentation et la nécessité de disposer de suffisamment de ressources humaines ainsi que d'un système de distribution efficace pour assurer le service (MarketLine, 2014 ; Miele, 2019a ; MAPAQ, 2018). Par ailleurs, les consommateurs québécois font davantage confiance aux sites Internet des grands commerçants pour leurs commandes d'épicerie en ligne (MAPAQ, 2018).

3.4.2 Les défis des épiceries zéro déchet

Les épiceries zéro déchet doivent ainsi s'intégrer et faire leur place dans des systèmes alimentaires et un marché qui favorisent davantage les commerces alimentaires traditionnels. Afin de demeurer cohérentes avec le principe du zéro déchet dans toutes les étapes de la commercialisation des aliments, ces dernières doivent établir des méthodes d'approvisionnement plus responsables, ce qui comporte son lot de défis et nécessite parfois des efforts logistiques supplémentaires.

D'une part, les épiceries zéro déchet favorisent l'achat local et doivent généralement faire affaire avec un grand nombre de petits fournisseurs, dont les modalités d'achat et de distribution sont souvent très variées, afin d'avoir une offre de produits diversifiée et des quantités suffisantes, tout en tentant de réduire au maximum l'empreinte écologique liée au transport (La Presse+, 2018). Contrairement aux épiceries traditionnelles qui achètent davantage leurs produits en gros et font partie de systèmes et chaînes de distribution efficaces et rentables, les épiceries zéro déchet ne bénéficient donc pas des mêmes possibilités d'économies d'échelle que leurs concurrents traditionnels et par conséquent ne peuvent pas toujours offrir leurs produits aux mêmes

bas prix (La Presse+, 2018). Toutefois, la réduction des emballages permet tout de même certaines économies comme, par exemple, la réduction des frais d'emballages et de marketing ainsi que des frais liés à la gestion des matières résiduelles (Hébert, 2019).

De plus, tous les fournisseurs ne sont pas en mesure de distribuer leurs produits dans des contenants réutilisables ou avec un minimum d'emballage, notamment pour des raisons de logistique et qui impliqueraient alors des transformations dans leurs procédés (La Presse+, 2018). Si les plus petits fournisseurs ont plus de facilité à modifier leurs méthodes de distribution, les plus grandes entreprises ont toutefois plus de contraintes et moins de flexibilité pour adapter leurs processus et leurs installations qui sont souvent automatisés de manière à soutenir la production de masse et la distribution à grande échelle (La Presse+, 2018 ; Jennings, 2019).

Bien que plusieurs fournisseurs acceptent de livrer leurs produits dans des contenants réutilisables, sans plastique ou consignés, les épicerie zéro déchet doivent néanmoins parfois accepter de faire affaire avec des fournisseurs qui n'offrent pas d'alternative zéro déchet pour être en mesure d'offrir certains produits. Cela démontre par ailleurs les limites du zéro déchet : les produits vendus en vrac ne sont ainsi pas toujours réellement zéro déchet (Jennings, 2019).

Enfin, à l'instar de leurs concurrents traditionnels, les épicerie zéro déchet doivent également tenir compte de certains enjeux supplémentaires en matière de salubrité, d'allergies croisées et de préservation de certains types d'aliments lorsqu'elles établissent leurs stratégies d'approvisionnement et de commercialisation (Jenning, 2019). Des ressources sont cependant disponibles pour guider les épicerie zéro déchet, telles que le *Guide d'hygiène et de salubrité alimentaires* de la MAPAQ ou encore le *Guide sur les bonnes pratiques sanitaires en alimentation pour la gestion des contenants et autres objets réutilisables* du Circuit Zéro Déchet (Circuit Zéro Déchet, s. d. b).

3.4.3 Le consommateur et le zéro déchet

De manière générale, les consommateurs dans le marché du commerce de l'alimentation recherchent une économie de coûts et exercent une grande pression en faveur de faibles prix (Mieles, 2019b). Cette tendance s'avère particulièrement vraie au Québec, alors que près des trois quarts des Québécois consultent les circulaires et

utilisent des coupons-rabais ou des cartes de fidélités lors de leurs achats en épicerie (MAPAQ, 2017 ; MAPAQ, 2020).

D'un autre côté, les consommateurs québécois accordent également une plus grande importance à la santé dans leur alimentation, le vieillissement de la population contribuant nécessairement à la croissance de ces préoccupations (MAPAQ, 2017 ; MAPAQ, 2020), ainsi qu'au développement durable. En effet, les Québécois expriment davantage d'attentes en matière de responsabilité sociale et environnementale des entreprises dans le marché du commerce de l'alimentation : réduction du gaspillage alimentaire et de l'emballage, bien-être animal, traçabilité des aliments, certification des produits, aliments biologiques ou locaux, etc. (MAPAQ, 2017 ; MAPAQ 2020). D'ailleurs, un sondage mené l'Observatoire de la consommation responsable de l'UQAM a révélé que les Québécois se disent prêts à payer plus cher pour acheter des produits locaux, et que le tiers du budget alimentaire de près de la moitié des Québécois est consacré à l'achat d'aliments locaux (Allimann, 2017). De plus, dans le cadre un autre sondage, plus de la moitié des répondants ont affirmé accorder beaucoup d'importance aux emballages alimentaires écoresponsables (Éco Entreprise Québec, 2015).

La commodité joue cependant un rôle de plus en plus important dans les choix de consommation, et ce, parfois en dépit des considérations environnementales (MAPAQ, 2018). D'une part, puisque l'intégration de pratiques favorisant un mode de vie le zéro déchet implique une transformation des habitudes quotidiennes, notamment une meilleure organisation ainsi que moins de spontanéité (Martin, 2019), plusieurs consommateurs préfèrent davantage l'aspect plus pratique des épiceries traditionnelles. À ce titre, 80 % des ventes de produits alimentaires au Québec se font d'ailleurs dans les commerces alimentaires traditionnels (La Presse+ 2018). Ensuite, la proximité du commerce influence aussi les habitudes de consommations : les clients qui habitent loin de l'épicerie zéro déchet ont tendance à ne pas s'y rendre et à favoriser une épicerie traditionnelle plus près de leur lieu de domicile (La Presse+, 2018).

Finalement, d'autres facteurs comme le revenu et le degré de connaissances des consommateurs peuvent aussi influencer leur choix de régime alimentaire (FAO, 2013). Ainsi, les consommateurs qui sont davantage informés et ont une meilleure

compréhension des enjeux liés à l'alimentation ont plus de chance de se mobiliser et de faire des choix alimentaires plus responsables (La Presse+, 2018 ; Letarte, 2018).

4. Méthodologie de travail et objectifs

4.1 Objectifs

Le principal objectif de cette étude est d'identifier les principaux facteurs de réussite et d'échec des initiatives de commercialisation d'aliments locaux et en vrac à partir de témoignages recueillis auprès de propriétaires d'épicerie zéro déchet au Québec, et ainsi soulever des pistes de solution pour faciliter l'adoption de pratiques plus responsables dans les systèmes alimentaires, notamment chez les commerçants.

Un second objectif est de déterminer dans quelle mesure le modèle zéro déchet pourrait s'appliquer dans les institutions et les organisations, par exemple dans les cantines ou les hôpitaux.

En raison de la complexité du phénomène du zéro déchet et de la multiplicité des environnements dans lesquels évoluent les épicerie zéro déchet, l'étude repose donc sur une approche qualitative. La recherche qualitative permet notamment de recueillir une grande diversité de données et ainsi de comprendre plus en profondeur le phénomène étudié (Kohn et Christiaens, 2014).

Cette approche permet également d'étudier un phénomène dans son contexte naturel (Kohn et Christiaens, 2014), ce qui s'avère pertinent dans le cadre de cette étude puisque le zéro déchet est avant tout un mouvement social.

4.2 Échantillon à l'étude et recrutement des participants

Au total, 49 épicerie zéro déchet ou en vrac ont été invitées à participer à l'étude par courriel. Afin d'assurer une certaine représentativité des différents enjeux auxquels peuvent faire face les épicerie zéro déchet, ces dernières ont été choisies en fonction de la région administrative dans laquelle elles se trouvent ainsi que le nombre d'années d'existence du commerce. Il est à noter qu'il n'existe aucune épicerie zéro déchet ou en vrac dans la région du Nord-du-Québec. De plus, le nombre d'années d'existence des épicerie a été déterminé à partir d'informations disponibles sur leurs sites Internet ou figurant au Registre des entreprises du Québec.

Les tableaux I et II à la page suivante présentent la répartition des épiceries sollicitées en fonction de ces deux critères.

Tableau I : Répartition des épiceries sollicitées selon la région administrative

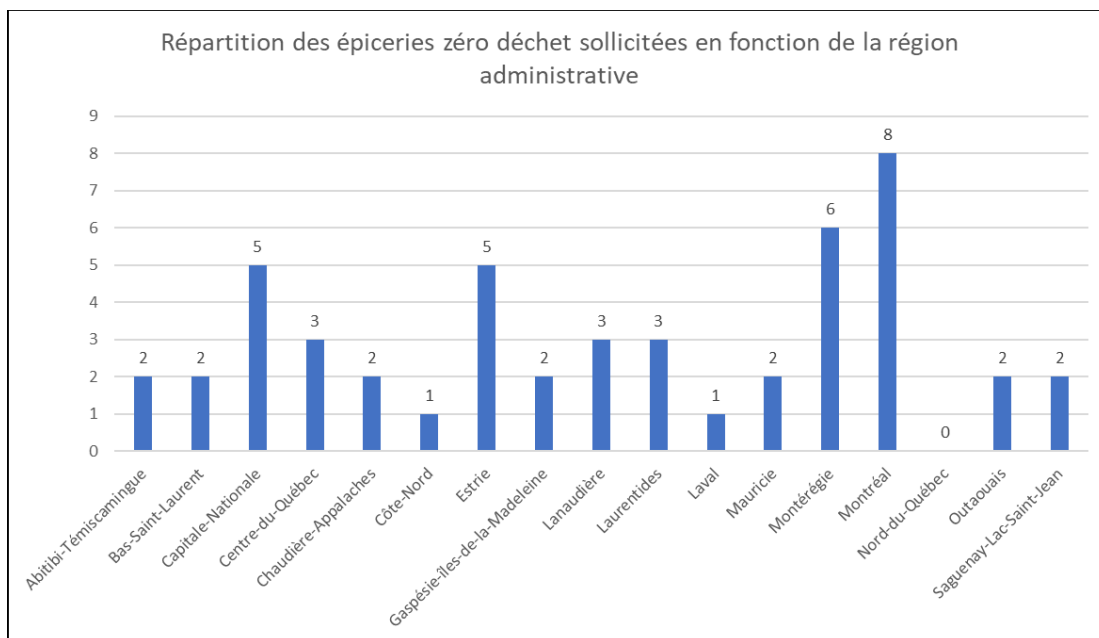
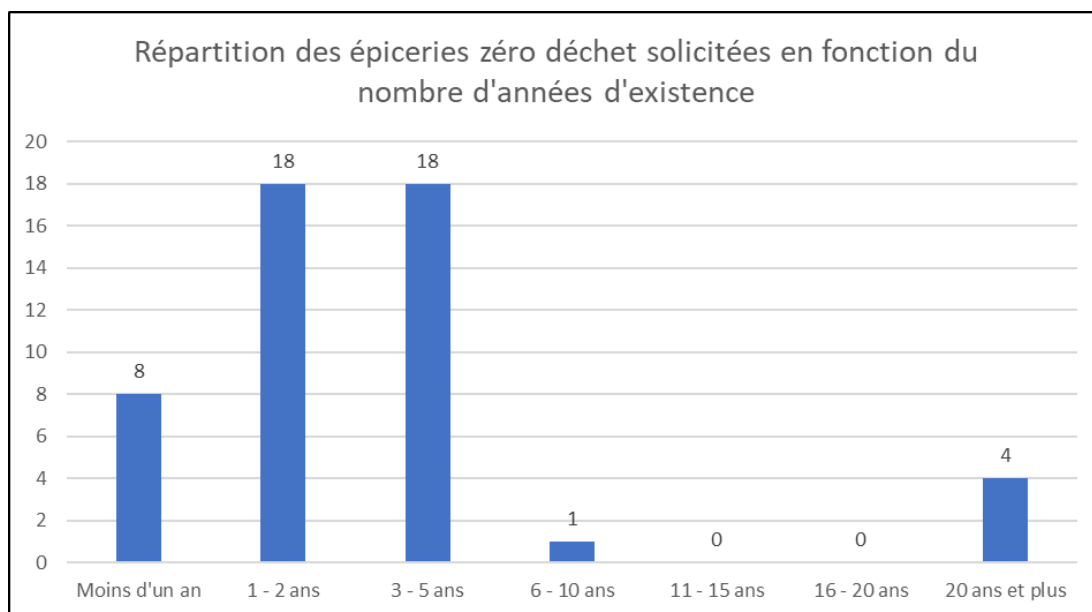


Tableau II : Répartition des épiceries sollicitées selon le nombre d'années d'existence



Le but était initialement de prioriser 20 épiceries parmi ces dernières en fonction de critères supplémentaires (taille de l'épicerie, nombre de clients, chaîne d'épiceries ou épicerie indépendante, située en milieu urbain ou rural, etc.), de manière à obtenir un échantillon le plus diversifié possible. Cependant, le recrutement des participants s'est avéré beaucoup plus difficile que prévu. Au total, seulement 11 épiceries ont accepté

de participer à l'étude. La répartition de ces 11 épiceries en fonction de la région administrative et du nombre d'années d'existence est présentée dans les tableaux III et IV à la page suivante.

Tableau III : Répartition des épiceries participantes selon la région administrative

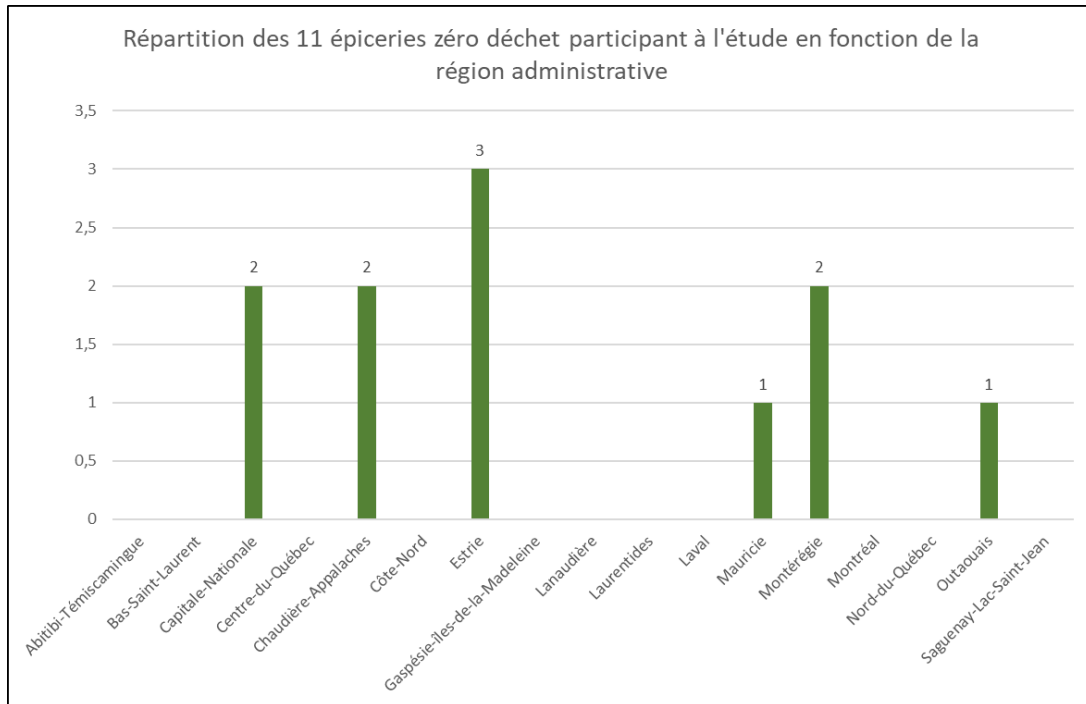
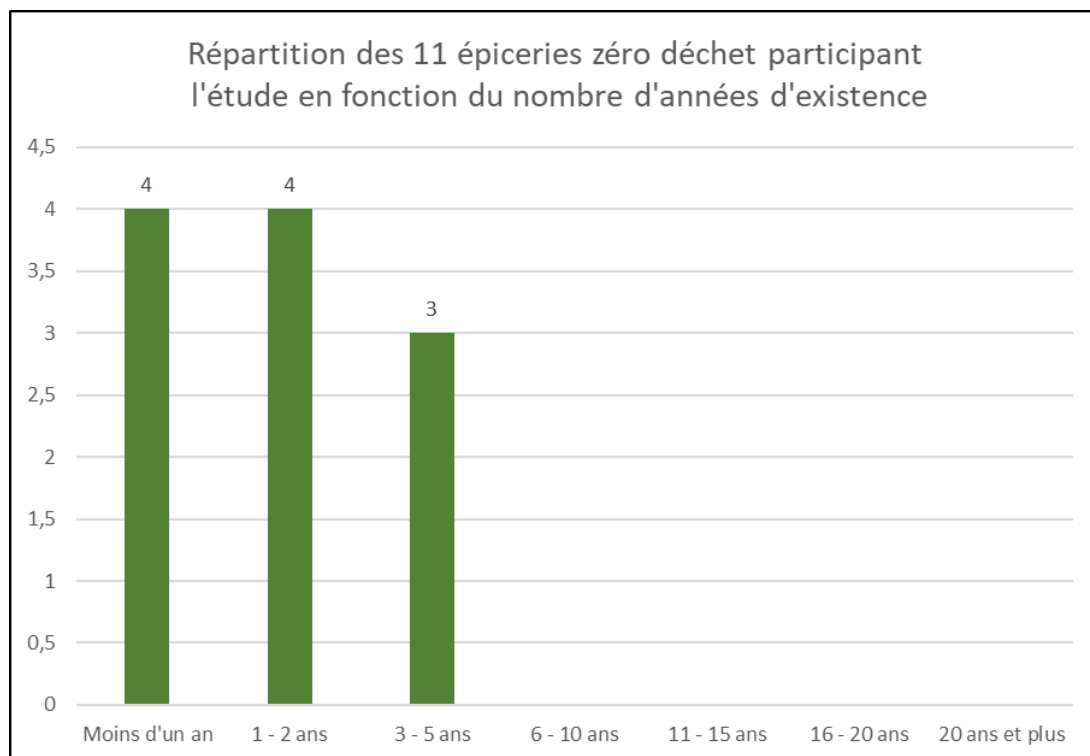


Tableau IV : Répartition des épiceries participantes selon le nombre d'années d'existence



Bien que les épiceries participantes soient réparties dans 6 régions administratives différentes, 10 régions administratives ne sont cependant pas représentées. La répartition des épiceries participantes en fonction du nombre d'années d'existence est toutefois relativement similaire à celles des 49 épiceries sollicitées. Il aurait néanmoins été intéressant d'interroger au moins une épicerie en activité depuis plus de 20 ans.

4.3 Collecte des données

La collecte des données s'est effectuée par des entretiens individuels semi-structurés, d'une durée d'environ 30 à 60 minutes, auprès de propriétaires d'épiceries zéro déchet ou en vrac. Les entretiens se sont déroulés entre le 2 et le 12 mars 2020 ainsi qu'entre le 27 octobre et le 10 novembre 2020, par téléphone, et étaient structurés en fonction d'un guide d'entretien semi-directif (Annexe I) comprenant une liste de questions à aborder au cours de la discussion.

De plus, un formulaire socio-démographique (Annexe II) a été remis à chaque participant quelques jours avant l'entrevue. Bien que certains participants n'aient pas remis le formulaire, les informations recueillies ont tout de même permis de réaliser un portrait sommaire des épiceries zéro déchet interrogées. Les participants ont également été invités à compléter un formulaire de consentement à participer à la recherche approuvé par le Comité d'éthique du Centre de recherche du CHU de Québec (2020-4766).

4.4 Traitement et analyse des données

Traitement et analyse des données

Chaque entretien a été enregistré sur un support électronique et a fait l'objet de la rédaction d'un résumé écrit permettant de dégager les idées principales exprimées durant l'entretien. Dans le cadre de cet essai, il n'y a pas eu de retranscription intégrale des entretiens. Ensuite, les enregistrements et les résumés ont été écoutés et relus à plusieurs reprises et cette étape s'est accompagnée d'un processus de prises de notes afin d'en faciliter l'analyse. Enfin, tel que recommandé par l'approche inductive, les données ont été regroupées en fonction des grands thèmes émergents, ce qui a permis de les interpréter et de les comparer (Blais et Martineau, 2006). Au total, trois grands thèmes ont été dégagés : les enjeux liés à la gestion des stocks et de l'approvisionnement, les enjeux liés au degré de sensibilisation des consommateurs et les enjeux liés au manque de soutien disponible pour les épiceries zéro déchet.

5. Résultats

Les épiceries zéro déchet et en vrac à l'étude sont relativement récentes : elles sont ouvertes depuis au plus 5 ans et 4 d'entre elles ont moins d'un an. Bien qu'elles soient toutes des épiceries indépendantes ne faisant pas partie d'une chaîne, elles ont cependant un profil relativement varié. En effet, elles ont des statuts juridiques variés (entreprise individuelle, société par actions, société en participation, société en nom collectif), leur superficie varie entre 800 et 2 500 pieds carrés, elles accueillent entre 300 et 4 000 clients par mois et emploient entre 1 et 10 employés. La plupart d'entre elles font affaire avec moins de 30 fournisseurs, à l'exception de 2 qui en comptent plus de 60. Finalement, pour la majorité des épiceries, 50 % ou plus des produits sont issus de circuits courts et plus du tiers des produits sont certifiés biologiques.

Les propriétaires interrogés sont majoritairement âgés entre 25 et 45 ans et de sexe féminin (9 femmes et 2 hommes). Ils possèdent soit un diplôme d'études collégiales ou professionnelles, soit un diplôme universitaire, notamment dans un domaine lié à l'environnement, la gestion d'entreprise, la santé ou la nutrition.

Le tableau V à la page suivante présente un bilan des informations socio-démographiques recueillies auprès des 11 épiceries participantes.

À la suite de l'analyse des témoignages recueillis auprès des propriétaires d'épiceries zéro déchet ou en vrac, les différents facteurs qui facilitent ou nuisent à la commercialisation d'aliments locaux et en vrac ont été regroupés sous trois grandes catégories, elles-mêmes divisées en sous-catégories :

1. Les enjeux de la gestion des stocks et de l'approvisionnement

- S'assurer d'une gestion des stocks optimale et qui évite le gaspillage
- Intégrer à sa routine la surcharge de travail liée à l'approvisionnement dans les circuits courts
- Déterminer l'offre de produits et choisir les fournisseurs
- Amener les fournisseurs vers le zéro déchet

2. La sensibilisation des consommateurs

- La proximité avec le consommateur favorise la conscientisation
- Les croyances au sujet des épiceries zéro déchet dissuadent certains consommateurs
- Le manque de sensibilisation sur les enjeux des systèmes alimentaires ralentit la transition vers des habitudes de consommation plus durables

3. Le soutien disponible aux épicerie zéro déchet

- La nouveauté du phénomène implique un apprentissage
- Le manque de programmes ou de subventions pour soutenir les initiatives zéro déchet est criant
- Les initiatives citoyennes et les municipalités proactives font partie de la solution

Tableau V : Bilan des données socio-démographiques des 11 épicerie participantes

Informations sur les répondants	Sexe	Homme	2
		Femme	9
	Groupe d'âge	25 à 35 ans	4
		35 à 45 ans	3
		Inconnu	4
	Niveau de scolarité	DEC/DEP	4
Universitaire		4	
Inconnu		3	
Informations sur les épicerie	Statut juridique	Entreprise individuelle	5
		Société par actions	4
		Société en participation	1
		Société en nom collectif	1
	Années d'ouverture	Moins d'un an	4
		Entre 1 et 2 ans	4
		Entre 3 et 5 ans	3
	Superficie	Moins de 1000 pi ²	1
		Entre 1000 et 1500 pi ²	2
		Entre 1501 et 2000 pi ²	2
		Entre de 2001 et 3000pi ²	2
		Inconnu	4
	Nombre d'employés temps plein	1	3
		2	3
		6	2
		Inconnu	3
	Nombre d'employés temps partiel	0	2
		2	1
		3	3
		4	2
		Inconnu	3
	Nombre de clients par mois	Moins de 500	1
		Entre 501 et 1000	1
		Entre 1001 et 1500	2
		Plus de 1500	2
		Inconnu	5
	Nombre de fournisseurs	Moins de 25	4
Entre 25 et 50		1	
Entre 51 et 75		1	
Plus de 75		1	
Inconnu		4	
% de produits issus de circuits courts	Moins de 25 %	1	
	Entre 25 et 50 %	4	
	Entre 51 et 75 %	1	
	Plus de 75 %	1	
	Inconnu	4	
% de produits certifiés biologiques	Moins de 25 %	1	
	Entre 51 et 75 %	2	
	Plus de 75 %	4	
	Inconnu	4	

5.1 Les enjeux de la gestion des stocks et de l'approvisionnement

5.1.1 S'assurer d'une gestion des stocks optimale et qui évite le gaspillage

Parmi les 11 propriétaires interrogés, 6 d'entre eux ont identifié la gestion des stocks comme un défi important pour les épicerie zéro déchet, notamment en début de parcours. En effet, gérer une épicerie n'est pas simple : il faut le bon volume de clients pour le bon volume d'aliments ainsi qu'un bon taux de roulement des aliments. Il faut également bien connaître le secteur et les clients, car la demande varie d'un quartier à l'autre. Le défi s'avère d'autant plus complexe pour les épicerie zéro déchet qui font souvent affaire avec une multitude de fournisseurs.

Le défi est plus grand pour les produits frais pour la gestion des stocks, surtout dans une entreprise comme la nôtre qui ne tolère pas le gaspillage et les déchets. [...] Les produits frais ont une durée de vie plus courte, donc c'est plus ça le défi : de commander les bonnes quantités pour ne pas avoir de pertes, mais pour ne pas en manquer non plus. (Propriétaire de l'épicerie 5)

La livraison ce n'est pas tous les jours, ce n'est pas toujours en quantité souhaitée, donc ça demande plus de travail, plus de logistique, gestion de stock et inventaire. (Propriétaire de l'épicerie 2)

Les propriétaires de l'épicerie 9 et 10 soulèvent d'ailleurs l'importance de commencer modestement, puis s'adapter petit à petit :

Plus tu achètes en grande quantité, plus tu es capable de faire de marge de profit, mais le but ce n'est pas de t'endetter tout de suite au début. C'est pour ça qu'il faut y aller petit à petit. (Propriétaire de l'épicerie 10)

Le facteur de réussite que nous ça a fait en sorte que ça a fonctionné, c'est vraiment le fait qu'on est parti petit, qu'on s'est adapté, qu'on a eu vraiment une approche personnalisée. Ça ne peut pas être un commerce impersonnel. (Propriétaire de l'épicerie 9)

5.1.2 Intégrer à sa routine la surcharge de travail liée à l'approvisionnement dans les circuits courts

Pour la majorité des répondants, l'approvisionnement direct avec les producteurs amène une charge de travail en termes de gestion de commandes assez importante, notamment car la plupart d'entre eux doivent s'en occuper eux-mêmes, en plus de leurs autres

tâches de gestion. Plusieurs mentionnent également devoir faire des efforts de logistique supplémentaires comparativement à leurs concurrents traditionnels qui font souvent plus affaire avec des grands distributeurs.

Faire affaires directement, de couper les intermédiaires, de travailler directement avec les producteurs et les gens qui transforment les produits [...], ça fait qu'on a beaucoup de comptes à régler, de dates de livraisons différentes, beaucoup de dates pour les commandes différentes, beaucoup de termes de paiements différents à gérer. (Propriétaire de l'épicerie 6)

Les épiceries [traditionnelles], elles ne se cassent pas la tête comme ça. Elles font affaire avec des distributeurs qui regroupent plusieurs fournisseurs, et c'est plus facile aussi d'atteindre les minimums quand tu fais des commandes pour avoir la livraison gratuite. Ça aussi c'est un défi, de ne pas payer trop de frais de livraison. Quand tu fais affaire avec plein de petits, c'est des frais à chaque fois. (Propriétaire de l'épicerie 5)

La propriétaire de l'épicerie 6 déplore d'ailleurs que les outils et systèmes pour les points de vente, qui pourraient faciliter la gestion des inventaires et de l'approvisionnement, soient souvent très élaborés et très coûteux et que les petits commerces comme le sien n'aient pas nécessairement les moyens de se les procurer.

Cependant, tous choisissent de favoriser les circuits courts malgré ce défi, puisque cela s'inscrit au cœur des valeurs des épiceries zéro déchet. De plus, plusieurs propriétaires considèrent bénéfique le fait d'avoir des liens directs avec les producteurs.

On finit par développer une relation avec ces gens-là, ce sont des êtres humains aussi. On a des super belles relations avec nos producteurs, quand ils viennent on fait des blagues, ils nous racontent leur quotidien, leurs récoltes. (Propriétaire de l'épicerie 7)

Un autre enjeu lié à l'approvisionnement dans les circuits courts est qu'il est parfois difficile pour les propriétaires de faire livrer leurs produits en région. En effet, 4 d'entre eux ont mentionné que certains fournisseurs ne livrent pas, car cela leur coûterait trop cher, notamment en raison de la distance. Ils doivent donc payer un supplément, commander de plus grandes quantités ou se débrouiller pour aller chercher eux-mêmes les produits.

[Certains fournisseurs] ont choisi de ne pas livrer, car ça leur coûterait un bras. Il faut aller chercher [les produits] [...] et les bidons vides il faut aussi les ramener. Donc, il

faut gérer en même temps l'approvisionnement, et il faut gérer en même temps la gestion des consignes. (Propriétaire de l'épicerie 4)

Pour moi, vu que j'habite à 2h30 de Montréal, mes minimums d'achat ne sont pas les mêmes que ceux qui habitent en ville parce que j'habite plus loin. Ma livraison directement à mon commerce est soit refusée, ou il faut que je paye un supplément [...] ou ils ne veulent pas se rendre directement chez nous donc je dois faire livrer à Trois-Rivières et que j'aille les chercher à Trois-Rivières. (Propriétaire de l'épicerie 10)

Afin de faciliter l'approvisionnement, certains propriétaires ont évoqué avoir déjà considéré les groupes d'achat, mais que cela s'est révélé trop compliqué pour le peu de bénéfices économiques en bout de ligne ou non adapté à leur réalité.

Ce n'est pas vraiment réalisable. L'objectif ça serait d'aller augmenter son pouvoir d'achat en achetant des plus grandes quantités [...] mais si on se regroupe les commerçants pour acheter une palette, après ça c'est toute la logistique de transport, de répartir ça dans tous les magasins. C'est super compliqué. (Propriétaire de l'épicerie 5)

Une autre solution, cette fois-ci proposée par 4 propriétaires, serait qu'il y ait un intermédiaire avec un point de dépôt qui agirait à titre de grossiste pour les épiceries zéro déchet et qui permettrait à plusieurs épiceries de commander en plus grande quantité des produits qui les intéressent et d'obtenir des prix plus intéressants par le fait même.

Il faudrait avoir un réseau de producteurs locaux qui s'associent pour offrir un produit, ou avoir un intermédiaire qui s'occupe de savoir qui vend quoi, de sorte à ce qu'on puisse commander plus facilement, peut-être en plus grande quantité, si plusieurs épiceries veulent ce produit. (Propriétaire de l'épicerie 2)

Il faudrait qu'il y ait un grossiste en alimentation qui se concentre sur le zéro déchet, sur l'achat local, sur les produits équitables, et les produits bio. (Propriétaire de l'épicerie 8)

5.1.3 Déterminer l'offre de produits et choisir les fournisseurs

À l'unanimité, les propriétaires des épiceries interrogés ont affirmé prioriser l'achat local lorsqu'ils doivent choisir avec quels fournisseurs faire affaire. Près de la moitié des répondants ont également mentionné favoriser les produits biologiques. Cependant,

leurs choix de produits ne se limitent pas qu'à une seule caractéristique. En effet, les propriétaires considèrent qu'ils doivent demeurer cohérents avec l'ensemble de leurs valeurs et sont conscients de la complexité de la composition d'une alimentation durable ainsi que de la nécessité de faire des choix logiques. Trouver l'équilibre entre la multitude de facteurs à considérer lorsqu'ils doivent choisir un produit ou un fournisseur est loin d'être évident : c'est un processus de recherche qui nécessite de faire des compromis entre des valeurs souvent tout aussi importantes les unes que les autres.

Si on veut continuer à bien s'alimenter, si on peut continuer à pouvoir le faire pendant longtemps, il faut le faire d'une façon qui fait du sens. (Propriétaire de l'épicerie 6)

Quand on veut bien faire les choses, il y a un gros travail de recherche à faire aussi. Il faut être en contact avec les gens, il faut comprendre comment ils fonctionnent, il faut aller plus loin que l'image du produit qu'on veut vendre. C'est une responsabilité à l'égard du consommateur [...] Il faut s'assurer que qu'est-ce qu'on vend, on a fait la recherche et il est là pour une raison. Il n'est pas juste là parce que c'est un produit zéro déchet. (Propriétaire de l'épicerie 6)

Biologique, est parfois [contradictoire] avec écologique. Suremballage, le fait que justement pour produire ce produit-là ça prend beaucoup plus de pollution. [...] Il y a le bien manger, et il y a le vrac, qui sont complètement deux choses radicalement opposées parfois. (Propriétaire de l'épicerie 4)

L'ordre de priorisation des valeurs varie d'ailleurs d'une épicerie à l'autre. Ainsi, pour le propriétaire de l'épicerie 4, c'est l'achat local qui prime, mais il ne faut pas que ça soit aux dépens de l'aspect écologique. Il n'achètera donc pas d'un fournisseur local dont les pratiques ont des répercussions néfastes sur l'environnement. Similairement, la majorité des répondants prônent le zéro déchet, mais pas à n'importe quel prix.

Nous, on prône vraiment le zéro déchet, mais aussi beaucoup l'achat local. On a gros des mets surgelés, des viandes surgelées. C'est pas zéro déchet mais au moins c'est local. (Propriétaire de l'épicerie 11)

C'est bien beau le zéro déchet, mais si tous tes produits viennent de Chine, tu n'es pas plus avancé. (Propriétaire de l'épicerie 8)

Il faut faire du zéro déchet de manière intelligente, et accepter qu'actuellement on a encore des aliments qui sont mieux conservés dans un sous vide. [...] Un lait de soya

fraîchement frais, qui est non pasteurisé, à la maison ça dure 3 jours dans ton frigidaire. Imagines-tu pour une épicerie, ça ne marche pas ça. (Propriétaire de l'épicerie 7)

Pour la propriétaire de l'épicerie 10, la qualité des conditions de travail des employés chez ces fournisseurs fait partie de ses critères de sélection.

J'ai visité leur usine, j'ai été voir leurs employés, j'ai été passé une journée là-bas. [...] Bien que les produits sont importés majoritairement, le soin qu'ils ont pour leurs employés, c'est vraiment chouette. Les employés sont bien, sont bien traités, ils ont une belle salle à diner, ils font des activités sociales, des activités d'intégration. (Propriétaire de l'épicerie 10)

D'autres propriétaires choisissent plutôt leurs produits en fonction de l'accessibilité. Un des objectifs poursuivis par la propriétaire de l'épicerie 6 est d'ailleurs de permettre à tout le monde d'adopter une alimentation durable, peu importe leur style et leurs choix alimentaires.

Les gens qui consomment de la viande souvent n'ont pas l'opportunité d'avoir accès à de la viande locale, fraîche, coupée sur place, pas emballée. Souvent les épicerie zéro déchet sont perçues comme un lieu où est-ce que la viande est presque qu'exclue, que ça ne peut pas faire partie d'une alimentation durable. Moi je pense que tout le monde peut participer dans le mouvement. (Propriétaire de l'épicerie 6)

On a du bio, mais pas juste du bio, parce que ce n'est pas tout le monde qui a les moyens d'acheter plus bio, et on voulait que le zéro déchet soit accessible à tout le monde en fait. (Propriétaire de l'épicerie 8)

5.1.4 Amener les fournisseurs vers le zéro déchet

Un autre défi important soulevé par plusieurs répondants consiste à amener les fournisseurs à adopter des pratiques zéro déchet. Même si de plus en plus de fournisseurs offrent des produits dans des contenants consignés et que plusieurs sont prêts à adapter leurs pratiques, la propriétaire de l'épicerie 9 trouve qu'il demeure encore assez complexe de trouver des fournisseurs et des distributeurs en vrac. De plus, la transition vers le zéro déchet s'avère particulièrement difficile avec les plus gros fournisseurs, notamment en raison de leurs procédés souvent automatisés.

C'est super difficile avec les gros fournisseurs, parce qu'eux, ils font dans des espèces de grosses machines et c'est vraiment pas évident. Par contre mes petits producteurs,

on est tous avec de la consigne. [...] Il y a vraiment une ouverture des producteurs et même de certains petits distributeurs qui ont [changé] leurs façons de faire pour qu'on ait une offre réelle en vrac. (Propriétaire de l'épicerie 7)

Le plus gros défi [...] c'est plus d'aller chercher des fournisseurs qui veulent le faire aussi, ou s'ils ne le font pas, c'est de travailler avec eux autres pour trouver une alternative zéro déchet. [...] Les fournisseurs c'est vraiment compliqué, surtout que parfois, il y a du monde qui ont des machines d'ensachage déjà. Elles ne sont pas adaptées pour mettre dans des chaudières. Il faut qu'ils le fassent à la main. C'est beaucoup plus de job pour eux autres, donc ce n'est pas tout le monde qui est ouvert à ça. (Propriétaire de l'épicerie 8)

Le propriétaire de l'épicerie 9 souligne aussi que dans certains cas, il n'est tout simplement pas possible de se procurer des produits dans des contenants consignés ou sans emballage. Pour cette raison, il trie rigoureusement de son recyclage afin de s'assurer que le moins de matière possible soit rejetée au centre de tri.

Je ne peux pas faire ça avec des noix, parce que malheureusement ça ne vient pas du Canada. Il y a des réglementations plus serrées avec la MAPAQ. Tout ce que tu achètes arrive dans un sac de plastique dans une boîte. C'est la raison pourquoi souvent je dis souvent aux gens [que] l'épicerie zéro déchet, c'est pas juste d'acheter en gros, c'est de bien faire le tri de ton recyclage. Parce que c'est bien beau de mettre tout au recyclage, mais si tu ne regardes pas c'est quoi l'emballage, si tu mets tous tes plastiques avec tes cartons, c'est dur à trier au centre de tri. [...] Ça se peut que quelque chose ne soit pas recyclé parce qu'ils ont passé à côté. (Propriétaire de l'épicerie 8)

5.2 La sensibilisation des consommateurs

5.2.1 La proximité avec le consommateur favorise la conscientisation

La plupart des propriétaires interrogés ont soulevé que l'un des avantages des épiceries zéro déchet est qu'elles favorisent la sensibilisation des consommateurs aux enjeux des systèmes alimentaires et les amènent à adopter de plus en plus des pratiques zéro déchet, ce qui contribue à la croissance de ces dernières.

D'une part, les épiceries zéro déchet sont en majorité des épiceries de quartier à échelle humaine, ce qui encourage le développement de lien de proximité avec les consommateurs. Elles deviennent alors des lieux d'échange, de rassemblement et de

partage de valeurs communes. Les liens ainsi créés renforcent la solidarité dans la communauté ainsi que le sentiment d'appartenance.

Un des avantages d'une épicerie qui est zéro déchet avec vraiment une intégration des producteurs locaux, des bonnes pratiques environnementales, ça fait en sorte qu'on a un lieu dans notre quartier où on va venir favoriser l'autonomie alimentaire sur le territoire. On va s'organiser aussi pour qu'il y ait des échanges dans la communauté. Donc, dans le cas d'une crise ou quoique ce soit, on n'a pas juste acheté des aliments qui sont à l'extérieur. On vient renforcer la diversité alimentaire sur notre propre territoire. On crée un milieu de vie où les gens peuvent se réunir, où ils nous reconnaissent, où on peut se jaser. [...] Ça devient un milieu vivant où les gens peuvent se rattacher. [...] C'est vraiment un lieu qui fait du bien à l'humain. (Propriétaire de l'épicerie 7)

Au départ, les gens arrivent sans contenants, par curiosité. Puis au final, ils reviennent, me remercient. Ce n'est pas la même relation que quand on va dans un supermarché. Je pense que mes clients vont être fidèles. (Propriétaire de l'épicerie 3)

La propriétaire de l'épicerie 7 considère d'ailleurs que c'est ce sentiment d'appartenance à une communauté qui permet à son épicerie de traverser la période plus difficile en temps de pandémie.

Ensuite, cette proximité avec les clients favorise les échanges avec ces derniers sur les modes de consommation et sur l'alimentation. Les propriétaires des épiceries zéro déchet jouent alors un rôle de guide, de référence, pour accompagner et conseiller les gens dans leur transition vers le zéro déchet. Ils peuvent ainsi davantage conscientiser leurs clients sur les produits qu'ils consomment. Les épiceries zéro déchet deviennent alors à la fois un lieu d'apprentissage et un lieu où les clients peuvent être cohérents avec leurs valeurs et être dans l'action.

Le fait de prendre le temps de magasiner en vrac, de verser les aliments dans son pot, ça augmente la conscience par rapport à la cuisine. Quand vient le temps de cuisiner, on se rappelle que ça nous a pris du temps de magasiner, donc on est plus conscient. Pareil en mangeant, on déguste davantage, tout cela s'inclut dans l'acte de manger. [...] Avec le zéro déchet, on peut rapidement voir la diminution du gaspillage alimentaire et la réduction des déchets dans la poubelle ou dans le bac de récupération. Cela valorise le client, il s'implique. (Propriétaire de l'épicerie 2)

On vient créer des nouvelles pratiques chez le consommateur et dans la communauté, et les gens ils finissent par faire attention. Ils finissent par travailler en amont en réduisant leur consommation d'emballage alimentaire, mais d'emballage de toute sorte. [...] Il y a une prise de conscience qui est instaurée dans la communauté. (Propriétaire de l'épicerie 7)

5.2.2 Les croyances au sujet des épiceries zéro déchet dissuadent certains consommateurs

Plusieurs propriétaires interrogés ont mentionné qu'il faut plus de sensibilisation sur le fonctionnement des épiceries zéro déchet, car beaucoup de personnes ne sont pas à l'aise avec la vente d'aliments en vrac, entre autres en raison de craintes sur le plan sanitaire.

Je pense que c'est quelque chose que le monde ont peur parfois avec le vrac, parce que dans le passé, c'était pas très bien vu le vrac. Il y a un engouement aujourd'hui, mais il y a encore du monde qui sont biaisés à cause de ce qu'ils ont vu dans le passé. [...] C'est très important de garder ça propre. (Propriétaire de l'épicerie 8)

Ces craintes ont de plus été exacerbées par la pandémie de la COVID-19. Certains répondants ont d'ailleurs révélé avoir dû adapter leur fonctionnement au quotidien pour répondre aux exigences sanitaires, notamment en resserrant les mesures de nettoyage de l'équipement. Alors qu'une minorité de propriétaires affirme avoir dû mettre en place des stratégies pour regagner la clientèle et rassurer les gens, la majorité d'entre eux soutiennent que même s'ils ont connu une baisse d'achalandage, leur clientèle régulière est désormais de retour.

Ceux qui étaient déjà convaincus et qui étaient déjà habitués de consommer des produits en vrac avec leurs propres contenants, ces gens-là le savent qu'il y a beaucoup moins de risque de contamination de faire ça que d'aller dans une épicerie acheter quelque chose que tout le monde a taponné. C'est difficile à expliquer à quelqu'un qui n'est pas habitué de le faire. Ils pensent que tout le monde taponne tout dans le magasin, mais ce n'est pas ça. On est des petites entreprises, tout est bien surveillé, tout est bien nettoyé. (Propriétaire de l'épicerie 5)

Nos clients qui sont habitués de venir savent que chez nous c'est tout le temps propre et qu'on fait toujours attention, mais c'est sûr qu'il y en a qui doivent avoir peur de l'hygiène à cause du COVID. (Propriétaire de l'épicerie 11)

Une autre croyance sur les épicerie zéro déchet soulevée par la majorité des répondants concerne l'accessibilité à ces dernières, particulièrement en matière de coûts. Selon ces derniers, il faut mettre davantage en valeur le fait que les épicerie zéro déchet permettent de faire des meilleurs choix de consommation, d'acheter des quantités qui correspondent mieux aux besoins des clients, ce qui entraîne souvent moins de gaspillage alimentaire et revient alors moins cher.

Ça revient moins cher à la longue d'acheter du zéro déchet pour certaines choses. [...] Il y a moins de gaspillage. [Les clients] peuvent essayer aussi de nouveaux produits parce qu'ils peuvent prendre la quantité qu'ils veulent. Il y a aussi le fait qu'ils n'ont pas à payer l'emballage. (Propriétaire de l'épicerie 11)

C'est bien beau ton savon à linge que tu achètes en épicerie. Tu vas le payer 10 \$ pour 20 litres [...] mais ici tu vas peut-être le payer 20 \$, mais dis-toi que ce produit-là il est biodégradable, il va avoir moins d'impact sur l'environnement, la façon qu'il est fait aussi, il est fait ici au Québec, il encourage les entrepreneurs d'ici. [...] Souvent les gens ce qu'ils ne voient pas, c'est oui ils vont acheter à rabais, mais ils vont acheter plein de choses inutiles. [...] mais si tu focusses sur les choses nécessaires et que tu choisis bien ces choses nécessaires là [...] ça ne te coûtera pas plus cher au bout du compte. (Propriétaire de l'épicerie 9)

D'autres propriétaires interrogés mentionnent également que la transition vers le zéro déchet consiste simplement en un changement d'habitudes, et que comme tout changement les gens finissent par s'y habituer et cela devient leur nouvelle normalité.

C'est pas si dur que ça si tout le monde fait un effort. Il y a à faire au début, mais une fois que le changement est fait, ça va marcher aussi facilement que ça marche présentement. C'est juste qu'on va le faire différemment. (Propriétaire de l'épicerie 8)

Finalement, 7 des 11 propriétaires interrogés ont indiqué que leur clientèle était composée en grande majorité de femmes, ce qui met en lumière une certaine difficulté à sensibiliser les hommes quant à leurs habitudes de consommations alimentaires.

5.2.3 Le manque de sensibilisation sur les enjeux des systèmes alimentaires ralentit la transition vers des habitudes de consommation plus durables

D'une part, certains propriétaires considèrent que la popularité du mouvement zéro déchet ainsi que le fait que le gouvernement du Québec encourage fortement l'achat local depuis la pandémie sont des facteurs facilitant le développement des épicerie zéro

déchet au Québec. Toutefois, les répondants affirment à l'unanimité qu'il n'y a toujours pas suffisamment de sensibilisation aux enjeux liés aux systèmes alimentaires et aux modes de consommation. Plusieurs d'entre eux trouvent d'ailleurs que les habitudes des gens ne changent pas assez vite et sont déçus de constater que les gens ne réalisent pas que la seule solution est de réduire à la source.

[Il faut] que ce modèle-là soit partout, parce que c'est la seule solution à long terme, d'avoir plein de petits commerçants qui ont vraiment une vocation écologique, qui ne font pas juste le faire pour faire plaisir, qu'on revienne plus à des microentreprises [...] mais c'est difficile à changer les habitudes, c'est difficile à changer un système économique. (Propriétaire de l'épicerie 5)

Parmi les changements dans les habitudes qu'ils désirent voir chez les consommateurs, les répondants souhaitent que les gens se reconnectent à leur alimentation, par exemple en achetant des produits moins transformés et en prenant davantage le temps de cuisiner. Ils estiment cependant que l'achat d'aliments transformés et de repas prêt-à-manger est ancré dans les habitudes de beaucoup de gens, ce qui constitue un frein à la transition vers une alimentation plus durable.

Plusieurs propriétaires soulèvent aussi qu'il faut que les consommateurs soient plus flexibles quant à leur alimentation, car ils sont présentement trop habitués à ce que tout soit disponible, sans égard aux répercussions qu'une telle offre alimentaire entraîne nécessairement.

Être plus flexible par rapport à l'alimentation, je pense que ça il y a du travail d'éducation à faire, parce qu'actuellement tu vas dans un supermarché, et tu as de tout, tout le temps, en surabondance. [...] [Il faut] que le client, il finisse par s'habituer au fait que [l'offre] n'est pas toujours égal. Pour être toujours égal, il faudrait que j'aie un gros conteneur en arrière et que je jette la moitié de mon stock tout le temps. (Propriétaire de l'épicerie 7)

Les consommateurs veulent de la variété. On doit quand même expliquer notre philosophie, notre processus et justifier qu'on ne peut pas tout avoir. (Propriétaire de l'épicerie 2)

Il y a beaucoup d'éducation à faire pour que les gens acceptent d'acheter des produits différents, et qu'ils acceptent de ne pas avoir accès toujours aux milliers de produits auxquels on a accès tout le temps. (Propriétaire de l'épicerie 6)

Certains répondants ont également mentionné le manque de conscientisation des consommateurs en lien avec ce qu'ils achètent, notamment en ce qui concerne les coûts économiques de la gestion des matières résiduelles.

Au Québec, on accepte beaucoup de choses que les gens ne savent pas. Que nos produits soient sureballés et que ces emballages-là ne soient pas recyclables, et qu'on est obligé de les enfouir et que l'enfouissement coûte une fortune. (Propriétaire de l'épicerie 9)

Une bouteille d'eau de javel, de savon ou de vinaigre [...] cette bouteille-là va passer par un processus de dégradation de recyclage, pour être reformée de l'autre bord de la chaîne, pour ensuite remettre du vinaigre dedans. [...] Nous on paye, les contribuables, pour détruire une bouteille, pour la reproduire [...] pour remettre exactement le même type de produit dedans. (Propriétaire de l'épicerie 4)

Un défi de sensibilisation particulièrement important nommé par les propriétaires interrogés est celui d'amener les consommateurs à demeurer critique par rapport au mouvement zéro déchet, alors de plus en plus d'épiceries traditionnelles offrent désormais des produits en vrac. Selon eux, il y a beaucoup de sensibilisation à faire auprès des consommateurs afin qu'ils fassent plus attention aux produits qu'ils achètent et qu'ils soient plus critiques dans leurs choix. Par exemple, qu'ils soient conscients que les produits vendus en vrac ne sont pas toujours en cohérence avec l'alimentation durable (ex. un produit transformé, pas très nutritif, issu de cultures qui contribuent à la surutilisation des ressources, mais qui est vendu en vrac), et qu'un produit étiqueté biologique n'est pas nécessairement écologique (ex. des lentilles biologiques importées de la Chine). Ils souhaitent ainsi que les consommateurs demeurent vigilants face à la vision qu'ont certains du zéro déchet qui n'inclut pas les autres facteurs de la durabilité et qui ne tient pas compte du gaspillage des ressources.

On parle plus d'éliminer les emballages à tout prix, et souvent on ne tient pas compte du produit comme tel. Ça, je trouve que c'est un problème dans le mouvement, que les gens ils veulent acheter peu importe quoi tant qu'il n'y a pas d'emballage. [...] Peu importe la chaîne d'approvisionnement, peu importe la chaîne de production, peu importe l'impact depuis la source, en autant qu'il soit en vrac. (Propriétaire de l'épicerie 6)

Le zéro déchet pourrait s'apparenter à ne pas avoir d'emballage, mais pour d'autres personnes c'est plus loin que ça. Le vrac peut être tout à fait employé pour définir une

part du zéro déchet, car c'est déjà un pas vers moins de gaspillage, mais c'est beaucoup plus qu'une épicerie sans emballage. Il y a aussi le concept d'alimentation saine et durable et c'est un mode de vie à part entière. [...] Souvent, on s'arrête aux déchets physiques. On ne réalise pas que derrière le vrac, il y a une politique de transport, mais aussi le souhait de privilégier des aliments locaux, des producteurs, du biologique. (Propriétaire de l'épicerie 1)

5.3 Le soutien disponible aux épiceries zéro déchet

5.3.1 La nouveauté du phénomène implique un apprentissage

Une difficulté rencontrée par plusieurs des propriétaires interrogés est le fait que les épiceries zéro déchet sont un phénomène relativement récent et qu'il existe peu de documentation sur le sujet, particulièrement en matière de plan d'affaires. La propriétaire de l'épicerie 5 a d'ailleurs expliqué qu'il n'existait pas encore d'épicerie zéro déchet au Québec au moment de faire son plan d'affaires et qu'elle a donc pensé l'épicerie en fonction de recherche sur ce qui se fait ailleurs dans le monde.

Quand on travaille sur le plan d'affaires, il n'y a pas beaucoup de données. Personne n'est capable de vous donner des chiffres par rapport à des épiceries zéro déchet, puisque c'est très nouveau entre guillemets. (Propriétaire de l'épicerie 4)

Il n'y a pas de modèle d'affaires d'épicerie zéro déchet, il n'y a pas de façon de faire. (Propriétaire de l'épicerie 8)

Le fait que le zéro déchet soit relativement récent, le manque de connaissance limite aussi un peu l'aide qui pourrait être reçue par exemple des associations zéro déchet.

Le problème avec les organismes parfois, c'est qu'ils commencent, tout le monde est en apprentissage. (Propriétaire de l'épicerie 8)

Cependant, les répondants ont souligné que les gens dans le milieu sont très collaborateurs et sont prêts à s'entraider, ce qui est un atout important pour le développement d'initiatives zéro déchet. D'ailleurs, 3 des propriétaires ont mentionné avoir rencontré d'autres propriétaires d'épiceries zéro déchet au moment de démarrer leur projet.

Le monde sont vraiment motivé. La plupart ne le font pas juste pour faire de l'argent. Ça, ça a une grosse valeur pour le zéro déchet. [...] Les gens sont prêts à s'entraider,

à donner un coup de main aux autres. [...] Le réseau de contacts zéro déchet est assez développé. Ça, ça aide. (Propriétaire de l'épicerie 8)

Ils m'ont aidé à me dire quels fournisseurs approvisionnaient en vrac, mais aussi pour la gestion de ce type d'entreprise, pour les producteurs locaux. (Propriétaire d'épicerie 3)

Dans ma région, il y a beaucoup de jeunes entrepreneurs qui veulent faire les choses différemment, peu importe leur secteur d'activités. Ils sont vraiment très axés sur le local, la communauté, l'écoresponsabilité. [...] Je fais partie de plein de groupes, qui ne sont pas nécessairement des associations, mais qui sont des groupes d'entrepreneurs ici dans la région. Et ça, ça aide beaucoup. (Propriétaire de l'épicerie 6)

5.3.2 Le manque de programmes ou de subventions pour soutenir les initiatives zéro déchet est criant

Presque à l'unanimité, les propriétaires interrogés ont affirmé qu'il y avait très peu de programmes ou de subventions pour soutenir les commerces et initiatives comme les leurs. Lorsque questionnés sur la manière dont le gouvernement, les municipalités, les villes ou toutes autres instances pourraient les soutenir, les avis étaient divisés.

D'une part, certains des répondants affirment que le gouvernement doit s'impliquer davantage et faire plus de programmes de sensibilisation, notamment sur les impacts économiques et sociaux, et non seulement environnementaux, des enjeux des systèmes alimentaires. Les propriétaires des épiceries 7 et 11 considèrent d'ailleurs que l'attention médiatique est un important facteur de mobilisation.

Quand ils ont fait la marche sur l'environnement en septembre 2019 [...], nos ventes ont vraiment augmenté de 30 %. Les gens nous appelaient et ils disaient : "bon je veux vraiment être zéro déchet, qu'est-ce que je peux faire?" Ça a eu un gros impact. (Propriétaire de l'épicerie 11)

Avant la COVID, les politiques commençaient à s'aligner vers des pratiques zéro déchet. On en parlait partout, les médias ont embarqué. Il y avait une mobilisation qui ne se faisait plus juste au niveau de la masse, mais aussi au niveau gouvernemental. On sentait vraiment qu'il y avait un changement d'habitude qui allait s'instaurer à tous les niveaux. [...] Quand le gouvernement, quand les instances municipales, provinciales, embarquent, ça a vraiment un impact significatif. Quand les médias

embarquent aussi, c'est sûr que ça a un impact significatif pour le développement de ce type d'épicerie là. (Propriétaire de l'épicerie 7)

De leur côté, les propriétaires des épiceries 3 et 9 déplorent le manque de subvention pour appuyer les épiceries zéro déchet, qui possèdent moins de moyens que les grosses chaînes d'épiceries, et considèrent qu'ils devraient bénéficier d'un avantage sur les autres commerces puisqu'ils produisent beaucoup moins de déchets.

Moi je pense que la seule chose c'est des incitatifs financiers pour faire en sorte que ces entreprises-là soient soutenues financièrement, parce que pour vrai mon épicerie fait beaucoup moins de déchets qu'une épicerie normale, et je ne comprends pas pourquoi je n'ai pas un avantage ou un crédit à ce niveau-là. [...] Moi si on me donne un crédit, je peux rendre [mes produits] plus accessibles. (Propriétaire de l'épicerie 9)

Dans leurs subventions environnementales, il n'y a rien pour nous, alors qu'on fait partie de la solution. On pourrait avoir un coup de main, on travaille vraiment fort pour ça. (Propriétaire de l'épicerie 3)

De même, la propriétaire de l'épicerie 11 aimerait que les épiceries zéro déchet soient subventionnées pour pouvoir avoir des boîtes de recyclage, comme par exemple celles offertes par l'entreprise Terracycle, et offrir la possibilité à ses clients de venir déposer des produits qui ne sont habituellement pas recyclés. Elle considère que ces frais ne devraient pas être assumés par les commerçants.

Ça coûte cher tout le recyclage, c'est nous les commerçants, pour avoir une boîte de recyclage, qui devraient payer. Ça devrait être subventionné par les villes. Si ça serait subventionné, les épiceries zéro déchet on pourrait faire la récupération de plein de choses comme les lames de rasoir, les papiers de barre tendre, ou de chips ou de bonbons d'Halloween. Mais toutes ces boîtes-là il faut les payer, nous le commerçant, pour que le client vienne déposer [ses déchets]. Quand la boîte est pleine, il faut la renvoyer et payer pour une nouvelle boîte. (Propriétaire de l'épicerie 11)

En raison des difficultés à trouver du financement au démarrage de leur entreprise, entre autres, les propriétaires de 4 épiceries souhaiteraient la mise en place d'un programme d'aide aux entreprises écoresponsables qui tiendrait compte de la mission, des valeurs et des impacts sur le long terme de l'entreprise.

De ne pas juste tenir compte du secteur d'activités, mais aussi de la vision de l'entreprise, de regarder plus loin sur les impacts à long terme, au niveau de la

durabilité. Ça pourrait être quelque chose qui est mis de l'avant dans les programmes d'aide aux entreprises. (Propriétaire de l'épicerie 6)

Quand j'ai dit que je voulais ouvrir une épicerie zéro déchet et quand il n'y en a pas dans la région, que personne ne sait ce que c'est, les organismes ont peur de financer cela. [...] J'ai dû apporter beaucoup d'explications sur ce que c'était [pour obtenir du financement]. Ça a été compliqué à aller chercher. [...] En tant qu'entreprise verte/écologique, je n'ai pas plus d'avantages qu'une autre. (Propriétaire de l'épicerie 3)

On a décidé d'être une entreprise incorporée, même si au démarrage comme nous étions étudiantes on a pu bénéficier d'aide de programmes pour jeunes entrepreneurs, aujourd'hui on n'a pas le droit à des subventions, mais ce serait intéressant de créer une zone grise où notre implication serait valorisée et cela nous aiderait à prospérer. (Propriétaire de l'épicerie 2)

La propriétaire de l'épicerie 2 a également partagé une idée de subvention, cette fois-ci sous forme d'un programme inclusif pour l'ensemble de la population pour aider les plus démunis à bien se nourrir et pouvoir participer au mouvement zéro déchet.

Pour des produits de qualité, équitables, biologiques, les prix sont un peu plus chers, même si l'aspect de réduction de gaspillage fait faire des économies. Pour des personnes en précarité, ça ne serait pas un premier choix de consommer dans nos épiceries. (Propriétaire de l'épicerie 2)

Sur le plan de la législation, 3 des répondants ont mentionné un enjeu en lien avec la réglementation entourant la certification des produits biologiques. En effet, la réglementation entourant la vente de produits biologiques en vrac est très exigeante : afin de pouvoir afficher un produit comme étant biologique, il faut une certification pour celui qui manipule les produits, et ce, pour chaque produit, sans quoi le produit perd sa certification. Cela entraîne des coûts et des procédures supplémentaires pour les épiceries zéro déchet, contrairement aux épiceries traditionnelles. La politique devrait alors être revue et adaptée à la réalité de la vente d'aliments en vrac.

Donc pour chaque aliment biologique en vrac que je vends, je dois avoir le certificat du producteur à jour, donc à chaque année je dois recommencer. Je me fais inspecter aussi à chaque année. C'est pour chacun de mes produits, donc c'est vraiment très lourd comme processus, mais c'est la seule façon qui existe pour le système en place pour pouvoir vendre des produits bio en vrac. (Propriétaire de l'épicerie 5)

Par rapport aux labels, je ne suis pas certifiée, même si je reçois du bio. Étant donné que je manipule pour mettre en vrac dans le magasin, je ne peux pas mentionner l'appellation. (Propriétaire de l'épicerie 3)

Là où on a plus eu de difficultés, c'est par rapport aux permis bio [...]. Comme on reçoit beaucoup de produits bio que l'on transfère dans des bocaux, on brise l'emballage du produit, on le manipule pour le service en vrac. Il faut qu'annuellement on paye relativement cher, juste pour mettre la mention biologique. (Propriétaire de l'épicerie 2)

Pour la propriétaire de l'épicerie 5, des mesures au niveau des institutions de santé et des institutions publiques, notamment les écoles, devraient être mises en place pour inciter l'approvisionnement local et l'offre d'aliments plus sains et plus respectueux de l'environnement. Selon elle, ce n'est pas au consommateur ou aux entreprises privées d'assumer toute la responsabilité de la transition vers une alimentation durable et cela enverrait un message clair à la population sur l'engagement du gouvernement.

Au niveau des institutions, c'est là qu'il devrait y avoir de la législation et de la réglementation pour inciter les institutions à s'approvisionner plus localement, ou à offrir des aliments qui ne sont pas juste plus écologiques, mais aussi plus sains. [...] La responsabilité, ce qu'on sent en ce moment, c'est qu'on met tout ça sur le dos du consommateur. La responsabilité, c'est au consommateur de faire le choix, et tant pis si ce n'est pas disponible dans nos institutions et dans nos lieux publics. [...] Le fait de mettre ça dans les institutions, ça enverrait un message clair à la population des démarches qui sont prises pour s'en aller vers une alimentation durable. Ça ne devrait pas juste être aux gens et aux entreprises privées de se [débrouiller] pour avoir accès à un produit. (Propriétaire de l'épicerie 6)

5.3.3 Les initiatives citoyennes et les municipalités proactives font partie de la solution

À l'inverse, un certain nombre de répondants préfèrent ne pas se fier aux interventions du gouvernement. Ils considèrent que la question environnementale ne fait pas partie des priorités du gouvernement et préfèrent mettre eux-mêmes des initiatives de l'avant. Par exemple, la propriétaire de l'épicerie 5 travaille présentement sur des projets avec l'Association des commerçants zéro déchet ainsi qu'avec l'Association Québécoise Zéro Déchet dans le but de regrouper un groupe de commerçants pour payer une petite

cotisation pour qu'il y ait de la publicité qui se fait à plus grande échelle (au-delà de leurs petits réseaux respectifs).

C'est sûr qu'il faut qu'on s'organise entre nous. Il ne faut pas compter sur le gouvernement ou quoique ce soit pour nous aider. Sur ça, il n'y a pas de doute. (Propriétaire de l'épicerie 5)

Pour la propriétaire de l'épicerie 6, les gens ne sont pas motivés par les mesures du gouvernement. Ce sont plutôt les acteurs du milieu (épiceries, producteurs, agriculteurs, etc.) qui se chargent actuellement de la sensibilisation et de faire une éducation au niveau de la population. Elle considère d'ailleurs qu'au-delà des subventions pour les projets dans les municipalités, il faut d'abord sensibiliser le consommateur et l'aider à faire un meilleur choix.

C'est bien beau de subventionner, de mettre des programmes en place, mais il faut que les gens soient sensibilisés et qu'ils soient prêts à prendre part dans le mouvement. [...] Ça prend des programmes qui sont accessibles, pour que les gens puissent être sensibilisés et pour qu'ils prennent part facilement à ces initiatives-là. (Propriétaire de l'épicerie 6)

La propriétaire de l'épicerie 7 abonde également en ce sens. Elle préfère que les élus passent à l'action et soient plus cohérents plutôt que de recevoir des subventions. Elle critique d'ailleurs la lenteur de la mise en place des politiques de GMR et elle aimerait que la ville offre la collecte à trois voies à tout le monde, que ce soient les instituts, les commerces et les industries.

Il faut que la ville, un moment, donné devienne proactive pour offrir ce service-là et pour qu'on arrête d'en parler et qu'on soit dans l'action. Moi je pense que c'est vraiment ça qui aiderait les épiceries zéro déchet, et pas juste les épiceries zéro déchet. Toute forme de consommation dans une ville, qu'il y ait vraiment une cohérence dans les restaurants, dans les commerces. [...] Je ne veux pas du cash du gouvernement. Je ne veux pas du cash de ma municipalité. Je veux des actions pour que tout le monde on s'en aille dans la même direction [...] C'est important d'appuyer les petits commerces indépendants qui ont des pratiques environnementales comme ça, c'est vraiment gagnant-gagnant. [...] Ça fait en sorte qu'on a plus de clients qui eux consomment comme il faut, et la ville est gagnante parce qu'on génère moins de matière résiduelle. (Propriétaire de l'épicerie 7)

Finalement, certains propriétaires interrogés souhaiteraient que les associations jouent un rôle plus important en matière de sensibilisation, notamment en rendant plus disponibles et accessibles des formations et des conférenciers.

Il y aurait possibilité d'en faire plus. Par exemple, je voulais recevoir des conférenciers pour parler du zéro déchet, c'était vraiment dispendieux. Ce serait bien de pouvoir avoir accès à ce type d'intervenants à moindre coût quand on fait partie de certaines associations. Ça permet de sensibiliser. (Propriétaire de l'épicerie 3)

Souvent, quand on est dans une association, c'est plus pour le public. Ils devraient faire plus de sensibilisation pour pousser les gens à se lancer, avec des formations par exemple. (Propriétaire de l'épicerie 2)

5.4 La démocratisation du modèle zéro déchet dans les institutions

Selon plusieurs répondants, la démocratisation du modèle zéro déchet dans les institutions et les organisations est tout à fait possible. Cela nécessite cependant de faire un investissement initial pour acheter du matériel réutilisable, d'avoir la volonté de sensibiliser sa clientèle plus résistante aux changements ainsi que de faire preuve d'ingéniosité pour réinventer certaines manières de faire.

Ça demande une volonté d'éduquer sa clientèle. Il va y avoir des gens récalcitrants. [...] Au départ ça peut limiter sa clientèle, c'est ça qui peut peut-être faire peur à ceux qui ont ces entreprises-là, mais en bout de ligne tu peux vraiment te démarquer avec ça. (Propriétaire de l'épicerie 5)

Pour la propriétaire de l'épicerie 9, les institutions gouvernementales ont la responsabilité d'être un modèle. Elle considère qu'il faut que les gens comprennent que ce n'est pas négociable et que les institutions publiques devraient avoir l'obligation d'adopter des pratiques plus responsables et de promouvoir l'alimentation durable. Pour y parvenir, ces dernières doivent d'abord se faire accompagner, puis développer de plus en plus le réflexe de choisir des fournisseurs différents. Elle considère aussi que les gestionnaires doivent être les premiers à être sensibilisés et se faire porteurs du dossier.

La meilleure façon pour eux de démarrer ça c'est sûr que c'est de se faire accompagner au départ. La deuxième chose [...] c'est de développer ce réflexe-là, d'entamer les recherches avec les fournisseurs. [...] C'est juste de choisir des fournisseurs différents. [...] À la base, il faut que ça soit les gestionnaires qui soient sensibilisés. (Propriétaire de l'épicerie 9)

La propriétaire de l'épicerie 3 est aussi d'avis que les institutions bénéficieraient d'un coup de pouce au départ pour les guider dans la transition.

Dans ce genre de grosse entreprise, c'est intéressant d'avoir une personne compétente pour les guider juste vers des fournisseurs plus responsables ou de leur enseigner des pratiques de recyclage, utiliser le compost. On dirait que ça prend quelqu'un pour les guider, qui prend le temps de penser et de voir ce qu'on peut changer. (Propriétaire de l'épicerie 3)

Pour certains répondants, un frein à l'implantation de pratiques plus durables dans les hôpitaux est la question budgétaire. En effet, elle soutient que les montants alloués pour les repas doivent être réévalués de manière à pouvoir offrir des aliments de meilleure qualité.

Premièrement, il faut arrêter de bloquer des budgets là-dessus. [...] Quand j'entends qu'un repas à l'hôpital ça ne doit pas dépasser, il me semble, 1,14 \$ pour un repas complet [...] Un moment donné d'avoir un regard nivelé par le bas, d'aller toujours au plus cheap, ça n'a pas de sens [...]. D'offrir des aliments qui ont poussé dans une certaine cohérence, qui ont été transformés dans une certaine cohérence, d'avoir un petit peu plus de budget pour ça, bien on vient s'aider. [...] Il y a une question à se poser au niveau du coût de l'assiette. (Propriétaire de l'épicerie 7)

Un autre élément jugé essentiel à la démocratisation du modèle zéro déchet dans les institutions est la mise en plus d'un meilleur système de gestion des matières résiduelles, du recyclage et du compost. Puisqu'il n'est pas toujours réaliste pour toutes les entreprises, organisations ou institutions d'être zéro déchet, ces dernières devraient alors s'assurer de mieux gérer les déchets qu'elles produisent.

Qu'est-ce qui pourrait vraiment sensibiliser, aider, aussi le zéro déchet, c'est d'obliger les commerçants comme [les restaurateurs] à faire du compostage et du recyclage. Malheureusement, il y a encore [beaucoup] de chaînes de restaurants ou de cafétérias [où] tout s'en va aux poubelles. (Propriétaire de l'épicerie 11)

Un moment donné, il faut quand même que le produit vienne dans quelque chose. [...] Il existe des petites compagnies, mais il n'existe pas de grossiste qui vend tous ses produits dans des chaudières consignées. [...] Ce que les hôpitaux peuvent faire, c'est justement ce qu'ils font déjà et acheter en vrac, mais le plus important c'est d'instaurer un système de récupération, de recyclage, qui est effectif sur place. [...]

Je pense que si c'est mieux ordonné, si c'est mieux contrôlé, déjà-là tu fais un gros impact. (Propriétaire de l'épicerie 8)

Tous ces grands restaurateurs, ils en produisent bien plus de déchets. C'est important qu'ils se préoccupent de ça. [...] Souvent ces grandes entreprises-là elles ne recyclent même pas, et elles ne compostent pas. Déjà à la base d'instaurer un bon système de recyclage, un bon système de compostage, ça l'aide. (Propriétaire de l'épicerie 9)

Finalement, plusieurs répondants sont d'avis que les institutions ont un rôle à jouer en matière de sensibilisation. Ces dernières doivent alors faire un effort de conscientisation et sensibiliser les gens sur place sur ce qu'ils consomment ainsi que sur la manière dont ils en disposent.

Il y en a du monde qui passe dans les hôpitaux. Si on en parlait dans les hôpitaux, si on en parlait partout, l'impact serait beaucoup plus gros que si c'est juste les épiceries zéro déchet qui s'occupent de ça. [...] Si toutes les grosses institutions en parlent plus et conscientisent leurs clients, ça serait excellent. (Propriétaire de l'épicerie 8)

6. Discussion et conclusion

Cette étude visait à mettre en lumière certains facteurs facilitants ou pouvant nuire à la commercialisation d'aliments locaux et en vrac au Québec. Pour y parvenir, un total de 11 entrevues ont été menées dans des épiceries zéro déchet du Québec réparties dans six régions de la province. Quatre éléments sont apparus fortement influencer les pratiques. Premièrement, les épiceries zéro déchet font donc face à des défis de gestion de stock et d'approvisionnement, notamment en raison de la complexité de faire affaire directement avec de multiples fournisseurs, la multiplicité de facteurs à prendre en compte dans la composition d'une alimentation durable et la résistance de certains fournisseurs à adopter des pratiques zéro déchet. Deuxièmement, la proximité avec les consommateurs ainsi que le rôle de guide des épiceries zéro déchet permettent d'accroître la conscientisation des consommateurs aux enjeux des systèmes alimentaires. Cependant, les craintes d'ordre sanitaires ainsi que les croyances quant à l'accessibilité des épiceries zéro déchet peuvent freiner leur développement, de même que le manque de sensibilisation des consommateurs quant à l'urgence de modifier leurs habitudes de consommation ainsi que les définitions divergentes du concept de zéro déchet. Troisièmement, malgré l'étroite collaboration entre les gens du milieu, les initiatives de commercialisation d'aliments locaux et en vrac sont relativement peu

soutenues par les acteurs externes comme le gouvernement, les municipalités et les associations, alors qu'un manque criant de subventions, de programmes, de lois et de sensibilisation au zéro déchet à grande échelle est soulevé par les propriétaires d'épicerie zéro déchet. Quatrièmement, les institutions et organisations qui veulent adopter le modèle zéro déchet devront faire preuve d'ingéniosité et de volonté, se faire accompagner dans leur démarche, octroyer les sommes nécessaires et s'assurer de mettre en place un système de gestion des matières résiduelles efficaces.

À la lumière de ce bilan, quatre recommandations peuvent être émises concernant le développement des épicerie zéro déchet et la promotion de l'alimentation durable.

1. Les épicerie zéro déchet bénéficieraient de l'existence d'un grossiste spécialisé en produits locaux, biologiques et en vrac. Cela leur permettrait d'obtenir de meilleurs prix, d'alléger la charge de gestion des commandes, de faciliter la gestion des stocks et des consignes et de s'assurer de la cohérence entre les produits qu'ils vendent et leurs valeurs, et ce, tout en permettant quand même de réduire les déchets dans la chaîne d'approvisionnement et de conserver un mode d'approvisionnement en circuits courts. Ce grossiste pourrait également travailler avec des institutions et y favoriser l'achat local, biologique et en vrac.
2. Comme certaines épicerie zéro déchet ou en vrac ne sont pas toujours « complètes », c'est-à-dire qu'elles ne permettent pas aux consommateurs de faire leur épicerie à un seul endroit, elles auraient intérêt à collaborer avec les autres commerces locaux du secteur afin de créer des synergies et ainsi avoir une offre de service de quartier complète. Cela favoriserait le développement d'une économie locale de proximité, renforcerait le sentiment d'appartenance et les échanges dans la communauté et jetterait les bases du développement d'une autonomie alimentaire sur le territoire. Cette recommandation souligne l'importance d'une analyse micro-territoriale, portée par les acteurs municipaux et/ou des secteurs marchands, s'assurant d'établir des environnements favorables à une alimentation durable accessible à tous.
3. Les municipalités auraient intérêt à se joindre au mouvement zéro déchet et à valoriser les commerces écoresponsables, notamment en adoptant certaines mesures pour favoriser par exemple une meilleure gestion des matières

résiduelles dans les foyers tout comme dans les secteurs commercial et industriel. Cela pourrait être fait, entre autres, en faisant la promotion de la diversité alimentaire sur leurs territoires ou en collaborant avec les acteurs du milieu pour alimenter la discussion sur les manières de consommer et de valoriser les matières résiduelles différemment.

4. Le gouvernement doit se montrer proactif et jouer un rôle de modèle en instaurant des politiques visant l'adoption de pratiques plus responsables et la promotion de l'alimentation durable dans ses institutions. Il peut, par exemple, obliger les institutions à prioriser l'approvisionnement auprès de fournisseurs locaux ou bien à adopter un système de gestion des déchets à trois voies ou, du moins, plus rigoureux. De plus, afin de soutenir les initiatives de commercialisation d'aliments locaux et en vrac, le gouvernement devrait aussi mettre en place différents programmes et subventions afin, d'une part, d'encourager le développement d'épiceries zéro déchet au Québec, mais également afin de faciliter l'accès à des aliments locaux, biologiques et en vrac pour l'ensemble de la population.

Annexes

Annexe I : Guide d'entretien

Guide d'entretien – en individuel

La situation actuelle

- En quelques mots, pourriez-vous me décrire votre rôle dans l'épicerie ainsi que votre parcours ? Comment vous en êtes arrivé(e) à gérer une épicerie zéro déchet ?
- Pourriez-vous me présenter votre épicerie, ses principales caractéristiques ? (nombre d'employés, profil des clients, ouverte depuis quand)
- Y a-t-il des éléments qui ne sont pas mentionnés dans le questionnaire sociodémographique et qui seraient importants à inclure pour décrire votre activité ?
- Quels sont les principes qui vous guident dans le fonctionnement de votre épicerie ? Que pouvez-vous me dire sur la gestion des emballages, caractéristiques des produits, producteurs, distance parcourue des produits, la consigne ?
- De votre point de vue, quels sont les principaux avantages d'une épicerie zéro déchet ?

Les besoins pour optimiser le fonctionnement de l'épicerie

- Actuellement, comment fonctionne votre épicerie ? Quoi d'autres ? Pouvez-vous me parler des choses qui fonctionnent bien ou qui sont faciles dans la gestion d'une épicerie ?
- Pouvez-vous me parler des défis que vous rencontrez pour faire fonctionner de façon optimale votre épicerie ? Quoi d'autres ?

Les facteurs d'influence positifs et négatifs

- J'aimerais creuser un peu plus avec vous les facteurs facilitants et les facteurs vous limitant...
- Selon vous, quels sont les principaux **facteurs facilitants/ayant une influence positive** sur le développement des épiceries zéro déchet au Québec ?
 - Selon vous, quels sont les principaux **facteurs limitants/ayant une influence négative** sur le développement des épiceries zéro déchet au Québec ?

Les stratégies/recommandations

- Quelles seraient les choses les plus **nécessaires/utiles/aidantes** pour que les épiceries zéro déchet du Québec puissent évoluer ?
- Quelles seraient les choses les plus **nécessaires/utiles/aidantes** pour que votre épicerie zéro déchet du Québec puisse évoluer ?

- Avez-vous des recommandations ou des attentes au niveau de :
 - votre municipalité ou de votre région (incluant tous les acteurs régionaux dont les MRC ou les organisations de développement local)
 - des politiques mises en œuvre par le gouvernement ou les ministères (le MAPAQ ?)

Les résultats attendus

- Dans quelles mesures le modèle des épiceries zéro déchet pourrait être adopté par les cantines, ou les hôpitaux par exemple ? En matière d’approvisionnement, de gestion des emballages ? Comment pourrions-nous démocratiser et répandre ce mode de consommation ?
- Quels seront ses défis futurs ?
- Très concrètement, quels sont les actions ou les projets qui devraient être développés pour promouvoir le recours aux épiceries zéro déchet par les Québécois ?
- Quelles sont celles qui seraient prioritaires pour votre épicerie ?
- Y aurait-il selon vous des pistes d’amélioration dans le fonctionnement des épiceries zéro déchet ? Pourraient-elles faire mieux pour intégrer l’alimentation durable dans leurs pratiques?

Les conseils généraux

- À la suite de cette discussion, avez-vous des conseils à nous formuler pour diffuser les résultats de cette étude ? Auprès de qui devrions-nous les diffuser ? Et de quelles manières ?
- Avez-vous des idées que vous auriez voulu partager avant de conclure cette entrevue ?

Annexe II : Formulaire socio-démographique

Voici quelques questions sur votre situation actuelle. Veuillez cocher la case appropriée ou inscrire la réponse dans l'espace prévu à cet effet.

Identification

Nom/Prénom : Cliquez ici pour entrer du texte.

Nom de l'épicerie : Cliquez ici pour entrer du texte.

Localisation : Cliquez ici pour entrer du texte.

I. Informations sociodémographiques :

1. Êtes-vous un homme ou une femme ?

- Homme
- Femme
- Je préfère ne pas répondre

2. Quel est votre groupe d'âge ?

- Moins de 25 ans
- Entre 25 et 35 ans
- Entre 35 et 45 ans
- Entre 45 et 55 ans
- Entre 55 et 65 ans
- Plus de 65 ans
- Je préfère ne pas répondre

3. Présentement, quel statut possédez-vous au sein de l'épicerie ?

- Employé(e)
- Propriétaire
- Associé(e)
- Bénévole
- Autre, précisez : Cliquez ici pour entrer du texte.
- Je préfère ne pas répondre

4. Depuis combien de temps avez-vous ce statut au sein de l'épicerie ? Répondez en indiquant le nombre de mois ou d'années : Cliquez ici pour entrer du texte.

- Je préfère ne pas répondre

5. Quel statut juridique possède votre entreprise ?

- Entreprise individuelle
- Société en nom collectif
- Société en commandite
- Société en participation
- Personne morale sans but lucratif
- Syndicat de copropriété
- Association
- Coopérative
- Je préfère ne pas répondre

6. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété ?

- Aucun diplôme
- Études primaires
- Études secondaires non terminées
- Diplôme d'études secondaires (secondaire 5 ou 12^e année)
- Études partielles dans un CÉGEP, une école de métier ou de formation professionnelle
- Diplôme ou certificat d'études d'un CÉGEP, d'une école de métier ou de formation professionnelle
- Études partielles à l'université
- Diplôme universitaire
- Autre, précisez : Cliquez ici pour entrer du texte.
- Je préfère ne pas répondre

7. Durant votre scolarité, quel était votre domaine de formation ? Cliquez ici pour entrer du texte.

- Je préfère ne pas répondre

8. Appartenez-vous à une association, ou êtes-vous engagé(e) dans une cause ?

- Oui
- Non

Si oui, laquelle ? Cliquez ici pour entrer du texte.

- Je préfère ne pas répondre

II. Informations sur votre épicerie :

9. En quelle année l'épicerie a-t-elle ouvert ? Cliquez ici pour entrer du texte.

Je préfère ne pas répondre

10. La situation économique de votre épicerie progresse-t-elle positivement ?

Oui

Non

Je préfère ne pas répondre

11. L'épicerie fait-elle partie d'une chaîne ou est-elle indépendante ?

Chaîne

Indépendante

Autre, précisez : Cliquez ici pour entrer du texte.

12) Quelle est la superficie de l'épicerie ?

Cliquez ici pour entrer du texte.

13) Combien d'employés travaillent à l'épicerie à temps complet (vous y compris) ?

Cliquez ici pour entrer du texte.

14) Combien d'employés travaillent à l'épicerie à temps partiel (vous y compris) ?

Cliquez ici pour entrer du texte.

15) Approximativement, combien de clients vous rendent visite par mois ?

Cliquez ici pour entrer du texte.

16) Approximativement, avec combien de fournisseurs travaillez-vous ?

Cliquez ici pour entrer du texte.

17) Approximativement, quel pourcentage de vos produits sont issus d'un circuit court (0 ou 1 intermédiaire) ?

Cliquez ici pour entrer du texte.

18) Approximativement, quel pourcentage de vos produits sont certifiés biologiques ?

Cliquez ici pour entrer du texte.

Merci pour votre participation

Bibliographie

- Alegado, J. (2018, 20 avril). *Global movement demands elimination of single-use, disposable plastics*. Break Free From Plastic.
<https://www.breakfreefromplastic.org/2018/04/20/global-movement-demands-elimination-of-single-use-disposable-plastics-calls-on-corporations-and-governments-to-break-free-from-plastic/>
- Allimann, M. (2017, 24 mai). Le secteur alimentaire vu par le « Nutritionniste urbain ». Novae. <https://novae.ca/secteur-alimentaire-nutritionniste-urbain/>
- Association québécoise Zéro Déchet. (s. d.). *L'association*. <https://www.aqzd.ca/a-propos/>
- Bendali, N. (2018, 11 novembre). *Attrait et défis des épiceries zéro déchet*. Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1134374/epiceries-zero-dechet-environnement-vrac>
- Blais, M. et Martineau, S. (2006). L'analyse inductive générale : description d'une démarche visant à donner un sens à des données brutes. *Recherches qualitatives*, 26(2), 1-18.
https://www.researchgate.net/profile/Stephane-Martineau/publication/242085520_L'analyse_inductive_generale_Description_d'une_demarche_visant_a_donner_un_sens_a_des_donnees_brutes/links/5613e5c608aed47facedece1/Lanalyse-inductive-generale-Description-dune-demarche-visant-a-donner-un-sens-a-des-donnees-brutes.pdf
- Boiral, O. (2007). *Environnement et gestion : de la prévention à la mobilisation*, Québec : Presses de l'Université Laval
- C40 cities. (s. d.). *Advancing towards zero waste declaration*.
<https://www.c40.org/other/zero-waste-declaration>
- C40 cities. (2018, 28 août). *23 Global Cities and Regions Advance Towards Zero Waste* [communiqué de presse]. https://www.c40.org/press_releases/global-cities-and-regions-advance-towards-zero-waste#:~:text=The%20Advancing%20Towards%20Zero%20Waste,2030%20compared%20to%202015%2C%20and
- Canali, M., Östergren, K., Amani, P., Aramyan, L., Sijtsma, S., Moates, G., Waldron, K. et O'Connor, C. (2014). *Drivers of current food waste generation, threats of future increase and opportunities for reduction*. FUSIONS N FP7-KBBE-2012-6-311972. <https://www.eu-fusions.org/index.php/download?download=111:drivers-of-current-food-waste-generation-threats-of-future-increase-and-opportunities-for-reduction>
- Circuit zéro déchet. (s. d. a). *À propos*. <https://circuitzerodechet.com/fr/a-propos/>
- Circuit zéro déchet. (s. d. b). *Guide d'hygiène et de salubrité*.
<https://circuitzerodechet.com/fr/devenir-membre/guide-hygiene-salubrite/>
- Centre d'études prospectives et d'informations internationales. (2017). *La demande alimentaire mondiale en 2050*.
http://www.cepii.fr/PDF_PUB/lettre/2017/let377.pdf

- Chiffolleau, Y., & Prevost, B. (2012). Les circuits courts, des innovations sociales pour une alimentation durable dans les territoires. *Environnement, aménagement, société*, 224, 7-20. <https://journals.openedition.org/norois/4245>
- Clonan, A. et Holdsworth, M. (2012). The challenges of eating a healthy and sustainable diet. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 96(3), 459–460. <https://doi.org/10.3945/ajcn.112.044487>
- Cloutier, P. (2015, 21 octobre). *Lévis adopte une politique « zéro déchet »*. Le Soleil. <https://www.lesoleil.com/actualite/environnement/levis-adopte-une-politique-zero-dechet-9011bd2c1ed4de60af3c02fa077da8df>
- Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois. (2008). *Agriculture et agroalimentaire : assurer et bâtir l'avenir*. <http://www.caaq.gouv.qc.ca/userfiles/File/Dossiers%2012%20fevrier/RapportFrhaute.pdf>
- Conseil canadien des ministres de l'environnement. (2018). *Stratégie visant l'atteinte de zéro déchet de plastique*. PN 1584. https://www.ccme.ca/files/Resourcess/fr_waste/fr_plastics/STRAT%20c3%89GIE%20OVISANT%20L%e2%80%99ATTEINTE%20DE%20Z%20c3%89RO%20D%20c3%89CHET%20DE%20PLASTIQUE.pdf
- Dhall, R.K., Sharma, S. R. et Mahajan B. V. C. (2012). Effect of shrink wrap packaging for maintaining quality of cucumber during storage. *Journal of food science and technology*, 49(4), 495-499. <https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.1007%2Fs13197-011-0284-5>
- Del Valle, G. (2019, 24 janvier). *Big brands like Häagen-Dazs and Tide are testing reusable packaging*. <https://www.vox.com/the-goods/2019/1/24/18196388/unilever-pepsico-procter-gamble-reusable-packaging>
- Éco Entreprise Québec. (2015, 24 novembre). *La relation des Québécois avec l'emballage : L'importance des critères environnementaux dans les habitudes de consommation de produits d'achat courant*. <https://www.eeq.ca/la-relation-des-quebecois-avec-lemballage-limportance-des-criteres-environnementaux-dans-les-habitudes-de-consommation-de-produits-dachat-courant/>
- Ellen MacArthur Foundation. (2017). *New Plastics Economy: Catalysing Action*. https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/New-Plastics-Economy_Catalysing-Action_13-1-17.pdf
- Environnement et changement climatique Canada (2018). *Indicateurs canadiens de durabilité de l'environnement : Réacheminement et élimination des déchets solides*. <https://www.canada.ca/content/dam/eccc/documents/pdf/cesindicators/solid-waste/2018/solid-waste-diversion-disposal-fr.pdf>
- Environnement et Changement climatique Canada. (2020). *Rapport national sur la caractérisation des déchets : la composition des déchets solides municipaux résiduels au Canada*. http://publications.gc.ca/collections/collection_2020/eccc/en14/En14-405-2020-fra.pdf

- Équiterre. (2005). *Système alimentaire et sécurité alimentaire : comprendre et agir*. <https://www.equiterre.org/sites/fichiers/systeme-securite-alimentaire.pdf>
- Équiterre. (2007). *Les impacts négatifs de notre système alimentaire actuel*. <https://www.equiterre.org/sites/fichiers/ImpactsSystAlimActuel.pdf>
- First Research. (2019, 9 décembre). *Grocery Stores & Supermarkets*. Récupéré de Mergent Intellect.
- Fournier, M.-E. (2019, 15 avril). *Metro acceptera les contenants réutilisables*. La Presse+. https://plus.lapresse.ca/screens/821f4091-b902-4987-8074-bcd6e70fb7fe_7C_0.html
- Geyer, R., Jambeck J. R. et Law, K. L. (2017). Production, use, and fate of all plastics ever made. *Science Advances*, 3(7). <https://advances.sciencemag.org/content/3/7/e1700782>
- Gooch, M., A. Felfel, et N. Marenick. (2010, novembre). *Food waste in Canada: Opportunities to increase the competitiveness of Canada's agri-food sector, while simultaneously improving the environment*. <http://vcm-international.com/wp-content/uploads/2013/04/Food-Waste-in-Canada-112410.pdf>.
- Gouvernement du Canada. (2018, 20 décembre). *Réacheminement et élimination des déchets solides*. <https://www.canada.ca/fr/environnement-changement-climatique/services/indicateurs-environnementaux/reacheminement-elimination-dechets-solides.html>
- Gouvernement du Canada. (2019, 1er novembre). *Perte et gaspillage alimentaire*. <https://www.canada.ca/fr/environnement-changement-climatique/services/gestion-reduction-dechets/perte-gaspillage-alimentaire.html>
- Gouvernement du Canada. (2020a, 7 juillet). *Déchets solides municipaux : statistiques et tendances*. <https://www.canada.ca/fr/environnement-changement-climatique/services/gestion-reduction-dechets/solides-municipaux/statistiques-tendances.html>
- Gouvernement du Canada. (2020b, 7 octobre). *Le Canada fait un pas de plus vers l'objectif de zéro déchet de plastique d'ici 2030* [communiqué de presse]. <https://www.canada.ca/fr/environnement-changement-climatique/nouvelles/2020/10/le-canada-fait-un-pas-de-plus-vers-lobjectif-de-zero-dechet-de-plastique-dici-2030.html>
- Gouvernement du Canada. (2020c, 3 janvier). *Zéro déchet de plastique : le besoin d'agir*. <https://www.canada.ca/fr/environnement-changement-climatique/services/gestion-reduction-dechets/zero-dechet-plastique/besoin-agir.html>
- Gouvernement du Québec. (2011). *Politique québécoise de gestion des matières résiduelles : Plan d'action 2011-2015*. <http://www.environnement.gouv.qc.ca/matieres/pgmr/plan-action.pdf>
- Gouvernement du Québec. (2018). *Profil sectoriel de l'industrie bioalimentaire au Québec*. <https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/profil-sectoriel-de-lindustrie-bioalimentaire-au-quebec-edition-2018.pdf>

- Gouvernement du Québec. (2019). *Politique québécoise de gestion des matières résiduelles : Plan d'action 2019-2024*. <https://www.recyc-quebec.gouv.qc.ca/sites/default/files/documents/plan-action-2019-2024-pqgmr.pdf>
- Greenpeace. (s. d.). *Pourquoi manger bio?* <https://www.greenpeace.fr/pourquoi-manger-bio/>
- Greenpeace. (2019, novembre). *Bienvenu au supermarché intelligent*. https://storage.googleapis.com/planet4-canada-stateless/2019/11/12574661-fr_smart-supermarket-final.pdf
- Hébert, C. (2019, 15 juin). *Zéro déchet : même les épiceries embarquent*. Les Affaires. <https://www.lesaffaires.com/dossier/industrie-de-l-emballage/zero-dechet--meme-les-epiceries-embarquent/610895>
- Howard, B. C., Gibbens, S., Zachos, E. et Parker, L. (2019, 10 juin). *A running list of action on plastic pollution*. National Geographic. <https://www.nationalgeographic.com/environment/2018/07/ocean-plastic-pollution-solutions/>
- Harvard Health Publishing. (2015, septembre). *Should you go organic?*. Harvard Medical School. <https://www.health.harvard.edu/staying-healthy/should-you-go-organic>
- Huber, M., Rembiałkowska, E., Średnicka, D., Bügel, S., et van de Vijver, L.P.L. (2011). Organic food and impact on human health: Assessing the status quo and prospects of research. *NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences*, 58(3-4), 103-109. <https://doi.org/10.1016/j.njas.2011.01.004>
- INCPEN. (2008). *Public Attitudes to Packaging 2008*. Ipsos Mori. <https://cdn.ymaws.com/www.productstewardship.us/resource/resmgr/imported/PublicAttitudetoPackaging2008.pdf>
- IMPROVE. (2016). *Protéines animales/protéines végétales : quel équilibre pour une alimentation saine et durable?* <http://www.improve-innov.com/proteines-animales-proteines-vegetales-quel-equilibre-pour-une-alimentation-saine-et-durable/>
- Jennings, R. (2019, 28 janvier). *The zero-waste movement is coming for your garbage*. <https://www.vox.com/the-goods/2019/1/28/18196057/zero-waste-plastic-pollution>
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., Regnér, P. et Fréry, F. (2017). *Stratégique* (11e édition). Pearson.
- Jung, D. (2019, 29 mai). *Où le Canada peut-il envoyer ses déchets?* Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1172350/environnement-tri-plastique-ordures-canada>
- Koerth, M. (2019, 10 janvier). *The era of easy recycling may be coming to an end*. <https://fivethirtyeight.com/features/the-era-of-easy-recycling-may-be-coming-to-an-end/>
- Kohn, L. et Christiaens, W. (2014). Les méthodes de recherches qualitatives dans la recherche en soins de santé : apports et croyances. *Reflets et perspectives de la vie économique*, 4(53), 67-82. <https://www.cairn.info/revue-reflets-et-perspectives-de-la-vie-economique-2014-4-page-67.htm>

- La Presse+. (2018, 20 septembre). *L'environnement ou le portefeuille?*
https://plus.lapresse.ca/screens/becb059d-0cad-4839-8b8d-1ecf7e37c2f8_7C_8Akb_RFMUatQ.html
- Leduc, L. (2020, 25 juin). *Près d'un Canadien sur sept déclarait vivre une situation d'insécurité alimentaire en mai, indique Statistique Canada dans une étude sur la question publiée mercredi.* La Presse. <https://www.lapresse.ca/actualites/2020-06-25/un-canadien-sur-sept-vit-en-situation-d-insecurite-alimentaire>
- Lemay, C. (2015, 24 novembre). *La relation des Québécois avec l'emballage : L'importance des critères environnementaux dans les habitudes de consommation de produits d'achat courant.* Éco Entreprise Québec. <https://www.eeq.ca/la-relation-des-quebecois-avec-lemballage-limportance-des-criteres-environnementaux-dans-les-habitudes-de-consommation-de-produits-dachat-courant/>
- Le Rouzic, A. (2019, 20 novembre). *Des supermarchés zéro déchet, c'est possible?* Greenpeace. <https://www.greenpeace.org/canada/fr/histoires/27458/des-supermarches-zero-dechet-cest-possible/>
- Letarte, M. (2018, 17 mars). *Manger de plus en plus bio et local.* Le Devoir. <https://www.ledevoir.com/vivre/alimentation/522654/aliments-biologiques-manger-de-plus-en-plus-bio-et-local>
- Lober, D. (2018, 13 août). *A new study on plastic bag bans. Reuse this bag.*
<https://www.reusethisbag.com/articles/where-are-plastic-bags-banned-around-the-world>
- Loblaws. (s. d.). *Plastics.* <https://www.loblaw.ca/en/plastics/>
- Loop. (s. d.). *Our vision.* <https://loopstore.com/our-vision>
- Macdiarmid, J. I., Kyle, J., Horgan, G. W., Loe, J., Fyfe, C., Johnstone, A. et McNeill, G. (2012). Sustainable diets for the future: can we contribute to reducing greenhouse gas emissions by eating a healthy diet? *The American Journal of Clinical Nutrition*, 96(3), 632–63. <https://doi.org/10.3945/ajcn.112.038729>
- MarketLine. (2014, décembre). *Online grocery sales: Successful revival of a failed strategy.* Récupéré de MarketLine.
- MarketLine. (2018, novembre). *Food & Grocery Retail in Canada.* Récupéré de MarketLine.
- Martin, V. (2019, 18 février). *Objectifs : zéro déchet !* Actualité UQAM. <https://www.actualites.uqam.ca/2019/objectif-zero-dechet>
- McGrath, S. (2019, octobre). *Grocery Wholesaling in Canada* (report 41311CA). Récupéré de IBISWorld.
- Metro. (s. d.). *Contenants réutilisables.* <https://www.metro.ca/faq/contenant-reutilisable>
- Mieles, C. (2019a, août). *E-Commerce & Online Auctions in Canada* (report 45411aCA). Récupéré de IBISWorld.

- Mieles, C. (2019b, août). *Supermarkets and Grocery Stores in Canada* (report 44511CA). Récupéré de IBISWorld.
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation. (s. d.). *Gaspillage alimentaire*.
<https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Restauration/Qualitedesaliments/Pages/Gaspillage-alimentaire.aspx>
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation. (2017). *Le Bottin : Consommation et distribution alimentaires en chiffres*.
<https://www.agrireseau.net/documents/96429/le-bottin-edition-2017-consommation-et-distribution-alimentaires-en-chiffres>
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation. (2018, 20 mars). Alimentation et commerce en ligne. *Bioclips*, 26(9).
https://www.mapaq.gouv.qc.ca/SiteCollectionDocuments/Bioclips/BioClips2018/Volume_26_no9.pdf
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation. (2020). *Le Bottin : Consommation et distribution alimentaires en chiffres*.
https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Bottin_consommation_distribution.pdf
- Ministère de l'environnement et de la lutte contre les changements climatiques. (2018). *Inventaire québécois des émissions de gaz à effet de serre en 2016 et leur évolution depuis 1990*.
<http://www.environnement.gouv.qc.ca/changements/ges/2016/Inventaire1990-2016.pdf>
- Mundler, P. et Criner, G. (2016). Food Systems: Food Miles. Dans Caballero, B., Finglas, P. M. et Toldrá (éd.), *Food Science : Encyclopedia of Food and Health* (p. 77-82). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-384947-2.00325-1>
- Ocean Conservancy (2017). *Together for our Ocean: International Coastal Cleanup 2017*. <https://oceanconservancy.org/wp-content/uploads/2017/04/2017-Ocean-Conservancy-ICC-Report.pdf>
- ONU environnement. (2018). *L'état des plastiques*.
https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/25513/state_plastics_WED_FR.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. (s. d.). *Recommandations alimentaires*. <http://www.fao.org/nutrition/education-nutritionnelle/food-dietary-guidelines/background/sustainable-dietary-guidelines/fr/>
- Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. (2011). *Aliments « énergétiquement intelligents » pour les gens et le climat : Brève analyse*.
<http://www.fao.org/3/a-i2454f.pdf>
- Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. (2012). *Sustainable diets and biodiversity*. <http://www.fao.org/3/i3004e/i3004e00.htm>

- Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. (2013). *La situation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture*.
<http://www.fao.org/3/i3301f/i3301f.pdf>
- Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. (2015). *Agriculture mondiale : horizon 2015/2030*.
<http://www.fao.org/3/y3557f/y3557f00.htm#TopOfPage>
- Parker, L. (2015, 13 février). *Eight Million Tons of Plastic Dumped in Ocean Every Year*. National Geographic.
<https://www.nationalgeographic.com/news/2015/2/150212-ocean-debris-plastic-garbage-patches-science/>
- Parker, L. (2018, 20 décembre). *A whopping 91 % of plastic isn't recycled*. National Geographic. <https://www.nationalgeographic.com/news/2017/07/plastic-produced-recycling-waste-ocean-trash-debris-environment/>
- Ragusa, A., Svelato, A., Santacroce, C., Catalano, P., Notarstefano, V., Carnevali, O., Papa, F., Rongioletti, M. C. A., Baiocco, F., Draghi, S., D'Amore, E., Rinaldo, D., Matta, M. et Giorgini, E. (2021). Plasticenta: First evidence of microplastics in human placenta, *Environment International*, 146.
<https://doi.org/10.1016/j.envint.2020.106274>
- Recyc-Québec. (s. d. a). *Gaspillage alimentaire*. <https://www.recyc-quebec.gouv.qc.ca/citoyens/mieux-consommer/gaspillage-alimentaire>
- Recyc-Québec. (s. d. b). *Les résidus organiques du secteur des industries, des commerces et des institutions*. <https://www.recyc-quebec.gouv.qc.ca/entreprises-organismes/matieres-organiques/guides-et-etudes/residus-organiques-entreprises>
- Recyc-Québec. (s. d. c). *Lexique*. <https://www.recyc-quebec.gouv.qc.ca/haut-de-page/lexique>
- Recyc-Québec. (2009). *Caractérisation des matières résiduelles du sous-secteur commercial au Québec*. <https://www.recyc-quebec.gouv.qc.ca/sites/default/files/documents/caracterisation-secteur-commercial-08-09.pdf>
- Recyc-Québec. (2018a). *L'élimination*. <https://www.recyc-quebec.gouv.qc.ca/sites/default/files/documents/bilan-gmr-2018-section-elimination.pdf>
- Recyc-Québec. (2018b). *Le conditionnement et le recyclage des matières recyclables*. <https://www.recyc-quebec.gouv.qc.ca/sites/default/files/documents/bilan-gmr-2018-section-conditionneurs-recycleurs.pdf>
- Recyc-Québec. (2018c). *Les écocentres*. <https://www.recyc-quebec.gouv.qc.ca/sites/default/files/documents/bilan-gmr-2018-section-ecocentres.pdf>
- Ribes Guillois, L. (2020). *Vers un système alimentaire durable : pratiques et défis des épiceries zéro déchet au Québec : Étude qualitative exploratoire auprès d'informateurs clés* [essai de maîtrise, Université Laval].

- Rundh, B. (2016). The role of packaging within marketing and value creation. *British Food Journal*, 118(10), 2491-2511. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2015-0390>
- Savoir Laitier. (s. d.). *L'alimentation durable : sa définition et son coût dans la nutrition et la santé*. <https://www.savoirlaitier.ca/l-alimentation-durable-sa-definition-et-son-role-dans-la-nutrition-et-la-sante#utilities-share-facebook>
- Smithers, R. (2019, 14 mai). *Lunch on the go' habit generates 11bn items of packaging waste a year*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/environment/2019/may/14/lunch-on-go-habit-generates-11bn-items-packaging-waste-year-uk>
- Statistiques Canada. (2020, 24 juin). *L'insécurité alimentaire des ménages, 2017-2018*. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/82-625-x/2020001/article/00001-fra.htm>
- Solinov. (2013, 2013). *Portrait du gisement de résidus organiques de l'industrie agroalimentaire au Québec et estimation des aliments consommables gérés comme des résidus par les ICI de la filière de l'alimentation (RT01-40412)*. <http://www.environnement.gouv.qc.ca/matieres/valorisation/Portrait-gisement-residus-organiques-industrie-agroalimentaire.pdf>
- Verghese, K., Lewis, H. Lockrey, S. et Williams, H. (2013, juin). *The role of packaging in minimising food waste in the supply chain of the future*. RMIT University. <https://doi.org/10.13140/2.1.4188.5443>
- Vieux, F., Soler, L.-G., Touazi, D. et Darmon, N. (2013). High nutritional quality is not associated with low greenhouse gas emissions in self-selected diets of French adults. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 97(3) 569–583. <https://doi.org/10.3945/ajcn.112.035105>
- Ville de Montréal. (2019). *Montréal zéro déchet : Plan directeur de gestion des matières résiduelles de l'agglomération de Montréal 2020-2025*. http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/COMMISSIONS_PERM_V2_FR/MEDIA/DOCUMENTS/DOC_STRATEGIE_ZERO_20191113.PDF
- Wallon, V. (2018, 18 septembre). *Zéro déchet : les 5 règles pour bien commencer*. Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1123887/zero-dechet-5-regles-refuser-reduire-reutiliser-recycler-composter>
- Waste & Ressources Action Programme. (2008, mai). *The food we waste*. <https://wrap.s3.amazonaws.com/the-food-we-waste-executive-summary.pdf>
- Waste & Ressources Action Programme. (2014). *Domestic Food Waste - Insights Report*. https://shiftdesign.org/content/uploads/2014/09/Shift_Food-Waste-insights.pdf
- Wikstrom, F., et al., (2014, 15 juin). The influence of packaging attributes on consumer behaviour in food-packaging life cycle assessment studies - a neglected topic. *Journal of Cleaner Production*, 73, 100-108. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.10.042>

Williams, H. et Wikström, F. (2011). Environmental impact of packaging and food losses in a life cycle perspective: a comparative analysis of five food items, *Journal of Cleaner Production*, 19(1), 43-48.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2010.08.008>

Zero Waste International Alliance. (s. d. a). *Zero waste definition*.
<http://zwia.org/zero-waste-definition/>

Zero Waste International Alliance. (s. d. b). *Zero waste hierarchy of highest and best use 7.0*. <http://zwia.org/zwh/>

Zins Beuchesne et associés. (2008). *Emballage alimentaire : enjeux et opportunités*.
https://www.agrireseau.net/Transformation-Alimentaire/documents/CTAC_emballage_alimentaire.pdf