

À l'heure du déconfinement graduel de la population, les commerces et fournisseurs de services sont heureux d'accueillir à nouveau leur clientèle après de longues semaines d'absence. Pour leur part, les consommateurs reviennent timidement en magasin se procurer les biens dont ils se sont privés. Face aux nouvelles règles de distanciation sociale, est-ce que ces deux partenaires de longue date sauront se retrouver ? Les consommateurs exprimeront-ils les mêmes besoins ?

Bien entendu, le respect des mesures sanitaires entraîne son lot de défis aux règles habituelles de magasinage alors que la proximité avec le vendeur et la manipulation de la marchandise n'est plus de mise. Publié tout juste avant la pandémie, la dixième édition du **Baromètre de la consommation responsable** nous offre cependant quelques indices de ce qui influence actuellement les consommateurs.

Cette étude annuelle de l'Observatoire de la consommation responsable (OCR) de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal a été réalisée auprès d'un échantillon aléatoire de 1002 personnes représentatives des Québécois âgés de 18 ans et plus. Elle nous révèle que le profil type du consommateur responsable aurait très peu évolué en dix ans. Voyons pourquoi.

### **Que veut le consommateur responsable ?**

Selon l'OCR, depuis dix ans, le recyclage demeure fermement implanté parmi les écocastes de consommation responsable des Québécois. On observe également une croissance de l'usage du compostage pour réduire ses déchets, passant de 28 % à 38 % dans les habitudes des familles.



Toutefois, au cours de cette même période, la demande pour l'achat de produits écoresponsables dans les secteurs suivants a connu de très légères variations, parfois positives, parfois négatives :

- Alimentation (-2,7 points)
- Automobile (+15,5 points)
- Cosmétiques et produits d'hygiène (-7,4 points)
- Vêtements et accessoires (+8,8 points)
- Appareils électroniques (+8,8 points)

Le sondage note en contrepartie une popularité croissante pour le « zéro déchet ». En effet, les Québécois utilisent

de plus en plus de contenants réutilisables (66,4 %) et de sacs réutilisables (43 %) pour leurs emplettes, que ce soit en épicerie ou en se présentant chez d'autres commerçants. Ils sont également de plus en plus enclins à limiter ou même à refuser l'achat de produits générant des déchets, comme les dosettes à café ou les emballages superflus.

« Refuser, réduire, recycler, composter et même réparer sont les grandes bases de la réduction des déchets au quotidien », résume Fabien Durif, directeur de l'OCR.

### **Qu'est-ce que le consommateur s'attend d'une entreprise responsable ?**

Toujours selon le Baromètre de la consommation responsable, pas moins de 4 Québécois sur 10 demeurent malgré tout à la recherche de solutions pour réduire leur impact environnemental. Cette statistique se vérifie notamment dans l'intérêt pour les

véhicules écologiques qui rejoint maintenant de 34 % des répondants (+ 3 points). On le remarque aussi dans les achats d'aliments locaux frais (58,8 %) et de produits d'entretien ménager (54 %).

Au cours de la dernière année, toujours pour réduire son empreinte écologique, mais en priorité pour préserver sa santé, 1 personne sur 2 a réduit sa consommation de viande rouge, en la remplaçant par autre chose dans les recettes (44 %), notamment par des fruits et légumes (60 %), des légumineuses (45 %) ou des graines et des noix (38 %). 47 % des répondants ont également essayé des substituts de viande.

À la lumière du Baromètre, les attentes des Québécois à l'égard des entreprises qui proposent des pratiques d'affaires écoresponsables ou qui offrent des produits plus écoresponsables se précisent d'année en année. Selon ce récent sondage, ces entreprises doivent se préoccuper de la santé et la sécurité des consommateurs, faire preuve d'éthique dans leur gestion, s'impliquer socialement auprès des communautés locales et, bien sûr, respecter l'environnement.

Au fil des ans, les différentes éditions du Baromètre ont démontré que les Québécois s'attendent à des efforts concertés de la part de l'ensemble des acteurs économiques pour assurer un développement durable. Mais où se situera le consommateur de l'après-pandémie ? La tendance marquée vers le télétravail, les moyens technologiques, le commerce en ligne et la déconsommation changeront-ils à jamais la relation commerçant/client ? Une évolution des habitudes qui sera intéressant à mesurer dans le prochain Baromètre de la consommation responsable !

---

Références :

<https://ocresponsable.com/barometre-de-la-consommation-responsable-edition-2019/>

**VOUS SOUHAITEZ EN DISCUTER AVEC NOUS ?**

[lise.lacasse@cqdd.qc.ca](mailto:lise.lacasse@cqdd.qc.ca)