

ÉCOLOGIE. Gaspillage alimentaire : 94 % des Français déclarent y faire attention.

Selon un sondage OpinionWay pour SmartWay, les Français sont conscients de l'importance de l'anti gaspi, mais ils peinent encore à le pratiquer. La quasi-totalité des Français disent être attentifs au fait de moins gaspiller leurs aliments,

- On apprend aussi que huit personnes sur dix pensent moins jeter que leur voisin, et que les jeunes sont plus gaspilleurs que leurs aînés.
- « Les consommateurs se sentent responsables de leurs actions chez eux, beaucoup moins dans les magasins », estime Christophe Menez, cofondateur de SmartWay.

Faire attention aux produits que l'on achète, ne pas jeter les restes... La quasi-totalité (94 %) des Français sont attentifs au fait de [moins gaspiller](#) leurs [produits alimentaires](#), selon une étude OpinionWay pour SmartWay, startup spécialisée sur ce créneau, dévoilée ce jeudi.

En théorie, ils sont donc très sensibilisés à la question. Mais l'étude note aussi que 75 % d'entre eux préfèrent acheter des [fruits et légumes](#) « plus jolis », 59 % jettent des produits à cause de leur apparence, et 20 % les jettent par manque de prévoyance. Parmi les aliments jetés au moins une fois par mois, on retrouve le pain (35 %), les fruits (33 %), les légumes (30 %) et les plats non terminés (29 %). **Les jeunes plus gaspilleurs** Comme bien souvent, il est plus facile de regarder ailleurs que de voir ses propres défauts : 80 % des répondants estiment moins gaspiller que leur voisin. Ils disent jeter pour 15 euros par mois d'aliments, contre 45 euros pour les autres. En réalité, la moyenne pour chacun est de... 33 euros. Autre enseignement : les [18-24 ans](#) jetteraient 2 à 3 fois plus que les 65 ans et plus. « Ils sont plus gaspilleurs que leurs aînés, peut-être parce qu'ils sont un peu moins organisés, note Christophe Menez, cofondateur de SmartWay. Finalement, quand on regarde les actions anti gaspi à faire chez soi, c'est hyper simple : congeler les produits, vérifier les dates, préparer les listes de repas. La planification et l'organisation sont les facteurs-clés du succès ». **Une histoire de DLC** Ce sondage soulève par ailleurs un paradoxe : 82 % des Français disent acheter des produits aux [dates limites de consommations \(DLC\)](#) lointaines, pour éviter d'avoir à les jeter. Ce qui va à l'inverse de l'esprit anti gaspi, selon Christophe Menez. Car d'après lui, cela engendre davantage de gaspillage alimentaire dans les grandes surfaces. « Les consommateurs se sentent responsables de leurs actions chez eux, beaucoup moins dans les magasins. » Sur cette même question, 92 % des personnes interrogées sont prêtes à acheter des produits aux DLC courtes si les distributeurs effectuent des remises. **De la culpabilité** Au final, qu'ils fassent des efforts ou non, les Français vivent très mal le gaspillage : quand il jette un aliment, un sur deux se sent coupable, voire en colère. « C'est un sentiment extrêmement fort, reprend Christophe Menez, qui montre que l'on se rend compte de sa mauvaise action. Avant, il s'agissait d'acheter par rapport à une remise. Maintenant, le côté éthique et [environnemental](#) entre en jeu ».

** Étude réalisée en ligne, du 31 mars au 1er avril 2021, sur un échantillon de 1.015 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, selon la méthode des quotas – Cf. 20 Minutes – 13-05-2021.*